

A large graphic composed of numerous handprints in various colors (blue, green, yellow, orange, red) arranged in a dense, overlapping pattern across the middle of the page.

2018

RELATÓRIO ANUAL DE
SUSTENTABILIDADE



SUMÁRIO

04 // MENSAGEM DOS **EXECUTIVOS**

12 // A **ULTRAGAZ**

30 // DESEMPENHO **OPERACIONAL E FINANCEIRO**

34 // **GESTÃO HUMANA**

44 // RELAÇÕES COM A **SOCIEDADE**

50 // RESPONSABILIDADE **AMBIENTAL**

62 // FOCO EM **CLIENTES E CONSUMIDORES**

66 // **GESTÃO DE FORNECEDORES**

70 // SOBRE O **RELATÓRIO**

76 // SUMÁRIO DE CONTEÚDOS **GRI**



01.

MENSAGEM DOS
EXECUTIVOS

[GRI 102-14, 102-15]

Avanços e transformações na Ultrapar

O ano de 2018 foi marcado por avanços e transformações na gestão da Ultrapar. Como parte de um processo planejado e consistente, Paulo Guilherme Aguiar Cunha foi nomeado Presidente Emérito do Conselho de Administração, posição honorífica e vitalícia. Para sucedê-lo, foi eleito Pedro Wongtschowski, Vice-Presidente do Conselho de Administração e que atuou como Diretor-Presidente da Ultrapar entre 2007 e 2012. Outras importantes sucessões ocorreram na Diretoria, na liderança das empresas Extrafarma, Ultragaz e Ipiranga, em um processo sucessório, que combinou promoção de talentos internos e atração de novos profissionais. Tabajara Bertelli Costa, novo Presidente da Ultragaz, foi um dos talentos reconhecidos, com 23 anos de experiência na Ultrapar.

Ao longo do ano, dedicamos tempo e recursos para aprimorar nosso processo de planejamento estratégico, visando uma melhor integração e dinâmica das análises de nossos negócios, com a extensão do horizonte de planejamento, a harmonização de parâmetros entre as empresas, o acompanhamento mais próximo e frequente dos resultados, a consolidação dos orçamentos anuais e planos de investimentos, e uma sistemática de análise do portfólio de investimentos da Ultrapar. Em uma outra frente, foram formalizadas ou aperfeiçoadas as políticas corporativas de Gestão de Riscos (de caráter geral), Gestão de Riscos Financeiros, Divulgação de Fatos Relevantes, Negociação de Valores Mobiliários e Política Concorrencial.

Do ponto de vista macroeconômico, o ano iniciou-se sob a expectativa positiva do País recuperar-se de um período de recessão. Entretanto, a escalada nos preços do petróleo, combinada com uma forte desvalorização cambial, ocasionou um significativo aumento nos preços de combustíveis e, conseqüentemente, dos custos de transporte rodoviário, culminando na greve dos caminhoneiros que impactou diversos setores da economia. Essas questões, aliadas às incertezas das eleições, levaram o Brasil a ter um crescimento apenas moderado em 2018.

Nesse contexto, considerando que nossos negócios guardam grande correlação com o desempenho da economia nacional, atuamos firmemente na gestão de custos, despesas e de emprego de capital, buscando aumentar a eficiência de nossas operações, otimizar investimentos e reduzir o capital de giro de nossas empresas.

Assim foi pautada a atuação da Ultragaz, que encarou com êxito seus desafios, tendo demonstrado capacidade de inovação, excelência operacional e uma forte disciplina em custos e despesas. Confira nas próximas páginas os destaques e os resultados desse trabalho.



***Frederico Curado,
Diretor-Presidente da Ultrapar***

Criatividade para geração de valor

Se fôssemos atribuir uma característica central para a Ultragaz, que sintetizasse como foi o ano de 2018 para nossa companhia, certamente seria “resiliência”. Apesar de muitos ventos contrários, como a alta no preço do petróleo, a desvalorização cambial, indicadores macroeconômicos negativos e incertezas políticas, a empresa demonstrou que é capaz de se adaptar e – o que é mais interessante – de criar valor para seus *stakeholders* em cenários adversos.

No segmento residencial, com o consumidor mais reticente em relação à economia e a competição mercadológica mais agressiva no botijão de 13 kg, foram determinantes a nossa estratégia de valorização dos revendedores exclusivos, a partir da consultoria de negócio, treinamentos e suporte de *marketing* focado no ambiente digital. Afinal, são as vendas que representam nossa marca no dia a dia, fortalecendo a relação com os consumidores e chamando a atenção para os diferenciais de trabalhar com o botijão azul, como segurança e qualidade no atendimento.

Também foi crucial a orientação da companhia para novas tecnologias e para a transformação digital, em um sentido mais amplo. Passamos a usar de forma mais intensa sistemas informatizados de gestão, aplicativos e comunicações em redes sociais, o que gerou redução de custos e maior eficiência em diversas frentes de trabalho. Um dos exemplos mais conhecidos é o Ultragaz Connect, aplicativo que integra o consumidor à rede de vendas, tornando ainda mais fácil e seguro comprar o gás de cozinha, com vantagens como a geolocalização das entregas e vendas.

No canal empresarial, nosso saldo é ainda mais positivo. Não apenas enfrentamos as dificuldades de mercado, como apresentamos crescimento e avanços de gestão. Ressalto que extrapolamos o desafio de lançar cinco inovações para esse mercado e implantamos sete novas aplicações do nosso produto. Entre elas, está o uso do GLP na torrefação de café e no controle de umidade para o processo de beneficiamento de algodão – novidades que geram benefícios econômicos diretos para nossos clientes. Com essas e outras soluções, estruturadas em um processo robusto de inovação, fortalecemos nosso posicionamento como especialistas em soluções de energia para diferentes negócios, e não apenas como comercializadores do GLP.

Outro dado muito positivo sobre o desempenho da Ultragaz foi a manutenção do patamar de investimentos, que demonstra o compromisso da empresa com seus colaboradores, revendedores e clientes. Na prática, esses investimentos represen-

tam mais bases de produção, estruturas mais modernas e mais inovação para as operações. Sustentam, também, o movimento de expansão da empresa, que, em 2018, abriu uma nova unidade em Juazeiro, na Bahia.



Também foi crucial a orientação da companhia para novas tecnologias e para a transformação digital, em um sentido mais amplo. Passamos a usar de forma mais intensa sistemas informatizados de gestão, aplicativos e comunicações em redes sociais, o que gerou redução de custos e maior eficiência em diversas frentes de trabalho.

Esse movimento de expansão em território nacional tem sido direcionado para o Centro-Oeste, o Nordeste e o Norte, onde buscamos maior eficiência em participação de mercado. Em paralelo, estudamos oportunidades de expansão internacional, observando forte atratividade na América Latina.

Estamos preparados para crescer, porque temos um time muito competente. No campo de gestão de pessoas, as melhorias são constantes. Aperfeiçoamos o Programa Atitude Segura, adicionando camadas de segurança a procedimentos já robustos de prevenção a acidentes, a fim de aprimorar nossos indicadores. Demos continuidade ao processo de sucessão da companhia de forma planejada e bem executada, abrangendo promoções e contratações. E com a visão de gestão por competências, realizamos treinamentos para colaboradores de todos os níveis hierárquicos.

Aproveito esta mensagem para reafirmar o compromisso da Ultragaz com o Pacto Global e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que têm nos ajudado a pautar nossas práticas de negócio e a planejar programas e iniciativas socioambientais. Vale comentar algumas delas, como os projetos de empoderamento feminino, viabilizados por meio da parceria com a Associação Feminina de Estudos Sociais e Universitários (Afesu) e com a Rede Mulher Empreendedora, as iniciativas educacionais realizadas com a Junior Achievement, o apoio à Childhood Brasil e a Carreta Cinema do Ultragaz Cultural. Essas e outras

iniciativas impactaram mais de 10 milhões de pessoas em 2018. Sabemos que estamos no caminho certo, pois os projetos alcançaram um Índice Geral de Satisfação de 8,42 (em uma escala de um a dez), de acordo com pesquisa aplicada nesse mesmo ano.

No campo ambiental, buscamos ser mais eficientes no uso da água, com novas bases preparadas para operar com água de reúso no processo de lavagem de botijões, no consumo energético e, conseqüentemente, nas emissões de gases de efeito estufa. Há melhorias importantes, por exemplo, em relação ao planejamento de nossa malha logística.

O conjunto de fatos mencionados até aqui, aliado a uma maior disciplina de custos, contribuiu para que a empresa encerrasse o exercício de 2018 com um bom resultado. Se desconsiderarmos o efeito da multa pela não aquisição da Liquigás (que é um fato não recorrente), o EBITDA teria crescimento de 4% em relação a 2017, totalizando R\$ 544 milhões.

Há otimismo em relação a 2019. Não por conta do cenário macroeconômico ou por causa de externalidades positivas, mas sim porque acredito em nossa sólida e comprovada habilidade de criar valor para colaboradores, acionistas, fornecedores, revendedores e para toda a sociedade.

8,42

ÍNDICE DE SATISFAÇÃO
GERAL

10 milhões

DE PESSOAS IMPACTADAS
PELOS PROJETOS SOCIAIS



**Tabajara Bertelli Costa,
Presidente da Ultragaz**

02.

A ULTRAGAZ



Perfil organizacional

A Ultragaz é pioneira e líder no mercado nacional de distribuição de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP). Foi a primeira empresa de GLP engarrafado e de venda a granel no país e, hoje, conta com uma sede administrativa em São Paulo (SP), 18 bases de engarrafamento, 17 de estocagem e distribuição em território nacional e 8 lojas próprias. Além disso, sua rede de revendedores parceiros abrange aproximadamente 5,4 mil unidades. [GRI 102-01, 102-02, 102-03, 102-04]

Entre os desafios da Ultragaz está o de garantir, de forma sustentável, o fornecimento de energia à população brasileira, que está em constante crescimento. Hoje, a companhia atende a 11 milhões de residências e a 52 mil clien-

tes empresariais, que, juntos, consomem mais de 1,7 milhões de toneladas de GLP. [GRI 102-07]

Composta por mais de 3,5 mil colaboradores, a empresa fundamenta sua atuação em três frentes: qualidade, segurança e inovação.

A companhia é integrante do Grupo Ultra, um dos maiores grupos empresariais brasileiros, presente nos segmentos de distribuição de combustíveis (Ipiranga), indústria de especialidades químicas (Oxiten), armazenagem para graneis líquidos (Ultracargo) e varejo farmacêutico (Extrafarma). Conheça mais em: www.ultra.com.br



Hoje, a companhia atende a 11 milhões de residências e a 52 mil clientes empresariais, que, juntos, consomem mais de 1,7 milhões de toneladas de GLP. [GRI 102-07]



Localização das unidades de produção [GRI 102-07]

A Ultragaz tem um total de 18 unidades de produção, distribuídas por 11 estados brasileiros. Confira a seguir a localização de cada uma delas:



Base de produção na Bahia

A Ultragaz inaugurou, em dezembro de 2016, um novo centro de distribuição e envase de gás em Juazeiro, na Bahia, situado ao norte do estado. Com uma população de 220 mil habitantes, o município está em uma área estratégica do nordeste brasileiro, próximo a Petrolina (PE). As instalações da empresa ficam no distrito industrial da cidade, onde estão mais de 70 empresas de diversos segmentos, como os de minerais não metálicos, alimentos, fruticultura, metalurgia, perfumaria e têxtil. A nova operação ocupa uma área total superior a 14 mil metros quadrados e está promovendo maior eficiência na distribuição de botijões de GLP na região, além de gerar empregos e desenvolvimento econômico.



Missão, visão e princípios [GRI 102-16]

Visão

Ser referência mundial em GLP.

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, princípios e sustentação financeira.

Princípios operacionais



Agilidade



Conectividade



Segurança



Sustentabilidade



Inovação



Qualidade

Nossos clientes e consumidores [GRI 102-02, 102-06]

SEGMENTO EMPRESARIAL

A Ultragaz oferece Ultrasoluções sob medida para condomínios, comércios, serviços, indústrias e agronegócio. Mais do que vender GLP, conta com um serviço completo de consultoria energética, de negócio e engenharia, abrangendo os mais modernos e atualizados recursos tecnológicos.

Além disso, o modelo de abastecimento nesse segmento é bastante versátil, pois permite transferir o GLP diretamente do caminhão para recipientes instalados nas dependências do cliente, de forma rápida, eficiente e com custo acessível.

- Para os **condomínios**, há a opção de contas coletiva ou individual, e o mais recente produto da companhia, o Ultragaz Controle Inteligente, que, com o uso de alta tecnologia, permite ao cliente o acompanhamento de seu consumo por meio de seu smartphone. Além disso, devido ao alto poder calorífico do GLP, é possível obter economia com aquecimento de água e cozimento de alimentos, entre outras.

- Para o **comércio e serviços**, há a versatilidade das Ultrasoluções Fornos de Pizzaria e Churrasco, em que há aumento de qualidade e de produtividade por meio de novas tecnologias inseridas nos



processos de cocção. Além dessas aplicações, é possível utilizar GLP nos mais diferentes segmentos, como em hotelaria, hospitais, lavanderias, bares, padarias e restaurantes. Pequenos e médios negócios ainda podem contar com o Sistema Ultrapronto, uma solução completa de fornecimento de gás, que proporciona agilidade, conveniência e programação automática de abastecimento.

- Para a **indústria**, as Ultrasoluções foram desenvolvidas para as mais diversas aplicações, que vão desde usinas de asfalto, aquecedores de fluido térmico até cervejarias e lavanderias industriais. Essas Ultrasoluções possibilitam aumento de eficiência energética, ganhos de produtividade e redução de emissões, por proporcionarem uma queima mais limpa e com baixo lançamento de poluentes, em comparação com outros energéticos. Além disso, o uso de GLP permite atingir excelentes resultados em aplicações, como em empilhadeiras, corte de metais, metalurgia, fornos de cerâmica e muito mais.

- Para o **agronegócio**, o alcance e a capilaridade do fornecimento da Ultragaz permitem abastecer todo o território nacional. Dessa forma, é possível utilizar o GLP para a torra do café e a secagem de grãos e sementes. Entre as vantagens, estão o controle preciso da temperatura, a ausência de contaminação com substâncias decorrentes da queima da lenha, por exemplo, e melhores condições de trabalho.

Desenvolvimento de novos usos para o GLP

A Ultragaz conta com uma área de Desenvolvimento Empresarial, que objetiva alcançar resultados superiores por meio da inovação. Como principais ganhos da inovação, é possível destacar a substituição de outras fontes térmicas de maior impacto ambiental, geração de economia, aumento da produtividade e ganhos de eficiência.

Para que esse processo fosse estruturado, a Ultragaz criou uma esteira de desenvolvimento, responsável por identificar as necessidades do mercado e, assim, gerar e priorizar novas ideias que serão transformadas em produtos e soluções replicáveis e lançados no mercado.

Para ampliar as possibilidades de inovação, foi criado o Ultra Hackathon, que consistiu em uma maratona de desenvolvimento de novos produtos, realizada na Escola de Engenharia Mauá. A competição entre estudantes avaliou os critérios de criatividade e disruptão, aplicabilidade, modelo de negócio e monetização, qualidade do protótipo conceitual, viabilidade de execução e alinhamento com a estratégia da empresa. As melhores ideias foram premiadas com um estágio de férias na Gerência de Desenvolvimento Empresarial, que aconteceu no mês de julho de 2018. Além disso, os alunos tiveram a oportunidade de apresentar os seus projetos para a banca executiva da Ultragaz, conhecer suas bases de engarrafamento e

estocagem e de participar da semana de capacitação e desenvolvimento, com os atuais estagiários da companhia.

SEGMENTO RESIDENCIAL

A Ultragaz oferece GLP para casas e apartamentos, de forma eficiente e segura.

Nos condomínios, o morador pode pagar apenas pelo gás que consome. Com esse recurso, ele economiza em atividades do dia a dia, como aquecimento

de água, climatização de ambientes e cozimento de alimentos.

Para os consumidores em geral, a empresa comercializa botijões de GLP em diferentes tamanhos, sendo o de 13 kg o mais popular (conhecido como P13), para uso como gás de cozinha. Os clientes podem comprar o produto por meio de diversos canais, como o aplicativo Ultragaz Connect, Unidade de Atendimento Domiciliar, e-Vale, WhatsApp e as revendas mais próximas.



Como o botijão chega até as residências

1 »»

Assim que os botijões chegam à base de produção, a empresa realiza uma inspeção para verificar se estão em bom estado para o envase. Aqueles que não apresentam condições adequadas são encaminhados para a requalificação, manutenção ou sucateamento.



2 »»

Os botijões aptos do ponto de vista da qualidade são enviados para um equipamento chamado de carrossel eletrônico, onde o enchimento é feito com toda a precisão, e depois são repesados. Para segurança, todos os produtos passam por uma verificação automática de vazamento, em que são checados o anel de vedação da válvula e outros componentes.



3 »»

Após lavagem e higienização, os botijões são pintados na cor azul, que é uma característica da Ultragaz. Na sequência, são inseridos a etiqueta com data e local do enchimento e o lacre retrátil. Por fim, os botijões são carregados em caminhões, partindo das bases de produção até as revendas e a sua casa.



Como identificar um revendedor autorizado

- Eles sempre estão uniformizados, com seus veículos padronizados conforme modelo estabelecido pela empresa.
- Seus veículos têm gravados em local visível o número de autorização da revenda, fornecido pela ANP (Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis).
- Os botijões devem ter o lacre e o rótulo informativo da empresa distribuidora.



Nossos revendedores

O modelo de negócio da Ultragaz envolve um parceiro fundamental: o revendedor. Ele é um empreendedor que representa a marca perante os consumidores, comercializando o GLP em botijões, de maneira segura, eficiente e competente.

O revendedor Ultragaz:

- Recebe uma consultoria comercial especializada em GLP, que o auxilia a obter os melhores resultados;
- É capacitado por meio do Programa de Qualificação e Treinamentos;

- Tem acesso a ferramentas exclusivas para a gestão de seu negócio, como a Gestão Azul;

- Tem todo o suporte necessário por meio da célula de Governança, prestando atendimento às dúvidas dos revendedores de maneira ágil e personalizada, pois pode ser acessado por diferentes canais de comunicação: telefone, chamados via web ou via chatbot;

- Tem à sua disposição o Revenda Online, um portal de comunicação e serviços onde pode encontrar treinamentos, materiais de *marketing*, notícias,

manual da revenda, painel de gestão de pedidos e emissão de segunda via de boletos;

- Conta com um programa de capacitação e incentivo (UltraTop), que reconhece por meio de gamificação os vendedores e atendentes de todo o Brasil, com base nos critérios de qualidade dos serviços, gestão, padrão da marca e desempenho.

Transformação digital

Nos últimos anos, a Ultragaz tem realizado uma verdadeira revolução na maneira de pensar seu negócio e de se relacionar com seus públicos, considerando vetores como conectividade, digitalização, inteligência artificial, automação e comunicação em rede. Depois de criar um Centro de Excelência Digital em 2017, a empresa segue buscando aplicar novas tecnologias a produtos, serviços e canais de relacionamento. Tudo para levar conveniência, autonomia e satisfação a colaboradores, revendedores, fornecedores e clientes. Conheça a seguir algumas ferramentas baseadas nesse processo de transformação digital.

- **Ultragaz Connect** - O aplicativo integra clientes e revendedores. O consumidor pede seu gás com poucos cliques, visualiza os dados da revenda autorizada e acompanha o status do pedido, o que confere maior con-

veniência à compra. A revenda pode monitorar a localização de seus vendedores e a quantidade de produtos disponíveis com cada um deles, otimizando a entrega. Mais de 500 mil downloads foram realizados até 2018 e há expectativa de crescimento do uso da ferramenta.

- **WhatsApp da Ultragaz** - É possível pedir o botijão azul por meio do aplicativo de mensagens instantâneas, que está entre os mais baixados em todo o mundo. Basta que o consumidor entre em contato pelo número 0800 701 0123.

- **Clube de Compras** - É uma plataforma online no formato de marketplace, criada para alavancar os negócios da rede de revendas. A companhia estende as negociações com os seus



grandes parceiros para as vendas, oferecendo produtos e serviços homologados e com preços justos. Também é realizado um evento de networking e fechamento de negócios.

- **Marketing digital** - Em busca do fortalecimento do relacionamento com os consumidores da marca, re-

conhecendo as transformações no comportamento e nas expectativas do consumidor, bem como os impactos do *marketing* digital no seu dia a dia, a Ultragas vem constantemente trabalhando sua presença digital, utilizando estratégias para aquisição e retenção de clientes, explorando adequadamente o potencial da mídia online.

Relações éticas [GRI 102-16]

A Ultragas dispõe de um Código de Ética e de Políticas Corporativas, que contribuem para a promoção de um ambiente saudável, autônomo e responsável, estabelecendo princípios para a gestão nos relacionamentos e no ambiente de trabalho. Entre os documentos, podem ser destacados: a **Política Corporativa Anticorrupção e de Relacionamento com Agentes Públicos**, que consolida as diretrizes de prevenção e combate à corrupção nos relacionamentos com a administração pública e privada; a **Política Concorrencial**, que estabelece diretrizes complementares à legislação da defesa da livre concorrência; e a **Política de Conflito de Interesses**, que busca zelar pela transparência e independência nas relações empresariais.

Para que sejam observadas e cumpridas as diretrizes constantes nesses documentos, a empresa conta com o Programa Conduta Ultragas, responsável por aprimorar continuamente os controles internos e os processos, de modo que todas as operações estejam sujeitas à identificação e à gestão de riscos relacionados a quaisquer violações éticas, incluindo ocorrências de fraudes e corrupção, violações de direitos humanos, entre outros aspectos. Este programa integra o Programa de Compliance Ultra.

[GRI 205-01, 412-03]

Outra frente de ação importante é a de educação e desenvolvimento. Somente em 2018, foram realizados treinamentos e-learning sobre Ética e Anticorrupção e um Tutorial sobre o Canal Aberto, que alcançaram

1.805 colaboradores. Além disso, 489 profissionais foram capacitados presencialmente sobre o tema concorrencial, sendo que, pela primeira vez, essa iniciativa foi estendida às vendas. Adicionalmente, foram divulgados 5 comunicados do Programa de Compliance Ultra e outros 33 do Programa Conduta Ultragas. [GRI 205-02]

Vale lembrar que o **Canal Aberto Ultra** (0800 701 7172 | www.canalabertoultra.com.br) é disponibilizado aos colaboradores e ao público externo, para que qualquer pessoa possa esclarecer dúvidas, solicitar orientações sobre dilemas éticos e registrar denúncias. É garantido o anonimato e a confidencialidade, a quem desejar. Todas as comunicações são recebidas por uma empresa independente, que as encaminha para a apuração da Diretoria de Riscos, Compliance e Auditoria, sendo este um órgão isento, que presta contas à Alta Administração da organização. Em 2018, o Canal Aberto recebeu 59 relatos de denúncias e 11 pedidos de orientações. Nenhum caso confirmado teve relação com suspeitas de corrupção, violações de direitos humanos e casos de discriminação. [GRI 205-03, 406-01]

Para tratar de assuntos relacionados aos produtos e serviços, a empresa possui, também, a **Ouvidoria** (11 3177-6481 | ouvidoria@ultragaz.com.br),

que costuma receber a maior parte das comunicações de clientes, fornecedores e representantes de comunidades do entorno.

Para alavancar seu crescimento e aprimorar sua oferta, a Ultragas havia fechado em 2016 um acordo com a Petrobras para a aquisição da Liquigás, que contemplava um minucioso plano de operacionalização, com soluções operacionais, comerciais e societárias, que endereçavam preocupações concorrenciais levantadas durante o processo. No entanto, em fevereiro de 2018, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) reprovou a operação, sob a alegação de que o negócio poderia representar um risco concorrencial, já que a empresa passaria a deter mais de 40% do mercado de gás de cozinha. Com a rejeição do negócio, foi praticada uma multa no valor de R\$ 280 milhões à Liquigás, conforme previsto no contrato referente à transação.

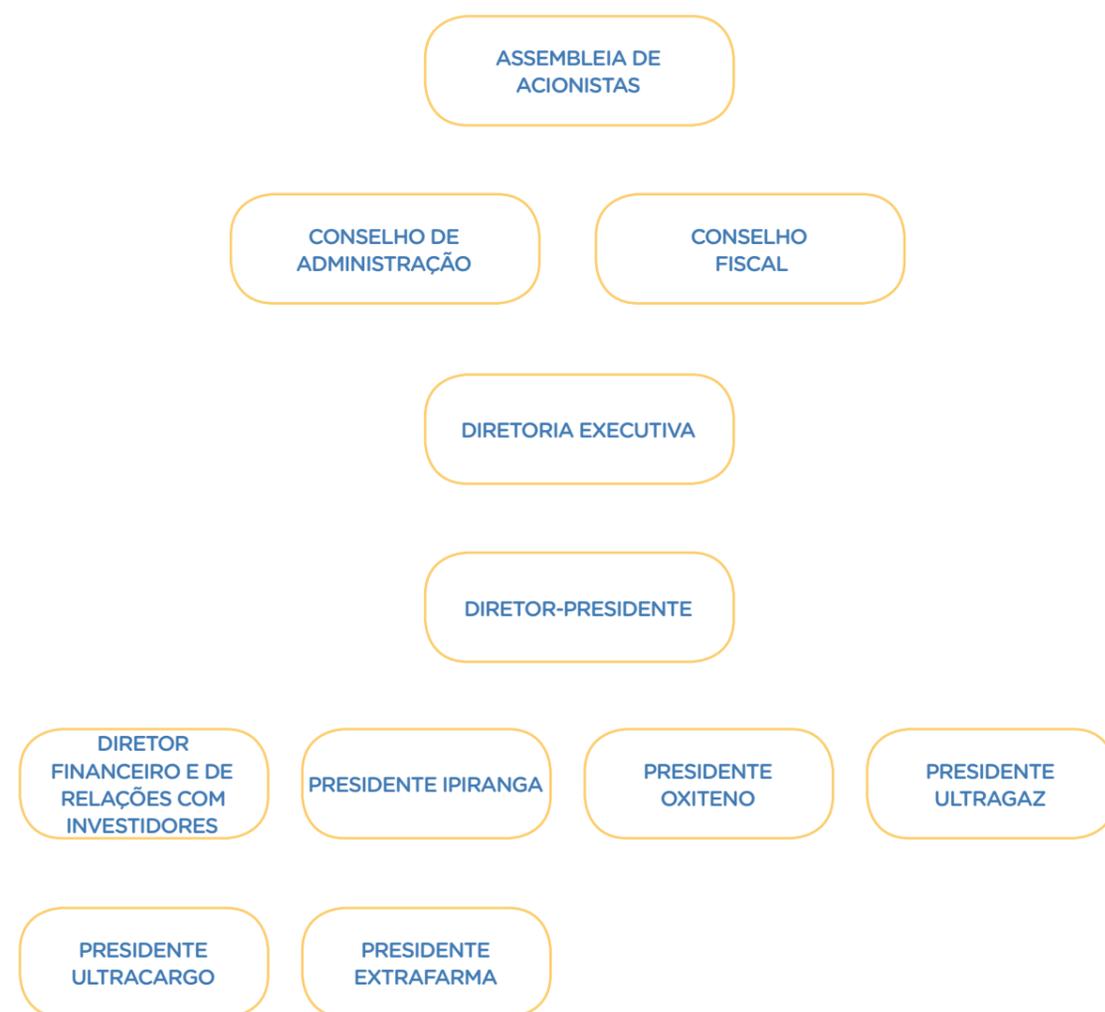
A empresa reitera que possui uma Política Concorrencial e registra que não possui nenhuma ação judicial em curso, cujo objeto seja concorrência desleal, nos termos do artigo 195, I, III, IV, da Lei nº 9.279, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. [GRI 206-01]

Governança Corporativa [GRI 102-18]

VISÃO GERAL

As estruturas de alta governança da Ultragas são integradas às da Ultrapar Participações S.A., uma das cinco maiores companhias do Brasil. A Ultrapar tem capital aberto na B3 (Bolsa de Valores do Brasil), sob o código UGPA3, e na NYSE (Bolsa de Valores de Nova Iorque, Estados Unidos), como UGP. [GRI 102-05]

Confira a seguir seu organograma de governança:



Conselho de Administração da Ultrapar

É o órgão responsável por, entre outras atribuições, dar orientações gerais aos negócios da companhia, aprovar aquisições, alienações, outorgas de garantias, endividamento, investimentos e aquisição de participação societária, sempre que o valor da operação exceder 5% do patrimônio líquido da companhia. Efetua o monitoramento da gestão realizada pelos diretores da

companhia, sendo de sua alçada eleger e destituir membros, bem como os auditores externos. São realizados quatro encontros anuais, trimestralmente, além de reuniões extraordinárias. A formação atual possui oito membros independentes, conforme deliberado na assembleia geral ordinária que os elegeu, em 10 de abril de 2019.

NOME	CARGO
Pedro Wongtschowski	Presidente
Lucio de Castro Andrade Filho	Vice-Presidente
Alexandre Gonçalves Silva	Conselheiro independente
Ana Paula Vitalli Janes Vescovi	Conselheira independente
Flavia Buarque de Almeida	Conselheira independente
Joaquim Pedro Monteiro de Carvalho Collor de Mello	Conselheiro independente
Jorge Marques de Toledo Camargo	Conselheiro independente
José Galló	Conselheiro independente
José Maurício Pereira Coelho	Conselheiro independente
Nildemar Secches	Conselheiro independente

Conselho Fiscal da Ultrapar

A companhia tem um Conselho Fiscal, que funciona em caráter não permanente. Quando instalado por Assembleia Geral, exerce todas as competências atribuídas pela Lei das Sociedades

Anônimas. O Conselho Fiscal da Ultrapar, em exercício, possui três membros efetivos e três suplentes, eleitos pela Assembleia Geral Ordinária realizada em 10 de abril de 2019.

NOME	CARGO
Geraldo Toffanello	Conselheiro fiscal independente
Marcelo Amaral Moraes	Conselheiro fiscal independente
William Bezerra Cavalcanti Filho	Conselheiro fiscal independente

Comitês de Assessoramento do Conselho de Administração

A Ultrapar possui três comitês de gestão para assessorar o Conselho de Administração em questões-chave para o negócio. São eles: o Comitê de Pessoas, o Comitê de Estratégia e o Comitê de Auditoria e Riscos. Cada um deles conta com regimento interno próprio. Os comitês são compostos por, no mínimo, três membros, sendo ao menos um deles integrante do Conselho de Administração. O mandato é de dois anos, que coincide com os mandatos dos conselheiros.

O **Comitê de Pessoas** tem o desafio de propor ao Conselho de Administração os parâmetros e diretrizes da política de remuneração, benefícios e remuneração global dos administradores da companhia; diligenciar a adequada preparação para a sucessão de seus executivos; e promover a adoção de um modelo de competências, liderança, atração, retenção e motivação, alinhado aos planos estratégicos.

Diretoria Executiva da Ultrapar

Compete à Diretoria a gestão dos negócios e o cumprimento de suas atribuições estatutárias. Os membros (até oito) são eleitos pelo Conselho de Administração, com de-

O **Comitê de Estratégia** presta assessoria sobre a orientação geral dos negócios, bem como a preparação e o acompanhamento dos planos estratégicos e orçamentos da companhia; aprovação e acompanhamento dos principais investimentos; definição de estratégia de alocação de capital; e gestão de portfólio, incluindo operações, fusões e aquisições.

O **Comitê de Auditoria e Riscos** opina sobre a contratação dos serviços de auditoria independente; analisa o Relatório da Administração e as demonstrações financeiras, efetuando recomendações; acompanha atividades de auditoria interna e da área de Controles Internos, observando as disposições do Sarbanes-Oxley Act; contribui para o aprimoramento de políticas, práticas e procedimentos; avalia e monitora as exposições de risco, nos termos da Política de Gerenciamento de Riscos; estabelece procedimentos para receber e tratar informações relativas a quaisquer descumprimentos de dispositivos legais e normativos; entre outras atribuições. **[GRI 102-11]**

signação específica para as funções de Diretor-Presidente e de Diretor de Relações com Investidores. O prazo de gestão é de dois anos, sendo permitida a reeleição.

NOME	CARGO
Frederico Curado	Diretor-Presidente
André Pires de Oliveira Dias	Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
João Benjamin Parolin	Presidente da Oxiteno
Marcelo Pereira Malta de Araújo	Presidente da Ipiranga
Ricardo Isaac Catran	Presidente da Ultracargo
Rodrigo de Almeida Pizzinatto	Presidente da Extrafarma
Tabajara Bertelli Costa	Presidente da Ultragaz

Além das Diretorias descritas acima, há outras não estatutárias, abrangendo: Capital Humano, Jurídico e Riscos, Compliance e Auditoria.

Diretoria Executiva da Ultragaz

NOME	CARGO
Tabajara Bertelli Costa	Presidente
André Luiz Pedro Bregion	Diretor Empresarial Brasil
Aurélio Antônio M. Ferreira	Diretor de Desenvolvimento
Caroline Pepe Leonard	Diretora de Administração e Controle
José Vianna Sampaio Neto	Diretor Domiciliar Norte
Guilherme Simão Darezzo Netto	Diretor Domiciliar Sul
Ricardo Colpo	Diretor de Operações

O Conselho de Administração da Ultrapar aprovou, em 21 de junho de 2018, a sucessão de Pedro Jorge Filho, executivo na companhia há mais de 40 anos, para Tabajara Bertelli Costa, que, após quase seis meses de transição, assumiu em janeiro de 2019 a posição de Diretor Estatutário da Ultrapar e de Presidente da

Ultragaz. No final de 2018, Plínio Laerte Braz (Diretor de Operações) e Leandro Del Corona (Diretor Domiciliar Sul) se aposentaram e suas posições foram ocupadas, respectivamente, por Ricardo Colpo e Guilherme Simão Darezzo Netto. Acesse este link para saber mais sobre o perfil do novo executivo. **[GRI 102-10]**



03.

DESEMPENHO
OPERACIONAL E
FINANCEIRO

[GRI 103-02, 103-03]

O ano de 2018 foi bastante desafiador para a Ultragas em termos de resultados operacionais e financeiros, em função de fatores macroeconômicos e externos, como o aumento do custo do GLP na refinaria. Mesmo assim, a empresa encerrou o exercício com números positivos de EBITDA (excluindo-se eventos não recorrentes) e de investimentos.

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS CONSOLIDADO	2018	2017
Receita líquida	7.043,2	6.071,0
Custo dos produtos vendidos	(6.153,0)	(5.096,5)
Lucro bruto	890,2	974,5
Despesas operacionais		
Vendas e comerciais	(366,2)	(415,1)
Gerais e administrativas	(209,5)	(229,5)
Outros resultados operacionais	(277,7)	(79,3)
Resultado na venda de bens	(1,2)	5,3
Lucro (prejuízo) operacional	35,6	255,9
Equivalência patrimonial	0,0	1,2
EBITDA	258,1	440,0
Depreciação e amortização	222,5	182,8
Índices		
Margem bruta (R\$/ton)	516	558
Margem operacional (R\$/ton)	21	147
Margem EBITDA (R\$/ton)	150	252
Número de funcionários	3.511	3.633

Em 2018, o **volume total de GLP vendido** apresentou retração de 1%, em linha com a queda no volume nacional de vendas, passando de 1.746 mil toneladas em 2017 para 1.725 mil toneladas

em 2018. No segmento envasado, o volume foi de 1.198 mil toneladas (estável em relação a 2017), enquanto o segmento granel apresentou redução de 3%, fechando em 545 mil toneladas.



A receita líquida totalizou R\$ 7.043 milhões, 16% superior a 2017, principalmente em função dos reajustes no custo do GLP envasado e a granel nas refinarias e da estratégia de diferenciação e inovação. [GRI 102-07]

O **custo dos produtos vendidos** subiu 21% por causa do maior custo do GLP nas refinarias, atingindo o valor de R\$ 6.153 milhões.

zaram um prejuízo de R\$ 79 milhões, em sua maior parte relacionados ao Termo de Compromisso de Cessação de Prática (TCC), assinado com o Cade, no montante de R\$ 84 milhões.

No mesmo período, as **despesas gerais, administrativas e de vendas** totalizaram R\$ 576 milhões, o que demonstra uma redução de 11% em relação a 2017. Isso foi possível por meio da diminuição dos gastos com consultorias estratégicas, com serviços de *marketing* e com frete, além de menores provisões para devedores duvidosos.

O **EBITDA** totalizou R\$ 258 milhões, 41% menor do que em 2017. Excluindo os efeitos do pagamento da multa decorrente da não aquisição da Liquigás, o EBITDA teria crescimento de 4% em relação a 2017, totalizando R\$ 544 milhões.

A linha de outros resultados operacionais apresentou prejuízo de R\$ 278 milhões, impactado, principalmente, pela multa de R\$ 286 milhões decorrente da não aprovação da aquisição da Liquigás, após decisão do Cade. Em 2017, outros resultados operacionais totali-

Em relação aos **investimentos**, foi mantido o patamar de anos anteriores, com recursos totais de R\$ 225 milhões. O valor é destinado ao segmento granel, reposição e aquisição de vasilhames, tecnologia da informação, modernização das bases de engarrafamento, implantação de novas unidades, além do estímulo à inovação.



04.

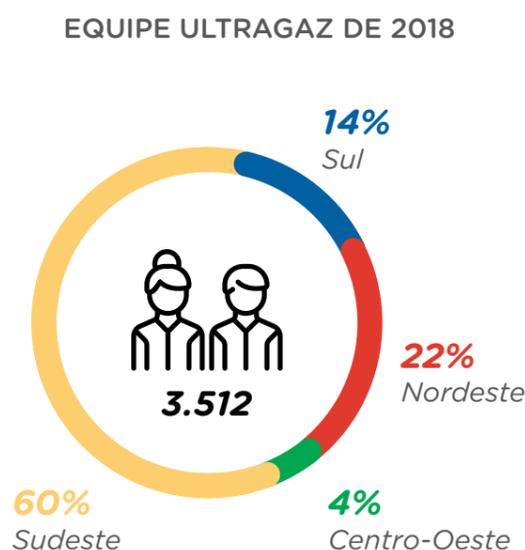
GESTÃO
HUMANA



Distribuição geográfica dos colaboradores [GRI 102-07, 102-08]

A Ultragaz acredita que os colaboradores são o fator determinante para o sucesso de seu negócio. Por isso, busca, a cada ano, aprimorar seus processos de avaliação de desempenho e reconhecimento, de desenvolvimento de competências, de planejamento de carreira e sucessão, tornando a empresa mais atrativa e capaz de encarar os desafios estratégicos apresentados.

Em 2018, a equipe Ultragaz foi composta de 3.512 colaboradores¹, número 3% menor do que em 2017. Destes, 60% eram da região Sudeste, 22% do Nordeste, 14% do Sul e 4% do Centro-Oeste.



QUADRO DE COLABORADORES POR REGIÃO

Região	2016	2017	2018
Centro-Oeste	143	145	149
Nordeste	774	765	757
Norte	9	26	10
Sudeste	2.197	2.197	2.114
Sul	489	494	482
Total	3.612	3.627	3.512

Todos os empregados têm liberdade de associação sindical e estão cobertos por negociação coletiva, que é um ato jurídico celebrado entre entidades sindicais e a empresa, para o estabelecimento de regras para a relação trabalhista. Em 2018, não foram identificados riscos de violação desses direitos em operações próprias e de fornecedores. [GRI 102-41, 407-01]

¹ O número contempla aprendizes, mas não inclui estagiários.

Rotatividade [GRI 401-01]

A rotatividade de colaboradores – taxa que mede fluxo de entradas e saídas de pessoas em uma organização – teve ligeiro aumento em 2018, de 11,1% para 12,3%, em função do desligamento por aposentadorias planejadas.

TAXA DE ROTATIVIDADE DE COLABORADORES POR REGIÃO (%)

Região	2016	2017	2018
Centro-Oeste	9,40	17,48	18,47
Nordeste	10,60	9,16	10,65
Norte	0,00	33,33	17,86
Sudeste	10,70	11,13	11,69
Sul	10,70	10,94	14,49
Total	10,90	11,09	12,26

TAXA DE ROTATIVIDADE POR FAIXA ETÁRIA E GÊNERO (%)

Ano	Abaixo de 30 anos			De 30 a 50 anos			Maior de 50 anos		
	Masc.	Fem.	Total	Masc.	Fem.	Total	Masc.	Fem.	Total
2016	19,24	14,46	17,75	8,72	11,88	9,29	3,46	2,63	3,42
2017	21,54	20,04	21,09	8,60	13,76	9,53	3,82	4,17	3,84
2018	23,37	21,68	22,91	9,53	14,32	10,72	0	0	0

Desenvolvimento [GRI 103-02, 103-03, 404-01]

Por meio da Academia Ultragaz, a empresa promove a capacitação profissional para os seus colaboradores e equipes da rede de revendas, com foco técnico e/ou comportamental. Além dos treinamentos presenciais, os profissionais têm à disposição a Academia Online, uma plataforma digital de educação a distância com o objetivo de incentivar o desenvolvimento das equipes, gestão do conhecimento e a colaboração entre as áreas, onde é possível acessar diversos cursos e uma biblioteca de arquivos e vídeos.

O planejamento de desenvolvimento é baseado na estratégia organizacional

e nos resultados do Ciclo de Avaliação de Competências. O ciclo mais recente motivou a elaboração do Guia de Auto-desenvolvimento Ultragaz para Líderes - Volume 2, novos investimentos em capacitação da gestão e a realização de programas de aceleração de carreira.

Em 2018, a Ultragaz realizou um total de 14.973 horas de treinamento para o público interno, o que corresponde a uma média de 4,7 horas por colaborador. Desse total de horas, 9.819 horas (65%) foram para cargos técnicos e administrativos, 2.958 horas (20%) para a liderança, 1.470 horas (10%) para estagiários e aprendizes e 726 horas (5%) para a área operacional. Veja abaixo a média de treinamento por profissionais de diferentes categoriais funcionais:

MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR CATEGORIA FUNCIONAL (%)

Categoria funcional	2016	2017	2018
Liderança	11,4	14,3	34,5
Técnico e Administrativo	12,6	6,6	8,1
Operacional	4,4	6,3	3,7
Estagiário e aprendiz	47,1	47,5	56,5
Total	8,3	7,6	4,7

Em 2018, foram aplicadas 6.080 horas de treinamento pré-operação para novos empresários da rede de revendas da Ultragaz, abordando finanças, *marketing*, estratégia e gestão de pessoas. No total, 291 revendedores participaram dessa qualificação.

Derivado deste treinamento, há o Cultura Azul, que é um programa de formação de novos operadores da marca com foco em negócio e gestão de pessoas, direcionado a profissionais já experientes em GLP. No mesmo ano, foram ministradas 1.880 horas desse treinamento.

Adicionalmente, para impulsionar as vendas de outras embalagens, como a de 45 quilos, e capacitar os revendedores para sua instalação, foram realizadas 656 horas de treinamento, por meio do programa denominado Expansão P45.

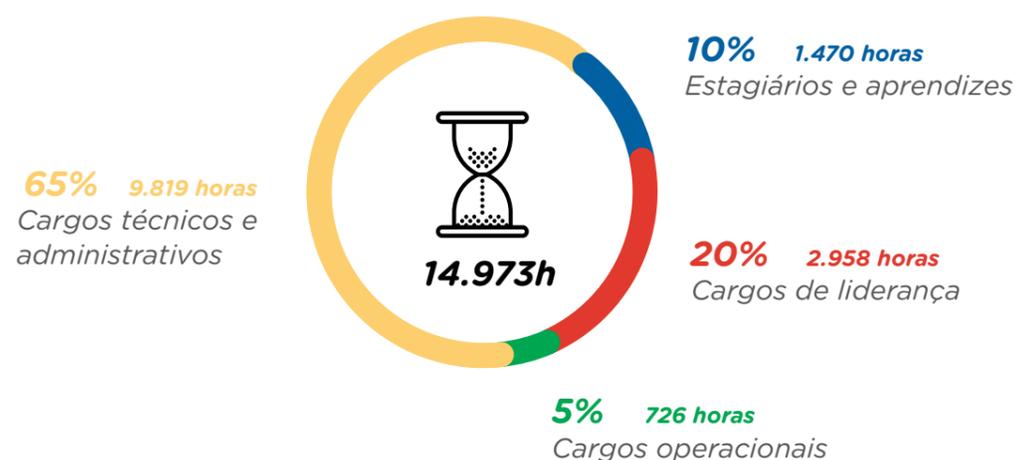
Também em 2018, foi realizado um esforço maior em treinar líderes em ferramentas de gestão, com os seguintes programas: Academia de Liderança - Ultra Líder, *Workshop* Negociação, *Workshop* Finanças - Academia Comercial Domiciliar e *Workshop* Conversas de Gestão.

A Ultragaz também deu continuidade ao Somar Sustentabilidade, programa que desde 2014 capacita a rede de revendas em conceitos e práticas de sustentabilidade e que, no último ano, aplicou 256 horas de treinamento.

Em paralelo, para impulsionar os resultados das revendas em ambientes digitais, a empresa conta com o Somar Mídias Sociais. Em 2018, essa iniciativa foi responsável pelo lançamento de uma plataforma de ensino a distância para as revendas, com cursos de inglês, Facebook Business, Google Meu Negócio, Instagram e WhatsApp Business.

Além disso, por meio do Ultratop, a empresa deu sequência às suas ações de desenvolvimento, engajamento e reconhecimento, para atendentes e revendedores. Nas capacitações, foram abordados temas diversos como atendimento, comunicação, perfil do consumidor e tecnologia. Tudo isso em uma plataforma gamificada (baseada na dinâmica de jogos), ou seja, quanto mais o profissional participa, mais ele tem chances de ganhar prêmios e incentivos.

TREINAMENTOS PARA O PÚBLICO INTERNO



Gestão por competências [GRI 404-02]

Em busca de uma gestão cada vez mais profissionalizada e alinhada às estratégias organizacionais, a Ultragaz iniciou um novo Ciclo de Avaliação de Competências, com base em: visão sistêmica, foco em resultados, orientação para o cliente, alinhamento de interesses, autonomia com responsabilidade, liderança inspiradora e desenvolvimento de equipes de alto desempenho.

O modelo do processo do ciclo de avaliação é composto pelas etapas:

1. Comunicação e Disseminação de competências.

2. Avaliação por Competências - 360° para líderes (autoavaliação e avaliação por líderes, pares, equipe) e 270° para demais colaboradores (autoavaliação e avaliação por líderes e pares).

3. Comitê de Pessoas - Reunião com grupo de avaliadores, que promove a discussão sobre potencial e desempenho, proporcionando visibilidade à necessidade de desenvolvimento individual, carreira e sucessão.

4. Feedback e Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) - Momento em que o gestor conversa com o colaborador sobre o resultado da avaliação, direcionando o avaliado a planejar seu desenvolvimento por meio do PDI.

Após a conclusão do processo, os principais pontos são compilados e

passam a representar importantes insumos para o planejamento dos programas de desenvolvimento da Academia Ultragaz.

O ciclo de avaliação de competências abrangeu o público técnico, administrativo e de gestão, sendo este último composto por 190 gerentes e coordenadores, que equivalem a 82% dos gestores. Além disso, em 2018, foi realizado o ciclo de avaliação de comportamento, abrangendo avaliações de desempenho e de potencial, com foco em carreira e sucessão, que obteve a participação de 42 diretores e gerentes, que correspondem a 18% do quadro de gestão (sendo 19% mulheres e 81% homens). [GRI 404-03]

Remuneração e benefícios

Para manter sua atratividade para profissionais qualificados, a Ultragaz pratica uma política de remuneração e benefícios, alinhada a parâmetros de mercado.

A empresa considera a premissa ética de igualdade salarial entre gêneros, apurando, no entanto, que há salários 0,7% maiores a homens em cargos de liderança e 0,9% superior em cargos técnicos, administrativos e operacionais. Embora a diferença seja pequena, a intenção é reduzir a zero. [GRI 405-02]

No que diz respeito a benefícios, são oferecidos seguros de vida e saúde com ampla cobertura médico-hospitalar, pre-

vidência complementar, suporte multidisciplinar de uma equipe de Serviço Social, entre outros. Todos os colaboradores contratados pelo regime CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) são elegíveis aos mesmos benefícios. [GRI 401-02]

Em fevereiro de 2001, o Conselho de Administração da Ultrapar aprovou a adoção de um plano de previdência privada na modalidade de contribuição definida, patrocinado pela Ultrapar e suas controladas. Desde agosto daquele ano, empregados participantes contribuem para este plano, administrado pela Ultraprev - Associação de Previdência Complementar (Ultraprev). Nos termos do plano, a contribuição básica de cada empregado participante é calculada por meio da multiplicação de um percentual, até o limite de 11%, o qual é anualmente definido pelo participante, com base no seu salário. As sociedades patrocinadoras contribuem, em nome do participante, com um valor idêntico ao da contribuição básica deste. À medida que os participantes se aposentam, eles optam por receber: (i) uma

quantia mensal, que varia entre 0,5% e 1,0% sobre o fundo acumulado em seu nome na Ultraprev; ou (ii) um valor fixo mensal que esgotará o fundo acumulado em nome do participante em um prazo que varia entre 5 e 25 anos. Assim sendo, a Sociedade não assume responsabilidade por garantir valores e prazos de recebimento de aposentadoria. Em 2018, a Sociedade contribuiu com R\$ 5.732 (R\$ 5.974 em 2017) à Ultraprev, valor contabilizado como despesa no resultado do exercício. O total de empregados vinculados ao plano em 31 de dezembro de 2018 atingiu 1.975 participantes ativos e 33 participantes aposentados. Adicionalmente, a Ultraprev possuía 19 ex-funcionários recebendo benefícios conforme as regras de plano anterior, cujas reservas estão plenamente constituídas. [GRI 201-03]

Ainda com foco nos colaboradores aposentados, em 2018, a Ultragaz realizou processos de *coaching* de encerramento de carreira, contribuindo para o planejamento e a adaptação a essa nova fase de vida.

Saúde e segurança [GRI 103-02, 103-03]

VISÃO GERAL E INDICADORES

A área de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (SSMA) da Ultragaz conta com uma série de processos e rotinas para garantir que os colaboradores trabalhem em um ambiente seguro e com qualidade de vida. A gestão desse tema

envolve o importante papel do líder na questão da análise do risco e na mudança do comportamento, bem como a obtenção e a manutenção de licenças; o atendimento a requisitos legais; a investigação e a tratativa sobre quase acidentes e acidentes; as auditorias e os

TAXA DE ACIDENTES DO TRABALHO

Tipo de acidente do trabalho	2016	2017	2018
Com afastamento	2,46	2,51	2,98
Sem afastamento	3,12	4,36	5,31

planos de melhoria resultantes; a gestão de documentos; e o monitoramento de metas e indicadores. Quanto a estes, uma das métricas acompanhadas é a taxa de acidentes do trabalho (com e sem afastamento). Os números do quadro abaixo correspondem à incidência de acidentes para cada 1.000.000 horas trabalhadas. [GRI 403-09]

Com base em indicadores como esse, analisados em um maior nível de detalhes pela empresa, é possível planejar iniciativas de conscientização, treinamentos, revisões de procedimentos, adoção de novas camadas de proteção para atividades com maior exposição a riscos, entre outras medidas.

Para ampliar o comportamento seguro em todos os níveis e prevenir incidentes, a Ultragaz possui o **Programa Atitude Segura**. A iniciativa surgiu para auxiliar todos os profissionais a identificarem riscos no trabalho, evitando que acidentes aconteçam, e gerar uma rede de cuidado recíproco. O objetivo é criar uma cultura de comportamentos preventivos.

DIÁLOGO E PREVENÇÃO [GRI 403-04]

Para que as preocupações com saúde e segurança façam parte do cotidiano dos

colaboradores, em um ambiente participativo, a Ultragaz promove encontros diários chamados de **Diálogos de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (DSSMA)**. Nessa oportunidade, durante cerca de 15 minutos, os colaboradores debatem o tema, apresentam ideias e indicam pontos de atenção.

Há, também, a **Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa)**, que representa formalmente os colaboradores da empresa em relação ao tema, na sede, em todas as bases produtivas, bases-satélite e nas lojas próprias. Esse grupo é capaz de fornecer importantes insumos para o planejamento de ações preventivas, já que contempla a voz de trabalhadores de diversas áreas da empresa.

Outra iniciativa relevante tem sido a **Semana Interna de Prevenção de Acidentes (Sipat)**, oportunidade em que são abordados diversos temas relacionados à qualidade de vida dos colaboradores, que se refletem em seu desempenho e bem-estar no ambiente de trabalho. Em 2018, o evento teve como tema principal a “Atitude Segura”.

PROMOÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA [GRI 403-06]

Além dos programas que enfocam a

saúde ocupacional, a Ultragaz desenvolve desde 2014 o Programa de Qualidade de Vida Valoriza. A iniciativa é composta de ações como a ginástica laboral na sede e em todas as bases de produção, promovendo a prevenção de lesões por esforço repetitivo, e a campanha de vacinação contra gripe, que alcançou 70% de adesão dos colaboradores e, ainda, foi estendida aos familiares/ dependentes por um valor abaixo de mercado.

A empresa também tem estimulado a prática de atividade física por meio do patrocínio à Maratona Pão de Açúcar de Revezamento de São Paulo, que, em 2018, contou com 250 colaboradores da Ultragaz, que integraram a Equipe Ultra de Corridas, totalizando 730 participantes.

Para os trabalhadores ativos no plano de saúde da Central Nacional Unimed, a empresa oferece o Programa de Gerenciamento de Crônicos, que é direcionado a pessoas com doenças cardiovasculares e condições respiratórias, além de outras fragilidades e quadros de risco. Esse trabalho consiste em ações educativas e no monitoramento por médicos e enfermeiros, no sentido de manter a doença controlada.

Também por meio da Unimed, há o Programa de Gerenciamento de Casos Ortopédicos, em que os portadores de doenças osteomusculares são acompanhados por uma equipe de fisioterapeutas, com o objetivo de realizar tratamentos eficazes que contribuam para o restabelecimento da saúde.

Além de realizar programas que cuidam de casos crônicos e ortopédicos, a empresa divulga frequentemente dicas e orientações para prevenção de doenças, como campanhas de conscientização sobre o câncer de mama no “Outubro Rosa” e o câncer de próstata no “Novembro Azul”. Para testar e ajudar a fixar os conhecimentos sobre prevenção, a empresa lançou em 2018 um Quiz Interativo, que atraiu a participação de 400 colaboradores.

Visando à promoção da qualidade de vida e do bem-estar, a empresa realiza, desde 2016, um dia especial em que os filhos dos colaboradores são convidados a conhecer o ambiente de trabalho dos pais e a participar de atividades lúdicas estruturadas, separadas por faixa etária, que promovem a interação familiar. Em 2018, a iniciativa teve a presença de 52 crianças.



Além de realizar programas que cuidam de casos crônicos e ortopédicos, a empresa divulga frequentemente dicas e orientações para prevenção de doenças, como campanhas de conscientização sobre o câncer de mama no “Outubro Rosa” e o câncer de próstata no “Novembro Azul”.



05.

RELAÇÕES COM A SOCIEDADE

[GRI 103-02, 103-03]



Gestão sustentável [GRI 102-12, 102-13]

A Ultragaz tem buscado, a cada ano, ampliar sua contribuição para o desenvolvimento sustentável de seu negócio, da sociedade e do meio ambiente. Além de sua Política de Sustentabilidade – que orienta a geração de valor por meio da integração de iniciativas de qualidade, segurança, saúde ocupacional, meio ambiente e responsabilidade social – a empresa considera como importantes norteadores de sua gestão o Pacto Global das Nações Unidas, do qual é signatária desde 2009, e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, aos quais aderiu em 2016.

De modo convergente, enquanto o Pacto Global contempla dez compromissos empresariais sobre preservação ambiental, respeito a direitos humanos e combate à corrupção, os ODSs representam uma agenda global de contribuição para uma sociedade mais sustentável, com 17 objetivos e 169 metas para serem atingidas até 2030.

Todas as pessoas podem contribuir. Saiba mais:

www.pactoglobal.org.br

<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

Projetos socioambientais [GRI 203-02, 413-01, 413-02]

Com a missão de contribuir com o desenvolvimento socioeconômico das comunidades, investindo em projetos educativos, culturais e de preservação ambiental, com foco na sustentabilidade do negócio, em 2018, a Ultragaz impactou 10.857.383 pessoas por meio de suas iniciativas socioambientais. O total investido foi de R\$ 2,4 milhões, por meio de recursos próprios e de incentivos fiscais.

Os projetos apoiados e desenvolvidos pela Ultragaz são priorizados e organizados em três frentes: 1) educação e cultura para crianças, jovens e adultos de classes menos favorecidas, de abrangência na-

cional ou regional; 2) apoio ao desenvolvimento sociocultural das comunidades do entorno das unidades da companhia; e 3) campanhas educativas sobre saúde, bem-estar e preservação ambiental, direcionadas à sociedade como um todo e de abrangência nacional.

Em 2018, um dos temas de destaque, que mobilizou a destinação de recursos por parte da empresa, foi o **empoderamento feminino**. Nesse sentido, foi iniciada a parceria com a **Associação Feminina de Estudos Sociais e Universitários (Afesu)**, que atua no apoio a mulheres em condição de vulnerabilidade social, por meio da oferta de capaci-



Uma aliança que segue em destaque é com a Junior Achievement (JA), uma das maiores organizações sociais do mundo a ter foco no desenvolvimento de jovens para o ambiente de negócios e o empreendedorismo. [...] Em 2018, 290 profissionais da empresa foram voluntários nesse projeto.

tação para o mercado de trabalho. Além disso, a empresa se vinculou à **Rede Mulher Empreendedora (RME)**, a fim de oferecer oportunidades e fomentar o resgate da autoestima entre mulheres vítimas de violência doméstica.

Uma aliança que segue em destaque é com a **Junior Achievement (JA)**, uma das maiores organizações sociais do mundo a ter foco no desenvolvimento de jovens para o ambiente de negócios e o empreendedorismo. A Ultragaz capacita seus colaboradores para que eles possam realizar atividades educativas em escolas públicas do entorno

das bases operacionais e da matriz. Em 2018, 290 profissionais da empresa foram voluntários nesse projeto.

O voluntariado, aliás, continua alcançando um bom nível de engajamento na companhia. Em 2018, o Portal do Voluntariado registrou 23 ações, 143 voluntários inscritos e 19 unidades envolvidas.

Em 2018, a companhia foi aliada do **Fundo das Nações Unidas pela Infância (Unicef)**, disseminando, para clientes e colaboradores, informações sobre a importância da brincadeira na infância. Também continuou como in-



O voluntariado, aliás, continua alcançando um bom nível de engajamento na companhia. Em 2018, o Portal do Voluntariado registrou 23 ações, 143 voluntários inscritos e 19 unidades envolvidas. De 2015 a 2018, o portal registrou um total acumulado de 579 voluntários cadastrados.

tegrante do **Programa Na Mão Certa**, da **Childhood Brasil**, que consiste em um pacto empresarial para o enfrentamento da exploração social de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras. A empresa engaja todas as filiais na iniciativa, a partir da conscientização e da divulgação do Disque 100 – número disponível para denúncias relativas a direitos humanos.

[GRI 102-13]

Entre as atividades viabilizadas por meio de incentivo fiscal, uma das mais tradicio-

nais, realizada desde 2010, é a **Ultragaz Cultural**, que busca democratizar o acesso à cultura no país, por meio de projetos itinerantes gratuitos. Um deles é a **Carreta Cinema**, que transforma um caminhão em uma sala de cinema com capacidade para 77 pessoas. Em 2018, a iniciativa percorreu mais de 14 mil quilômetros, cruzando 11 estados, alcançando mais de 11.400 crianças de escolas e instituições da rede pública. Consulte o roteiro de 2019 neste link: <https://www.ultragaz.com.br/residencial/ultradicas/carreta-cinema-2019>



Diagnóstico socioambiental [GRI 203-02, 413-01, 413-02]

Para ampliar o diálogo e promover impactos positivos nas comunidades da região de suas plantas, a Ultragaz realiza uma pesquisa para identificar os reais desejos e necessidades dessas comunidades, localizadas no entorno de todas as bases de produção da Ultragaz (em atividade ou em período de construção).

A pesquisa utiliza dados quantitativos e qualitativos, que são obtidos a partir de indicadores socioeconômicos e ambientais, e por meio de consultas a representantes do Poder Público (Prefeituras e Secretarias Municipais), Organizações da Sociedade Civil e Lideranças Comunitárias. Os resultados desse processo são utilizados para a melhoria da atuação social da Ultragaz nas regiões onde a companhia está presente.

Duas edições da pesquisa já foram realizadas – em 2010 e 2015 – e uma próxima está prevista para 2020. A mais recente

abrangeu 19 municípios de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Sergipe, Ceará, Bahia, Pernambuco, Maranhão, Paraná, Rio Grande do Sul e Goiás. Diante dos desafios e oportunidades identificados, a Ultragaz criou e revisou projetos, com o objetivo de mitigar carências observadas nas comunidades e valorizar as pessoas como agentes transformadores na construção de uma sociedade mais sustentável.

Outra importante avaliação, promovida pela Ultragaz a cada três anos por meio de entrevistas, é sobre o êxito dos projetos implementados nas comunidades, em relação aos objetivos preestabelecidos. A avaliação desenvolvida em 2018 abrangeu 13 projetos e conquistou um Índice Geral de Satisfação de 8,42 (em uma escala de zero a dez), a partir dos critérios de relevância (8,68), qualidade das estratégias (8,05), resultados (8,41), contribuição da Ultragaz (8,46) e perspectiva para o futuro (8,49).



A avaliação desenvolvida em 2018 abrangeu 13 projetos e conquistou um Índice Geral de Satisfação de 8,42 (em uma escala de zero a dez), a partir dos critérios de relevância (8,68), qualidade das estratégias (8,05), resultados (8,41), contribuição da Ultragaz (8,46) e perspectiva para o futuro (8,49).



06.

RESPONSABILIDADE
AMBIENTAL

Visão geral sobre o produto [GRI 103-02, 103-03]

O GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) é obtido de duas formas: a primeira, e mais comum, decorre do refino do petróleo, quando a substância é obtida na parte alta da torre de destilação, após a retirada dos óleos combustíveis (gasolina, querosene, diesel e nafta). A segunda, em escala reduzida, acontece a partir do processamento do gás natural.

É transportado na forma líquida sob pressão e consumido na fase de vapor na maioria das aplicações. Formado pela mistura dos gases propano e butano, o GLP é inodoro. Por isso, por segurança, recebe um composto à base de enxofre, chamado Mercaptano, para caracterizar o odor e permitir a percepção de eventuais vazamentos.

Embora seja proveniente de combustível fóssil, o GLP é uma energia mais

limpa do que lenha, carvão e diesel, constituindo uma excelente alternativa energética. Ao substituir o fogão a lenha, não apenas contribui para o meio ambiente, como para a prevenção de doenças respiratórias geradas pela fumaça tóxica.

Outra vantagem é que o GLP não é tóxico, não contamina os mananciais de água, nem o solo. Os produtos da queima podem ser usados em contato direto com alimentos e artigos como cerâmica fina, sem nenhum prejuízo à pureza e à qualidade.

Pela facilidade de transporte e armazenamento, o fornecimento do gás chega aos lugares mais remotos, rurais ou urbanos, sem a necessidade de obras de infraestrutura, como a construção de gasodutos e redes de distribuição.

Melhorias ambientais contínuas [GRI 304-02]

Todas as unidades da Ultragaz monitoram continuamente potenciais impactos significativos do processo de transporte e envase de GLP, sobre o meio ambiente, identificando riscos, adotando medidas de prevenção e mitigação, e propondo melhorias que gerem valor para a empresa, do ponto de vista ambiental e econômico.

Nesse ambiente de constante melhoria, em 2018, a companhia investiu R\$ 371.776,70 em gestão ambiental, abrangendo a compra de kits de proteção ambiental, a troca de torneiras manuais por automáticas, melhorias no sistema de esgoto, obras para contenção de vazamentos, melhorias no armazenamento de resíduos e na coleta seletiva, instalação de reservatório para armazenamento de água da chuva, laudos e consultoria ambiental.

Emissões [GRI 103-02, 103-03, 305-05]

Desde 2009, a Ultragaz monitora suas emissões de gases de efeito estufa (GEE) de acordo com a metodologia do GHG Protocol e ISO 14064. A empresa busca continuamente tornar seus processos mais ecoeficientes e reduzir a pegada de carbono ao longo do ciclo de vida de seus produtos e serviços.

Em 2018, a empresa conseguiu reduzir suas emissões do escopo 1 e 2 em 3%, na comparação com o ano anterior. De 17.670 toneladas de CO₂e de emissões do escopo 1 e 2 em 2017, o volume passou para 17.130 toneladas de CO₂e. As emissões referentes ao escopo 1 e 2 da Ultragaz serão compensadas com a compra de créditos de carbono:

EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (TONELADAS DE CO₂e)

Emissões diretas (escopo 1) [GRI 301-01]

Origem	2016	2017	2018
Emissões diretas das unidades-base e lojas próprias	1.348	1.468	1.536
Frota de veículos próprios	14.685	14.249	13.992
Total do escopo 1	16.033	15.717	15.528

Emissões indiretas (escopo 2) [GRI 305-02]

Origem	2016	2017	2018
Energia elétrica consumida pelas bases e lojas próprias	1.738	1.953	1.602

Outras emissões (escopo 3) [GRI 305-03]

Origem	2016	2017	2018
Revendas	50.993	59.131	64.501
Viagens aéreas	1.208	1.071	1.130
Frota terceirizada	37.923	35.624	44.536
Total do escopo 3	90.124	95.826	110.167



Uma das iniciativas que impactaram positivamente as emissões foi a continuidade do uso de um software de otimização de malha logística, que, por meio de algoritmos, recomenda as rotas de transporte mais eficientes para levar o GLP das refinarias até as bases, além de indicar regiões com maior adensamento de demanda, que podem exigir uma nova estratégia de distribuição, como a abertura de novas bases.

Outro fator importante para o controle das emissões é que, desde 2014, a frota terceirizada conta com equipamentos de rastreamento e é gerida por meio de um sistema integrado de informações. Com isso, a empresa ganhou agilidade na tomada de decisões e obteve melhores condições de planejar as operações e rotas e de monitorar equipes e entregas nos clientes, considerando uma série de indicadores de desempenho, como gastos e consumo de combustível.

Além das emissões totais, a Ultragaz possui um indicador de emissões de GEE por

tonelada de GLP vendido. Em 2018, a empresa emitiu 0,0099 toneladas de CO₂e de escopo 1 e 2, para cada tonelada de GLP vendida. **[GRI 305-04]**

CDP SUPPLY CHAIN AMÉRICA LATINA **[GRI 102-12, 103-13, 201-02]**

A Ultragaz é integrante do Carbon Disclosure Project (CDP), organização internacional sem fins lucrativos, que compartilha mundialmente dados sobre emissões de gases de efeito estufa e ações para mitigá-las, e do CDP Supply Chain América Latina, iniciativa que promove a sustentabilidade na cadeia de valor e engaja fornecedores no combate às mudanças do clima.

Para avançar na gestão desse tema, em 2018, a empresa convidou seus fornecedores mais relevantes e críticos a reportarem informações, como dados ambientais e ações de mitigação e adaptabilidade climática. Dos parceiros convidados, 71% responderam aos questionários. Os dados foram usados para diagnosticar a consciência sobre

o tema, a transparência das relações e o nível das práticas de gestão, gerando informações valiosas para análises de riscos e oportunidades.

Uma das descobertas, por exemplo, é a de que 25% dos fornecedores já se consideram expostos a riscos climáticos, seja de natureza física e/ou de transição. De acordo com os riscos reportados, 44% estão relacionados com mudanças nos padrões de precipitação e variabilidade extrema nos padrões climáticos e 22% estão rela-

cionados com investimentos malsucedidos em novas tecnologias.

Por outro lado, 50% dos fornecedores possuem algum tipo de procedimento para gestão do risco (climático), 37,5% dos fornecedores calcularam o inventário de emissões e 40% possuem metas de redução de emissão de gases de efeito estufa.

Diante desse cenário, a Ultragaz pretende oferecer aos seus fornecedores apoio e novas capacitações relacionados ao assunto, a partir de 2019.

Consumo de Energia **[GRI 103-02, 103-03, 302-01, 302-02, 302-03, 302-04]**



[...] o volume de energia consumida foi de 19.651.227,5 kWh, que representa 1,67% de redução em relação a 2017.

Em 2018, a Ultragaz apresentou novamente redução no consumo de energia elétrica, considerando suas bases de produção, bases-satélite e lojas próprias. Desta vez, o volume de energia consumida foi de 19.651.227,5 kWh, que representa 1,67% de redução em relação a 2017. A taxa de intensidade energética foi de 11,39 kWh, que corresponde à razão entre o consumo energético kWh por tonelada de GLP vendido. Essa taxa foi menor do que 2017, quando ficou em 11,45.

O consumo de energia dentro da organização foi de 385.128,46 gigajoules (GJ), 18% a mais do que em 2017, quando foi registrado 327.177,68 GJ. Fora da organização – com relação ao combustível usado pelas vendas, pelo transporte terceirizado de GLP e por viagens aéreas – o consumo foi de 1.448.047,01 GJ, 16% superior aos 1.246.677,85 GJ contabilizados no ano anterior. As metas de redução não são gerais, mas estabelecidas pelas unidades.

Consumo de água [GRI 103-02, 103-03]

Um dos processos que mais consome água na Ultragaz é o de lavagem dos botijões - processo feito para higienização e conservação dos produtos. Para tornar essa atividade mais eficiente e ambientalmente responsável, a empresa tem adotado equipamentos que permitem o tratamento e o reaproveitamento da água usada nesse processo, o que torna o circuito de lavagem praticamente fechado. Mais de 90% da água que seria descartada é reutilizada pela organização.

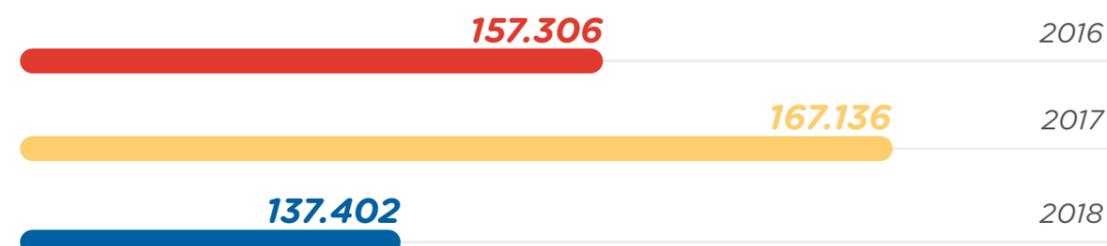
Além de constantes melhorias dos processos de maior impacto sobre os recursos hídricos, a empresa realiza campanhas internas de conscientização, a fim de que o consumo responsável seja uma preocupação de todos os colaboradores.

Abaixo, estão apresentados os volumes consumidos pela Ultragaz nos últimos três anos, separados por origem. Como é possível observar, o consumo de água apresentou uma redução de mais de 20%, o que é bastante expressivo.

CONSUMO DE ÁGUA EM METROS CÚBICOS (M³) POR FONTE [GRI 303-03]

Fonte	2016	2017	2018
Água subterrânea (poços artesianos)	52.283	81.360	41.773
Rede municipal/ concessionária	98.761	80.630	88.629
Outras fontes (galões e caminhões-pipa)	6.262	5.147	7.000

TOTAL DE ÁGUA CONSUMIDA (M³)



O mesmo nível de preocupação com a redução do consumo está presente no momento de gerenciar os efluentes. A empresa adota procedimentos para evitar a po-

luição da água, como pela contaminação por substâncias tóxicas, e atende rigorosamente à legislação. Aqueles efluentes gerados em processos operacionais são tratados para reutilização, por meio do sistema fechado como citado anteriormente, ou para que o descarte atenda a

todos os parâmetros vigentes de qualidade da água. Além disso, há o efluente doméstico, que abrange, principalmente, o esgotamento sanitário, recebendo a destinação conforme a legislação. Confira abaixo os volumes descartados nos últimos anos:

GERAÇÃO E DESCARTE DE EFLUENTES (M³) [GRI 303-04]

Categoria/ descrição de atividade	2016	2017	2018
Efluentes gerados e descartados	36.917	50.272	27.765
Efluentes gerados e descartados por tonelada de GLP vendida	0,02	0,03	0,02

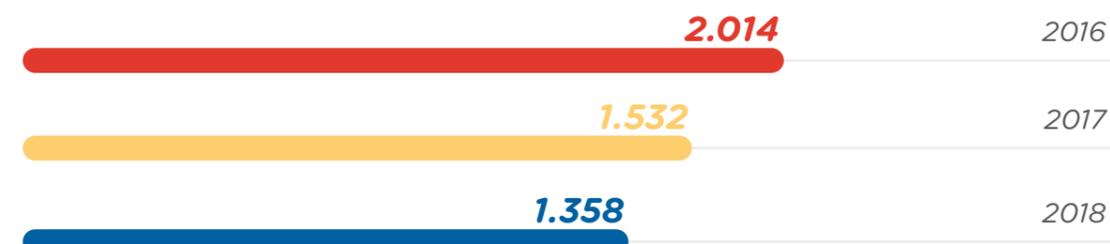
Resíduos [GRI 103-02, 103-03]

Na Ultragaz, a gestão responsável dos resíduos abrange o consumo responsável, o monitoramento dos volumes gerados e a revisão de processos, a fim de produzir menor impacto ambiental, a reciclagem e a reutilização de materiais.

Em 2018, foram geradas 1.358 toneladas de resíduos, sendo 39% classificados como perigosos e 61% como não perigosos. Confira a seguir os volumes de resíduos gerados nos anos recentes:

GERAÇÃO DE RESÍDUOS [GRI 306-02]

PESO TOTAL DE RESÍDUOS EM TONELADAS



DESCRIÇÃO	2016	2017	2018
Percentual de resíduos perigosos	26%	36%	39%
Percentual de resíduos não perigosos	74%	64%	61%

Dependendo da classificação e do tipo de resíduo, a legislação prevê diferentes métodos de disposição. São destinados à reciclagem os resíduos como papel, sucata, vidro, borracha, óleo vegetal e madeira. No âmbito dos resíduos perigosos, equipamentos de proteção individual (EPI) contaminados e borras de tinta são encaminhados para coprocessamento ou reprocesso; lâmpadas são descontaminadas e recicladas; e materiais ambulatoriais são incinerados. São

enviados para aterros sanitários ou industriais os resíduos comuns, orgânicos e de construção civil. O peso de resíduos perigosos transportados foi de 536 toneladas. [GRI 306-04]

Em 2018, foram recicladas 211 toneladas de resíduos não perigosos (26% do volume gerado nesta categoria) e 132 toneladas de resíduos perigosos (que corresponde a 25% do total produzido nessa classificação).

VOLUME DE RESÍDUOS RECICLADOS [GRI 301-02]

Descrição	2016		2017		2018	
	Volume (t)	% sobre o total gerado	Volume (t)	% sobre o total gerado	Volume (t)	% sobre o total gerado
Resíduos perigosos reciclados	84	18%	117	21%	132	25%
Resíduos não perigosos reciclados	258	24%	286	29%	211	26%

Uma das medidas mais eficazes para diminuir resíduos e impacto ambiental é a requalificação de vasilhames que acondicionam o GLP. Esse processo atende a normas técnicas do setor, que preveem prazos para o procedimento e uma série de parâmetros de segurança. Quando requalificado, o

vasilhame recebe um certificado que atesta suas condições de uso. Os recipientes inutilizados (aproximadamente 100 mil por ano, ou 1,3 toneladas) são prensados, para que o aço seja vendido como sucata para a indústria de siderurgia. Confira a seguir os volumes requalificados pela empresa:

REQUALIFICAÇÃO DE VASILHAMES DE GLP [GRI 301-02, 301-03]

Ano	Tipo de vasilhame	Total de vasilhames	Quantidade requalificada	Percentual requalificado
2016	P-013	24.220.435	2.167.826	9%
	P-020	166.450	25.100	15%
	P-045	574.604	102.653	18%
2017	P-013	25.419.388	2.357.703	9%
	P-020	166.368	19.387	12%
	P-045	503.721	41.333	8%
2018	P-013	26.109.200	2.326.393	9%
	P-020	170.451	18.312	11%
	P-045	508.255	35.533	7%

COLETA DE ÓLEO E LIXO ELETRÔNICO

Além dos esforços relacionados aos processos internos, a Ultragas promove dois importantes projetos em parceria com sua rede de revendas, objetivando ampliar a consciência ambiental nas comunidades em que atua, estimular a redução na geração

de resíduos e promover sua adequada destinação. Conheça a seguir:

- **Campanha Junte Óleo - Ultragas Coleta e Soya Recicla:** Com o projeto, realizado em parceria com Bunge e o Instituto Triângulo, a cada dois li-

tros de óleo usado, acondicionado em uma garrafa pet e entregue ao vendedor Ultragaz, o consumidor recebe duas pedras de sabão biodegradável. Uma parte do óleo coletado é destinada para fazer o sabão biodegradável e outra é direcionada à produção de

biodiesel. O projeto está presente nos estados do Ceará, Bahia, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e São Paulo. Desde o início da campanha, em 2014, até o final de 2018, foram coletados mais de um milhão de litros de óleo de cozinha de mais de 600 mil residências.



Desde o início da campanha, em 2014, até o final de 2018, foram coletados mais de um milhão de litros de óleo de cozinha de mais de 600 mil residências.

• **Ultragaz Pega Pilhas, Baterias e Celulares:** A coleta é realizada por caminhões da companhia e nas filiais integradas à iniciativa. Com o programa, a Ultragaz tem contribuí-

do para a destinação correta de pilhas, baterias e celulares. Em 2018, a iniciativa foi responsável por encaminhar 1.355,7 kg para reprocessamento ou reciclagem.



Além de espaços mais amigáveis em relação ao meio ambiente, a empresa incentiva que as revendas adotem práticas sustentáveis, e que, quando possível, engajem a comunidade do entorno a participarem das iniciativas. Para isso, os empresários parceiros são treinados pela Ultragaz por meio de um programa chamado Somar Sustentabilidade (descrito na seção Gestão Humana > Desenvolvimento), que apresenta conceitos e dicas de ações simples que podem exercer um impacto positivo para a sociedade.



07.

FOCO EM CLIENTES E CONSUMIDORES

[GRI 103-02, 103-03]

Consultas de satisfação

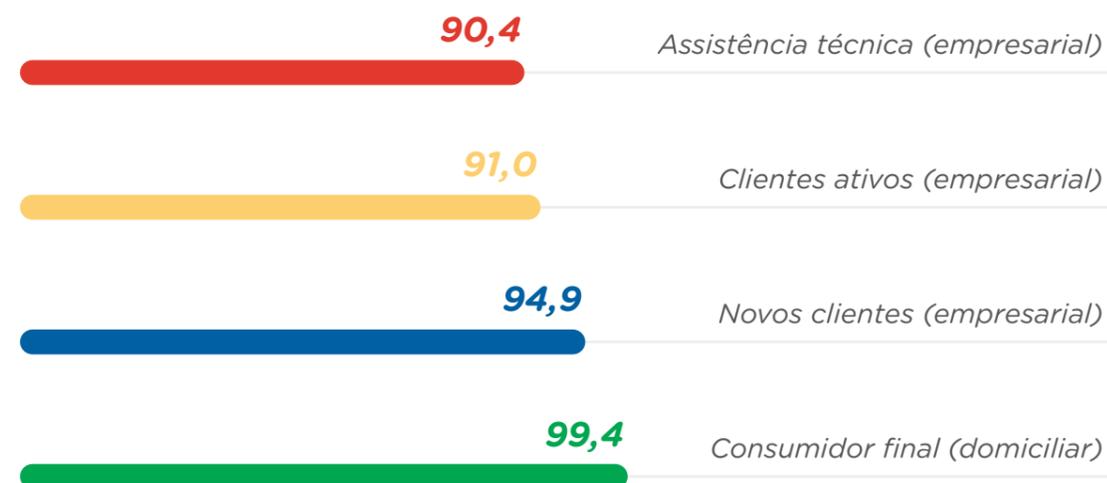
Um importante insumo para o planejamento dos negócios de uma empresa está nas pesquisas de satisfação. Sabendo disso, a Ultragaz usa esse recurso regularmente, com intervalos de no máximo um ano. As pesquisas permitem que a empresa aprofunde seus conhecimentos sobre as expectativas de clientes e parceiros comerciais, e identifique oportunidades de melhoria em seus produtos, serviços e práticas de gestão.

O Índice de Satisfação do Cliente (ISC) é resultante de um questionário que permite respostas em uma escala de zero a dez, de “nada satisfeito” a “muito satisfeito”. Esse questionário é aplicado por meio de contato telefônico, com base na norma ABNT 5426 (Planos de amostragem e procedimentos na ins-

peção por atributos). Os entrevistados são selecionados com base em critérios estatísticos, de modo a garantir a representatividade das amostras de campo.

Os resultados podem ser considerados positivos, a partir do alcance de um percentual mínimo de 80% na escala de satisfação. Portanto, sempre que o índice se situa abaixo desse patamar, os analistas da pesquisa entram em campo para checar quaisquer eventuais inconformidades. Algumas vezes, esse levantamento aponta a necessidade de ações corretivas e de aprimoramento dos processos operacionais.

As análises de 2018 mostraram que todos os segmentos pesquisados mantiveram índices de satisfação acima de 80%. Confira o detalhamento a seguir:



A periodicidade da consulta é anual para todos os segmentos: assistência técnica, clientes ativos, novos clientes, revendas e consumidor final.

Conformidade e segurança

A qualidade e a segurança são fatores de constante atenção por parte da Ultragaz. Por essa razão, a empresa busca continuamente aprimorar seus produtos e conta com processos consistentes para prevenção e verificação de não conformidades.

Os parâmetros verificados contemplam, essencialmente, legislação, normas do Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia) e padrões de mercado. Essa análise é ainda mais criteriosa nas etapas de inspeção, repintura e requalificação de recipientes.

É importante lembrar que todos os botijões são inspecionados. Em 2018, em apenas 0,092% dos botijões verificados foi constatada alguma não conformidade – percentual estável em relação a 2017. Nesses casos, o re-

cipiente é recolhido e não chega até o consumidor final. Em função desse tipo de procedimento, em 2018, não houve registro de qualquer incidente de impacto de produtos e serviços à saúde e à segurança de cliente e consumidores. [GRI 416-01, 416-02]

Além desse trabalho contínuo de qualidade e segurança, em 2017, a Ultragaz realizou um estudo pioneiro no Brasil para avaliar o ciclo de vida do botijão P13, considerando os impactos relacionados às fases de produção, envase, uso e logística desse produto. Foram avaliadas sete categorias de impacto ambiental: toxicidade humana, mudanças climáticas, formação de ozônio fotoquímico, acidificação, eutrofização marinha, eutrofização de água doce e depleção de recurso mineral e fóssil. A partir dos resultados desse projeto, estão sendo estudadas melhorias no processo de produção do botijão.



GESTÃO DE FORNECEDORES

[GRI 102-07, 102-09]

08.



A gestão de suprimentos é altamente estratégica para a Ultragas. Isso porque, além de a empresa se relacionar com mais de 8.000 fornecedores, os itens centrais de sua oferta dependem de processos de compras, que precisam ser economicamente viáveis e sustentáveis.

O Gás Liquefeito de Petróleo comercializado pela Ultragas é atualmente adquirido da Petrobras, que considera em sua composição de preços a média das cotações dos gases butano e do propano no mercado europeu, reajustando os valores trimestralmente desde o

início de 2018. Saiba mais em: <http://www.petrobras.com.br/pt/produtos-e-servicos/precos-de-venda-as-distribuidoras/glp-residencial/>

Os botijões representam outra compra muito relevante. Todos os anos, são gastos, em média, R\$ 70 milhões com 1 milhão de novas garrafas.

Para administrar compras tão estratégicas, a empresa tem aprimorado a cada ano os seus processos de gestão, planejamento, negociação e gerenciamento de riscos, aplicados à cadeia de suprimentos.



Com o objetivo de garantir o alinhamento de condutas, a Ultragas estabelece, ainda, para todos os fornecedores críticos, a assinatura de um Termo de Compromisso de atuação sustentável. Nele, há cláusulas relacionadas a questões éticas, trabalhistas, de direitos humanos e de meio ambiente [...]

Para todos os seus 72 fornecedores críticos, a Ultragas pratica um processo ainda mais rigoroso de homologação, que envolve questionário, avaliação documental e visita in loco (auditoria presencial) pela equipe de Normatização & Qualidade. São verificadas questões financeiras (capacidade de atendimento), tributárias, ambientais e sociais, incluindo aspectos trabalhistas

e de direitos humanos. No que se refere a avaliações reputacionais dos fornecedores em geral, somente em 2018, a Central de Serviços Compartilhados (CSC) efetuou 6.458 verificações prévias à contratação. [GRI 308-01, 414-01]

Com o objetivo de garantir o alinhamento de condutas, a Ultragas estabelece, ain-

da, para todos os fornecedores críticos, a assinatura de um Termo de Compromisso de atuação sustentável. Nele, há cláusulas relacionadas a questões éticas, trabalhistas, de direitos humanos e de meio ambiente, como exigências de registro de empregados de acordo com a CLT, de mecanismos de prevenção de assédio moral, de respeito à jornada de trabalho, de combate ao trabalho infantil e análogo à escravidão, de práticas anticorrupção, entre outras questões. [GRI 412-03]

Em 2018, os processos de homologação e de monitoramento de fornecedores não identificaram impactos significativos e violações às diretrizes da empresa, em relação a práticas sociais (incluindo questões trabalhistas e de direitos humanos), ambientais e ligadas à corrupção. Quaisquer casos identificados e comprovados estão sujeitos ao processo de suspensão previsto no Manual do Fornecedor. [GRI 414-02]

Para aproximar a relação com seus parceiros estratégicos, a Ultragas realiza anualmente, desde 2012, o Encontro Anual de Fornecedores de Materiais e Serviços Críticos. O evento aborda o planejamento estratégico da empresa e promove a troca de informações sobre as expectativas e as necessidades de cada parte. Também são temas as avaliações de qualidade e de sustentabilidade, a distribuição de GLP no Brasil, a inovação e a excelência em gestão.

A Ultragas sempre considera a possibilidade de parceria com empresas que operem na região de suas bases/ filiais, a fim de facilitar a gestão do contrato, promover a redução de custos logísticos e o melhor atendimento a prazos, além de estimular o desenvolvimento econômico das áreas onde atua. [GRI 204-01]





09.

SOBRE O
RELATÓRIO

Visão geral sobre a publicação

Desde 2010, por meio do seu Relatório de Sustentabilidade, a Ultragaz tem divulgado de forma transparente à sociedade o seu desempenho econômico, social e ambiental, bem como seus esforços para gerenciar os impactos negativos e positivos de seus negócios.

Esse reporte tem sido elaborado com base nas diretrizes da GRI (Global Reporting Initiative), uma organização sem fins lucrativos, responsável por estabelecer os parâmetros para relatórios, mais utilizados por organizações em todo o mundo. Em 2018, a empresa realizou a transição da versão da G4 para a GRI Standards, na opção “essencial”, que representa um conjunto de normas internacionais do GSSB (Global Sustainability Standards Board, ou Conselho Global de Padrões de Sustentabilidade). **[GRI 102-54]**

A publicação tem ciclo de emissão anual e corresponde ao desempenho da Ultragaz S.A. durante o período de

1º de janeiro a 31 de dezembro de 2018. Em alguns trechos, sempre indicados ao longo do texto (como na seção de Governança Corporativa), são também apresentadas informações sobre a Ultrapar Participações S.A. **[GRI 102-50, 102-52]**

As informações sobre o desempenho financeiro são relativas à Ultragaz. As Demonstrações Financeiras Padronizadas da Ultrapar e de suas controladas estão disponíveis no website de Relações com Investidores da Ultrapar. **[GRI 102-45]**

Edições anteriores do relatório podem ser consultadas na página de sustentabilidade do website institucional. O documento anterior foi referente ao período de janeiro a dezembro de 2017. O presente relatório não apresenta reformulações significativas de informações materiais tratadas no último ano. O relatório não foi submetido a auditoria externa. **[GRI 102-48, 102-51, 102-56]**



Dúvidas sobre este documento podem ser encaminhadas para sustentabilidade@ultragaz.com.br. **[GRI 102-53]**

Definição de temas materiais **[GRI 102-46]**

Com o objetivo de nortear a gestão sustentável do negócio e suas iniciativas de comunicação, a Ultragaz revisou sua matriz de materialidade por meio de consultas, para conhecer os temas considerados mais relevantes na visão de seus públicos estratégicos.

Foram analisados os impactos econômicos, ambientais e sociais das atividades da empresa, bem como a influência de diversos temas nas opiniões e nas decisões de seus públicos estratégicos. As questões priorizadas de acordo com esses critérios são chamadas de “temas materiais”.

A materialidade, além de ajudar a nortear a gestão sustentável do negócio, contribui para a escolha dos assuntos e indicadores a serem apresentados no relatório de sustentabilidade.

O processo de consulta abrangeu diálogos presenciais, formulário digital e entrevistas telefônicas. Além das lideranças da própria organização, foram definidos como públicos-alvo: colaboradores, revendedores, representantes da comunidade/ sociedade, fornecedores/ prestadores de serviços, cliente empresarial, consumidores e poder público. Esses públicos foram escolhidos com base no impacto que suas opiniões e decisões exercem sobre o negócio da Ultragaz, bem como na influência da empresa sobre cada grupo. **[GRI 102-40, 102-42, 102-43]**

Os diálogos presenciais abrangeram nove líderes da organização: da Ultrapar, o Vice-Presidente do Conselho de Administração; da Ultragaz, o Presidente, o Diretor de Operações, o Diretor de Desenvolvimento, a Gerente de Sustentabilidade, o Gerente de Desenvolvimento Empresarial, a Gerente de Suprimentos, o Gerente de Engenharia e o Gerente de Qualidade.

No caso do formulário digital, o público-alvo foi o poder público, colaboradores, representantes da comunidade, um cliente empresarial e fornecedores. Esse formulário continha 33 temas econômicos, sociais e ambientais abordados pela GRI Standards e orientava os participantes a atribuírem uma pontuação de 1 a 5 para cada assunto, sendo 1 “sem importância” e 5 “extremamente importante”. Quatorze pessoas preencheram a pesquisa.

Por telefone, a empresa buscou contato com representantes do poder público e da comunidade/ sociedade, com um cliente empresarial, com revendedores e consumidores. O resultado abrangeu três entrevistas com revendedores, quatro com consumidores e uma com o Pacto Global das Nações Unidas.

No total, 30 pessoas participaram da consulta, sendo: 9 líderes da empresa, 3 colaboradores, 3 revendedores, 1 representante da comunidade/ sociedade, 4

consumidores e 10 fornecedores/ prestadores de serviços.

A partir das consultas, 14 temas foram considerados extremamente relevantes para mais de um grupo consultado, in-

cluindo a liderança da empresa. Conheça a seguir os temas materiais para a gestão sustentável da Ultragaz e os indicadores GRI que fazem parte deste relatório, para responder às questões priorizadas.

TEMAS MATERIAIS PARA A GESTÃO SUSTENTÁVEL DA ULTRAGAZ

[GRI 102-44, 102-47, 103-01]

Dimensão	Temas materiais	Indicadores GRI correspondentes ao tema neste relatório
Econômica	Desempenho econômico	201-02, 201-03
	Impactos econômicos indiretos	203-01, 203-02
	Anticorrupção	205-01, 205-02, 205-03
	Práticas anticompetitivas	206-01
Ambiental	Materiais	301-02, 301-03
	Energia	302-01, 302-02, 302-03, 302-04
	Água e efluentes	303-03, 303-04
	Emissões	305-01, 305-02, 305-03, 305-04, 305-05
	Efluentes e resíduos	306-02, 306-03, 306-04
	Conformidade ambiental	307-01
	Saúde e segurança ocupacional	403-04, 403-06, 403-09
Social	Treinamento e educação	404-01, 404-02, 404-03
	Comunidades locais	413-01, 413-02
	Saúde e segurança do cliente	416-01, 416-02

Todos os tópicos materiais referem-se a temas que são de responsabilidade da Ultragaz, seja por meio de sua atuação direta ou da gestão estratégica de sua rede de parceiros. Há, portanto, algum nível de influência da atuação

de *stakeholders* externos, em especial dos revendedores que representam a marca Ultragaz, de fornecedores e de prestadores de serviços, sobre os assuntos considerados mais relevantes para a companhia.

RESUMO SOBRE AS MUDANÇAS NA MATERIALIDADE DE 2017 PARA 2018

[GRI 102-49]

Temas materiais em 2017	Como ficaram em 2018
Saúde e Segurança no Trabalho	Continuam materiais
Concorrência desleal	
Transparência na Comunicação	Por representarem questões-chave para a gestão organizacional, serão abordados de maneira transversal, permeando a abordagem dos temas materiais.
Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico	
Risco e Segurança no Transporte	Será abordado a partir do tema “saúde e segurança”, tanto do cliente quanto do colaborador – ambos temas materiais.
Trabalho infantil	Deixaram de ser temas materiais, pela compreensão dos públicos de que os processos e controles da Ultragaz são maduros para prevenir casos relativos a trabalho infantil e assédio, e pela ausência de ocorrências registradas pela empresa nos últimos anos.
Assédio moral e/ou sexual	

10.

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

[GRI 102-55]



GRI STANDARDS: INDICADOR		ODS	RESPOSTA
102-01	Nome da organização		14
102-02	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	ODS 7 - Energia limpa e acessível ODS 9 - Indústria, inovação e infraestrutura ODS 11 - Cidades e comunidades sustentáveis	14, 18-20
102-03	Localização da Sede		14
102-04	Número de países em que a organização opera		14
102-05	Tipo e natureza jurídica da propriedade		26
102-06	Mercados atendidos	ODS 9 - Indústria, inovação e infraestrutura ODS 11 - Cidades e comunidades sustentáveis	18-20
102-07	Porte da organização		33, 36, 68
102-08	Informações sobre perfil de empregados e outros trabalhadores	ODS 5 - Igualdade de gênero ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico	36
102-09	Descrição da cadeia de suprimentos	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico	36, 37
102-10	Principais mudanças na estrutura da companhia durante o período coberto		29
102-11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução		28
102-12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente, de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima ODS 17 - Parcerias e meios de implementação	46, 54, 55

GRI STANDARDS: INDICADOR		ODS	RESPOSTA
102-13	Principais participações em associações e/ou organismos nacionais/internacionais	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima ODS 17 - Parcerias e meios de implementação	46, 54, 55
102-14	Declaração do principal tomador de decisões		6-11
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades		6-11
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	ODS 5 - Igualdade de gênero ODS 16 - Paz, justiça e instituições eficazes	17, 24, 25
102-18	Estrutura de governança, incluindo comitês	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico	26-29
102-40	Lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização		73, 74
102-41	Percentual de colaboradores cobertos por negociação coletiva	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico	36
102-42	Base usada para identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento		73
102-43	Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i>		73
102-44	Principais tópicos e preocupações dos <i>stakeholders</i> e medidas adotadas pela Companhia		74, 75
102-45	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras		72
102-46	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório		73-75

GRI STANDARDS: INDICADOR		ODS	RESPOSTA
102-47	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo		74, 75
102-48	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores		72
102-49	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores, no que se refere à lista de tópicos materiais, limite dos tópicos abordados		75
102-50	Período coberto pelo relatório		72
102-51	Data do relatório anterior mais recente		72
102-52	Ciclo de emissão dos relatórios		72
102-53	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório		72
102-54	Premissas de relato de acordo com os Standards GRI		72
102-55	Sumário de conteúdo GRI		76-85
102-56	Verificação externa		72
103-01	Aspectos materiais e seus limites		74, 75
103-02	Abordagem de gestão dos temas materiais		32, 33, 38-43, 46-49, 52-61
103-03	Avaliação da abordagem de gestão		32, 33, 38-43, 46-49, 52-61
201-02	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima	64, 55

GRI STANDARDS: INDICADOR		ODS	RESPOSTA
201-03	Obrigações do plano de benefícios e outros planos de aposentadoria	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico	40, 41
203-01	Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público	ODS 11 - Cidades e comunidades sustentáveis	Não foi realizado esse tipo de investimento em 2018.
203-02	Descrição de impactos econômicos indiretos significativos	ODS 1 - Erradicação da Pobreza	46-49
204-01	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico	69
205-01	Operações/ unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados com corrupção	ODS 16 - Paz, justiça e instituições eficazes	24, 25
205-03	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	ODS 16 - Paz, justiça e instituições eficazes	25
206-01	Ações judiciais por comportamento anticoncorrencial e práticas de truste e monopólio	ODS 16 - Paz, justiça e instituições eficazes	25
301-02	Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima	58, 59
301-03	Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produtos	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima	58, 59
302-01	Consumo de energia dentro da organização	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima	55
302-02	Consumo de energia fora da organização	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima	55
302-03	Intensidade energética	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima	55
302-04	Redução do consumo de energia	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima	55
303-03	Retirada de água	ODS 6 - Água potável e saneamento	56

GRI STANDARDS: INDICADOR	ODS	RESPOSTA
303-04	Descarte de água	ODS 6 - Água potável e saneamento 57
304-02	Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços	ODS 14 - Vida na água ODS 15 - Vida terrestre 52
305-01	Emissões diretas de gases de efeito estufa (Escopo 1)	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima 53
305-02	Emissões indiretas de gases de efeito estufa provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima 53
305-03	Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3)	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima 54
305-04	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima 53
305-05	Redução de emissões de gases de efeito estufa	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima 57, 58
306-02	Resíduos por tipo e método de disposição	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima
306-03	Número e volume total de derramamentos significativos	ODS 14 - Vida na água ODS 15 - Vida terrestre Não foram registradas ocorrências de derramamentos significativos em 2018.
306-04	Peso de resíduos perigosos transportados - importados, exportados ou tratados	ODS 13 - Ação contra a mudança global do clima 58
307-01	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais, incluindo valor monetário de multas significativas	ODS 14 - Vida na água ODS 15 - Vida terrestre Não foram registradas não conformidades com leis e regulamentos ambientais em 2018.

GRI STANDARDS: INDICADOR	ODS	RESPOSTA
308-01	Novos fornecedores que foram selecionados usando critérios ambientais	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico ODS 12 - Consumo e produção responsáveis 68
401-01	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico 37
401-02	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral, que não são fornecidos a empregados temporários ou em regime de meio período	ODS 3 - Saúde e bem-estar ODS 5 - Igualdade de gênero 40, 41
403-04	Formas de participação dos trabalhadores, consulta e comunicação sobre saúde e segurança ocupacional	ODS 3 - Saúde e bem-estar 42
403-06	Promoção da saúde do trabalhador	ODS 3 - Saúde e bem-estar 42, 43
403-09	Lesões relacionadas ao trabalho	ODS 3 - Saúde e bem-estar 41, 42
404-01	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	ODS 4 - Educação de qualidade 38, 39
404-02	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	ODS 4 - Educação de qualidade 39, 40

GRI STANDARDS: INDICADOR	ODS	RESPOSTA
404-03	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional	40
405-02	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional e por unidades operacionais relevantes	ODS 5 - Igualdade de gênero 40
406-01	Incidentes de discriminação e ações corretivas tomadas	ODS 5 - Igualdade de gênero 25
407-01	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade de associação e negociação coletiva podem estar em risco	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico 36
412-03	Acordos e contratos de investimento significativos, que incluem cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidas a avaliações desse tipo (número total e percentual)	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico 68, 69
413-01	Operações com envolvimento da comunidade local, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento	ODS 1 - Erradicação da Pobreza ODS 3 - Saúde e bem-estar ODS 4 - Educação de qualidade ODS 10 - Redução das desigualdades ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico ODS 11 - Cidades e comunidades sustentáveis ODS 17 - Parcerias e meios de implementação 46-49

GRI STANDARDS: INDICADOR	ODS	RESPOSTA
413-02	Operações com impactos negativos significativos, reais e potenciais, nas comunidades locais	49
414-01	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais (ex.: práticas trabalhistas, direitos humanos)	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico ODS 12 - Consumo e produção responsáveis 68
414-02	Impactos sociais negativos na cadeia de suprimentos e ações tomadas	ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico ODS 12 - Consumo e produção responsáveis 69
415-01	Valor de contribuições políticas	A companhia não realiza contribuições políticas.
416-01	Percentual das categorias significativas de produtos e serviços, para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança	ODS 3 - Saúde e bem-estar ODS 12 - Consumo e produção responsáveis 65
416-02	Incidentes de não conformidade relativos a saúde e impactos na segurança de produtos e serviços	ODS 3 - Saúde e bem-estar ODS 12 - Consumo e produção responsáveis 65
419-01	Não conformidade com leis e regulamentos nos âmbitos social e econômico (valor monetário de multas e número de sanções não monetárias)	ODS 12 - Consumo e produção responsáveis • 14 processos da ANP - Valor estimado: R\$ 638.200,00 • 58 processos do Ipem - Valor estimado: R\$ 1.704.080,00 Não foram registradas sanções não monetárias.

