

RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE  
ULTRAGAZ  
2 0 1 5



# S U M Á R I O

NOSSA ATUAÇÃO 02

MENSAGEM DOS EXECUTIVOS 06

GOVERNANÇA CORPORATIVA 10

PERFIL ORGANIZACIONAL 16

RESULTADOS 2015  
(FORMA DE GESTÃO E DEMONSTRATIVOS DOS INDICADORES ECONÔMICOS) 20

SOBRE O RELATÓRIO 56

ÍNDICE REMISSIVO GRI 63

## Referência em inovação, excelência e segurança

Há 79 anos, a Ultragaz é referência em qualidade, excelência operacional, inovação e segurança no mercado brasileiro de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP). Atendemos mais de 11 milhões de clientes residenciais e 47,8 mil clientes empresariais em todas as regiões do país. Em nossa visão, liderar o setor de distribuição de GLP no país não é apenas ser a maior empresa do ramo. É, também, abrir novas frentes de mercado, tendo como norte uma atuação sustentável, ética, transparente, respeitando todos os nossos públicos de relacionamento.

### Qualidade nos relacionamentos

- TEMOS COMO UM DE NOSSOS PRINCIPAIS VALORES A PAIXÃO PELO CLIENTE E TRABALHAMOS PARA FORTALECER NOSSA MARCA, OFERECENDO O MELHOR ATENDIMENTO DO MERCADO.
- Orientamos nossa conduta por um código de ética baseado em três princípios fundamentais: ética na gestão, ética nos relacionamentos e ética no ambiente de trabalho.

- Buscamos sempre oferecer aos nossos colaboradores um ambiente de trabalho seguro, motivador e marcado pela igualdade no acesso às oportunidades de desenvolvimento profissional.

• SOMOS FORTEMENTE COMPROMETIDOS COM A GERAÇÃO DE VALOR E RESULTADO PARA NOSSOS ACIONISTAS E PARA A SOCIEDADE, COM UMA VISÃO SUSTENTÁVEL E DE LONGO PRAZO.

### Educação e fortalecimento profissional

- Investimos continuamente em programas de capacitação e ações de treinamento alinhadas à estratégia de crescimento da empresa.
- Adotamos e promovemos, junto a colaboradores, fornecedores e revendedores, boas práticas de proteção ambiental, respeito aos direitos humanos, combate à corrupção e às condições degradantes de trabalho.

N O S S A  
A T U A Ç Ã O

- Damos suporte ao desenvolvimento técnico e de gestão de nossos revendedores.

#### Diálogo com a sociedade

- Buscamos o crescimento de nosso negócio apoiados na construção de um relacionamento aberto, transparente e baseado no diálogo com a sociedade sobre suas necessidades e demandas.

• TEMOS UM COMPROMISSO FORMAL COM O CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL ATRAVÉS DA GERAÇÃO DE VALOR E DO DESENVOLVIMENTO SOCIOAMBIENTAL DO PAÍS.

- Participamos ativamente de todas as discussões relacionadas ao setor em entidades de classe e órgãos de todas as instâncias do poder público.
- Mantemos uma ouvidoria como canal para denúncias, elogios e sugestões de qualquer origem.
- Mantemos um Código de Ética e um canal confidencial, específico para denúncias (Canal Aberto Ultra).

#### Segurança na gestão (sobre todos os aspectos, inclusive meio ambiente)

- Seguimos todos os requisitos legais e colocamos a segurança de nossos colaboradores e clientes em primeiro lugar.

- Buscamos continuamente desenvolver processos e tecnologias que reduzam os riscos de acidentes de trabalho e aumentem a produtividade de nossos colaboradores.

- Mantemos um programa de conformidade (*compliance*) para evitar desvios de conduta na condução de nossos negócios.

- Monitoramos, medimos e avaliamos os impactos ambientais de nossas atividades, visando minimizá-los.

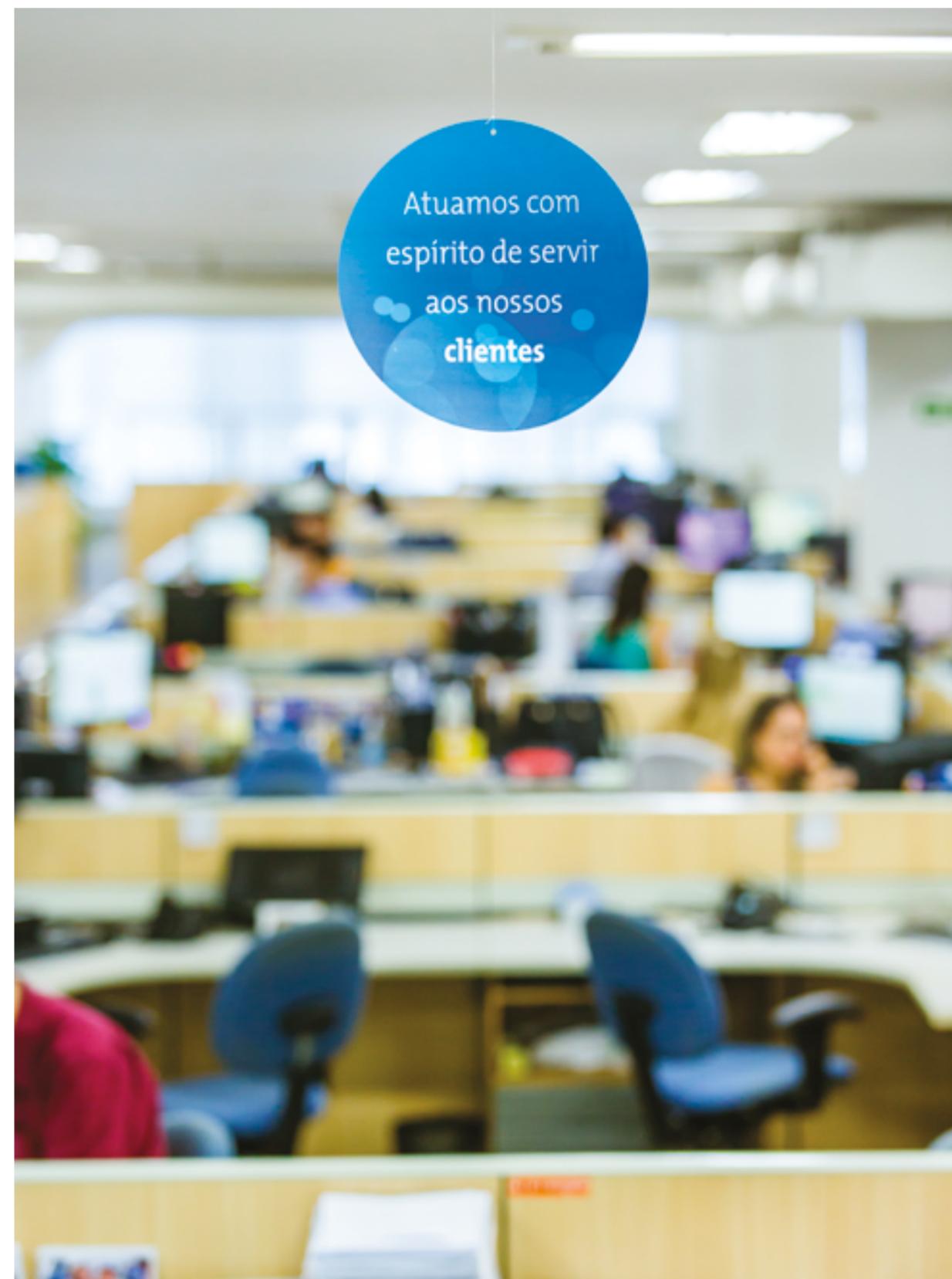
#### Inovação

- Temos na inovação uma das principais bases de nossa estratégia de negócios e crescimento contínuo.

• UTILIZAMOS NOVAS TECNOLOGIAS PARA AUMENTAR A SEGURANÇA DE NOSSOS PRODUTOS E PROCESSOS, A PRODUTIVIDADE DE NOSSAS OPERAÇÕES E A ABERTURA DE NOVOS MERCADOS.

- Incentivamos permanentemente a cultura da aprendizagem.

- Buscamos estar sempre à frente da concorrência e definir os padrões da indústria.



Nossa atuação

## Um ano de adversidade e resultados // GRI G4-1, G4-2



**Thilo Mannhardt**  
DIRETOR-PRESIDENTE DA ULTRAPAR

O ano de 2015 foi marcado por fatos políticos e econômicos que afetaram fortemente o mundo empresarial no Brasil. Mesmo diante do cenário desafiador, o Ultra mais uma vez apostou na continuidade do seu crescimento e realizou investimento robusto, de R\$ 1,4 bilhão, no desenvolvimento de seus negócios. Resultado do comprometimento de seus colaboradores e da resiliência de sua estratégia, a companhia encerrou o ano de 2015 com receita líquida recorde de R\$ 75,6 bilhões, EBITDA de R\$ 4 bilhões e lucro líquido de R\$ 1,5 bilhão. Nos três indicadores,

houve avanço em relação aos já consistentes resultados apresentados pelo Ultra em 2014.

O resultado positivo reflete o cuidado da companhia com a governança corporativa e a elaboração de sua estratégia de crescimento. Na definição de seu plano de ação e investimento, o Ultra considera todas as oportunidades e riscos e trabalha para garantir a expansão de seus negócios de maneira sustentável, com equidade e controle sobre os potenciais impactos socioambientais de suas atividades.

Fiel ao compromisso de atuar com ética, transparência e respeito nas relações com todos os seus públicos de interesse, em 2015 a companhia reforçou a divulgação interna e o treinamento de seus colaboradores em seu Programa de Ética e *Compliance*, lançado em 2014. O mesmo foi feito com a Política Anticorrupção e o Código de Ética do Ultra, que, em conjunto, estabelecem limites para a relação entre colaboradores da companhia e de seus negócios – Extrafarma, Ipiranga, Oxiteno, Ultracargo e Ultragaz – com seus diversos públicos de interesse, de clientes a representantes do governo.

Com relação ao Conselho de Administração, o grupo também trouxe 4 novos conselheiros independentes, de setores diversos e perfil técnico.



**Pedro Jorge Filho**

DIRETOR SUPERINTENDENTE DA ULTRAGAZ

Entre eles, há executivos com larga experiência em grandes conglomerados industriais multinacionais e especialistas em avaliação de riscos ambientais, que ajudarão o Ultra e seus líderes a serem mais inovadores e empreendedores. Estas são, na avaliação da companhia, características críticas para enfrentar o cenário futuro de constantes e intensas transformações.

Como parte do projeto estratégico Desafio 2022, o Ultra deu continuidade ainda ao processo de levar sua visão para os níveis mais profundos da organização. Através de um esforço intenso de treinamento e capacitação, foram disseminados nos negócios valores e desafios comuns, como empreendedorismo e inovação. Eles servirão de base para o desenvolvimento interno de uma nova geração de líderes, capaz de assumir postos-chave em diferentes negócios e, futuramente, posições de alto comando no Ultra. A possibilidade de desenvolvimento de carreiras em diversas negócios do Ultra é também um atrativo para jovens talentos.

Para a Ultragas, 2015 foi igualmente um ano de grandes realizações. Mesmo diante do cenário desafiador, e da intensa competição no setor de distribuição de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP), o negócio manteve a consistência nos resultados. Ampliou seu lucro bruto, de R\$ 612,7 milhões, em 2014, para R\$ 736,7 milhões, em 2015, e teve melhoras em indicadores como EBITDA, lucro operacional e lucro bruto por tonelada vendida.

No ambiente adverso de negócios no país, o foco em inovação e excelência operacional, previsto em sua estratégia de longo prazo, o projeto VIS10N, mostrou-se fundamental para o resultado. Uma das principais iniciativas do negócio em 2015 foi a continuidade dos investimentos em tecnologia voltados ao relacionamento com os clientes, como aplicativos que permitem a compra de gás por meio de smartphones (Ultragas Connect) e softwares de integração com revendas e fornecedores. Trata-se de uma área na qual a Ultragas é pioneira no Brasil e no mundo, e que garante evidentes vantagens na fidelização de consumidores e na melhoria do relacionamento com parceiros comerciais, além de ganhos operacionais e de participação em um momento econômico difícil.

No âmbito do projeto VIS10N Domiciliar, novas revendas passaram por treinamento pré-operacional, o que permitiu acelerar o desempenho em relação à curva de maturação histórica. No VIS10N Empresarial, foi criado o Ultraponto, que conectou todos os processos do Granel. Em ambos os casos, o objetivo foi otimizar a cadeia de valor pela reestruturação de processos e a reformulação de ferramentas, criando as bases para a expansão a partir de 2016.

Importantes esforços foram realizados também em saúde, segurança e meio ambiente. Desde 2009, a

Ultragas verifica anualmente a adequação de seus processos a uma série de padrões considerados ideais nas três áreas. Em 2015, as equipes locais das bases de produção foram treinadas para aplicar auditoria interna de meio ambiente, e foi criado o índice do sistema de gestão de meio ambiente para monitorar os principais itens ambientais mês a mês. A média geral de atendimento dos itens foi de 77%, em 2015.

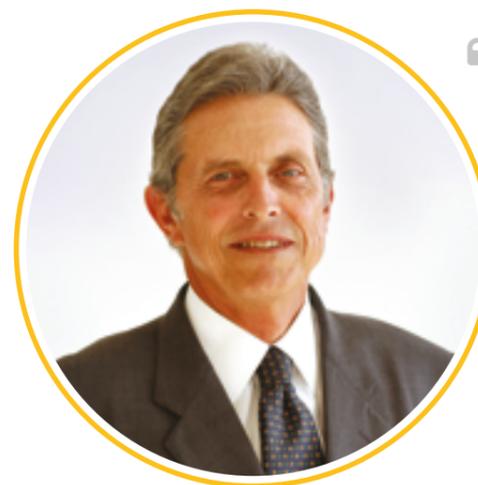
Vale destacar a mudança de posicionamento da marca e a reestrea da Ultragas em mídias de massa, com suporte digital. Ciente da alta competitividade do setor, e da pressão sobre preços causada pela crise, o negócio adotou um posicionamento mais emocional e centrado no consumidor – “Quem Faz, Usa Ultragas” –, capaz de sustentar diferenciais de qualidade sem perda de mercado. As ações em TV e online terão continuidade em 2016.

A continuidade das incertezas em relação ao ambiente político e econômico do país pode levar a uma nova retração do mercado de GLP em 2016, conforme indicam números preliminares do Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Gás Liquefeito de Petróleo (Sindicás). A exemplo do que aconteceu em 2015, existe a chance de queda no volume de vendas do negócio – no ano

passado, ela foi de 0,7%. Apesar da turbulência, porém, a Ultragas acredita que os investimentos atuais, destinados ao aumento da produtividade, e associados a ganhos socioambientais, a deixam em posição privilegiada para manter a liderança do mercado e os resultados financeiros e econômicos positivos que tem apresentado.

Pouco mais de oito anos após as primeiras iniciativas na área, inspiradas em discussões sobre o tema em fóruns internacionais do setor, a Ultragas se orgulha hoje de ter a sustentabilidade como parte efetiva de sua cultura. Trata-se de um fato demonstrado pelos contínuos investimentos sociais privados que realiza, com foco no desenvolvimento das comunidades no entorno de suas unidades produtivas, e que se reflete, de forma altamente positiva, na pesquisa interna de clima.

Para o negócio, ser sustentável é mais do que simplesmente adotar projetos sociais ou ambientais. Tem a ver com pessoas, com o exercício de valores no dia a dia dos negócios, com a capacidade de inspirar mudanças de percepção e comportamento em cada um de seus públicos de relacionamento. A sustentabilidade integra o legado social e ambiental da Ultragas para o Brasil que queremos construir.



“ O PONTO MAIS IMPORTANTE É O ENGAJAMENTO DA COMPANHIA. A SUSTENTABILIDADE APRESENTA CONSTANTEMENTE NOVOS DESAFIOS, E É PRECISO ESTAR ENGAJADO PARA ENCARÁ-LOS. INICIAMOS ESSA CAMINHADA HÁ UMA LONGA DATA E, HOJE, ACHO QUE JÁ FAZ PARTE DA CULTURA DO GRUPO PERSEGUIR E AVANÇAR EM QUESTÕES RELACIONADAS AO TEMA. ”

**Lúcio de Castro Andrade Filho**

Vice-Presidente do Conselho de Administração da Ultrapar Participações S.A.

## Ética, transparência e valores sólidos na gestão dos negócios // GRI G4-34, G4-56

A Ultragaz, negócio pertencente ao Ultra, tem a estrutura de governança e gestão integrada a de seu controlador. É formada por uma diretoria superintendente e, abaixo dela, por cinco diretorias de área e uma gerência de desenvolvimento. O diretor superintendente da Ultragaz tem assento na diretoria executiva do Ultra, formada ainda por seus pares nos demais negócios da companhia – Extrafarma, Ipiranga, Oxiten e Ultracargo –, um diretor financeiro e de relações com investidores e um diretor presidente. Os seis são eleitos pelo Conselho de Administração para mandatos de dois anos, e podem ser reeleitos. Além disso, o Ultra conta com diretorias de capital humano e de *compliance*, de caráter não estatutário.

É de responsabilidade formal da Diretoria Executiva a condução dos negócios e a adoção de práticas e medidas alinhadas às diretrizes definidas pelo Conselho de Administração da companhia. A mais alta instância de governança do Ultra, o Conselho de Administração é composto por nove membros, eleitos para mandatos unificados de dois anos. Destes, seis são independentes, conforme critérios estabelecidos pela BM&FBovespa, bolsa na qual a companhia tem suas ações listadas desde 1999 no Brasil.

Nos processos de gestão e tomada de decisões, o Conselho de Administração tem apoio de um Conselho Fiscal, de caráter não permanente, que desempenha, ocasionalmente, a função de Comitê de Auditoria, e conta também com um Comitê de Remuneração.

O Estatuto Social do Ultra prevê a criação de um Comitê de Auditoria, como órgão auxiliar do Conselho de Administração. O Comitê de Auditoria deve ser integrado por três membros independentes, sendo que apenas um deles poderá ser membro do Conselho de Administração. A companhia terá um Conselho Fiscal, que funcionará em caráter não permanente, sendo instalado pela Assembleia Geral nas hipóteses legais. Caso o Conselho Fiscal venha a ser instalado, exercerá todas as competências que são atribuídas ao Comitê de Auditoria. O comitê de auditoria não funcionará no exercício social em que o conselho fiscal tiver sido instalado.

O Conselho Fiscal tem, entre suas responsabilidades, avaliar as estruturas de controles internos e os processos de auditoria interna e externa, tanto da companhia, quanto de seus negócios. As avaliações servem para verificar se os controles são suficientes

e eficazes para atender às demandas legais brasileiras e aspectos de leis internacionais, como a lei americana Sarbanes-Oxley (SOX).

Já ao Comitê de Remuneração cabe o papel de propor e revisar, de tempos em tempos, a política de remuneração e de benefícios oferecida pelo Ultra aos seus gestores, membros dos comitês e demais órgãos de assessoramento do Conselho de Administração.

O PRINCIPAL OBJETIVO DO MODELO DE GESTÃO E GOVERNANÇA INTEGRADA É GERAR VALOR DE FORMA SUSTENTÁVEL, ATRAVÉS DA ADOÇÃO DAS MELHORES PRÁTICAS DO MERCADO E DO ALINHAMENTO DE TODAS AS EMPRESAS ÀS DIRETRIZES E AOS VALORES DO ULTRA: ATUAR DE FORMA ÉTICA, TRANSPARENTE E RESPEITANDO TODOS OS SEUS PÚBLICOS DE RELACIONAMENTO.

Para assegurar o cumprimento de regulamentos internos e externos e reduzir os riscos à sua reputação, a Ultragaz adota o Programa de *Compliance* do Ultra e treina e monitora a atuação de seus colaboradores para que o sigam. Também disponibiliza na internet e em versões impressas, a todos os seus colaboradores, seu “Código de Ética” e sua “Política Corporativa Anticorrupção e de Relacionamento com Agentes Públicos”. Os dois documentos, os quais estão disponíveis para acesso do público externo no site do Ultra ([www.ultra.com.br/ri/etica](http://www.ultra.com.br/ri/etica)) são entregues a

todos os novos profissionais da empresa, que se comprometem a cumpri-los.

Baseado nos princípios da ética na gestão, nos relacionamentos e no ambiente de trabalho, o “Código de Ética” da companhia é a principal ferramenta da Ultragaz para promover um ambiente saudável de convivência, valorizar a autonomia e o senso de responsabilidade de seus colaboradores. É também um instrumento de orientação e estímulo à reflexão aprofundada sobre questões éticas e morais presentes nas atividades e ambientes da empresa.

O Código de Ética é complementado pela “Política Corporativa Anticorrupção e de Relacionamento com Agentes Públicos” do grupo. Criada para atender a Lei Anticorrupção (Lei 12.846/2013), ela consolida as diretrizes de prevenção e combate à corrupção do Ultra e proíbe a prática de corrupção, entendida como a oferta ou o aceite de vantagens indevidas, nos setores público e privado.

A Ultragaz conta ainda com um canal confidencial, específico para denúncias. É o Canal Aberto Ultra ([www.canalabertoultra.com.br](http://www.canalabertoultra.com.br)). Operado por terceiros, foi criado para contribuir permanentemente com o fortalecimento da ética nos negócios, evitar o uso da organização para atividades ilícitas ou criminosas e proteger a reputação da empresa e a credibilidade de seus administradores. Além do site, o contato pode ocorrer por telefone (0800 701 7172).

As informações recebidas através do Canal Aberto Ultra são investigadas e usadas como subsídio pelo Comitê de Conduta. A partir

delas, são elaboradas propostas de novas políticas e programas de treinamento. Os dados servem ainda para a avaliação da evolução do próprio Canal Aberto Ultra, para a supervisão das medidas disciplinares e de base para deliberação em casos críticos.

Para atender a um público mais amplo, formado também por clientes, fornecedores e representantes de comunidades vizinhas, a Ultragaz tem uma estrutura de Ouvidoria. O atendimento é feito através de um número de

telefone (11- 3177-6481) ou endereço de e-mail [ouvidoria@ultragaz.com.br](mailto:ouvidoria@ultragaz.com.br), de segunda a sexta-feira, das 9h as 17h, e as solicitações recebidas através dela são encaminhadas às áreas responsáveis para avaliação e resposta.

Por meio de todos esses canais, a companhia tem como objetivo, além de reforçar sua estrutura interna de governança, disseminar seus valores e as melhores práticas de mercado que adota junto à sua cadeia de valor e aos seus públicos de relacionamento.

#### INICIATIVAS ANTICORRUPÇÃO REALIZADAS EM 2015\* // GRI G4-SO4, G4-SO5



\* As iniciativas se referem apenas à Ultragaz.

## MISSÃO

- Atuar com os melhores padrões de qualidade, segurança, 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 o crescimento permanente, observando nossos valores e princípios e sustentação financeira, através de:
  - **Talentos:** ter as pessoas como diferencial competitivo.
  - **Clientes:** marca de maior valor percebido e paixão pelo cliente.
  - **Custos:** ser o operador de menor custo.

## VISÃO

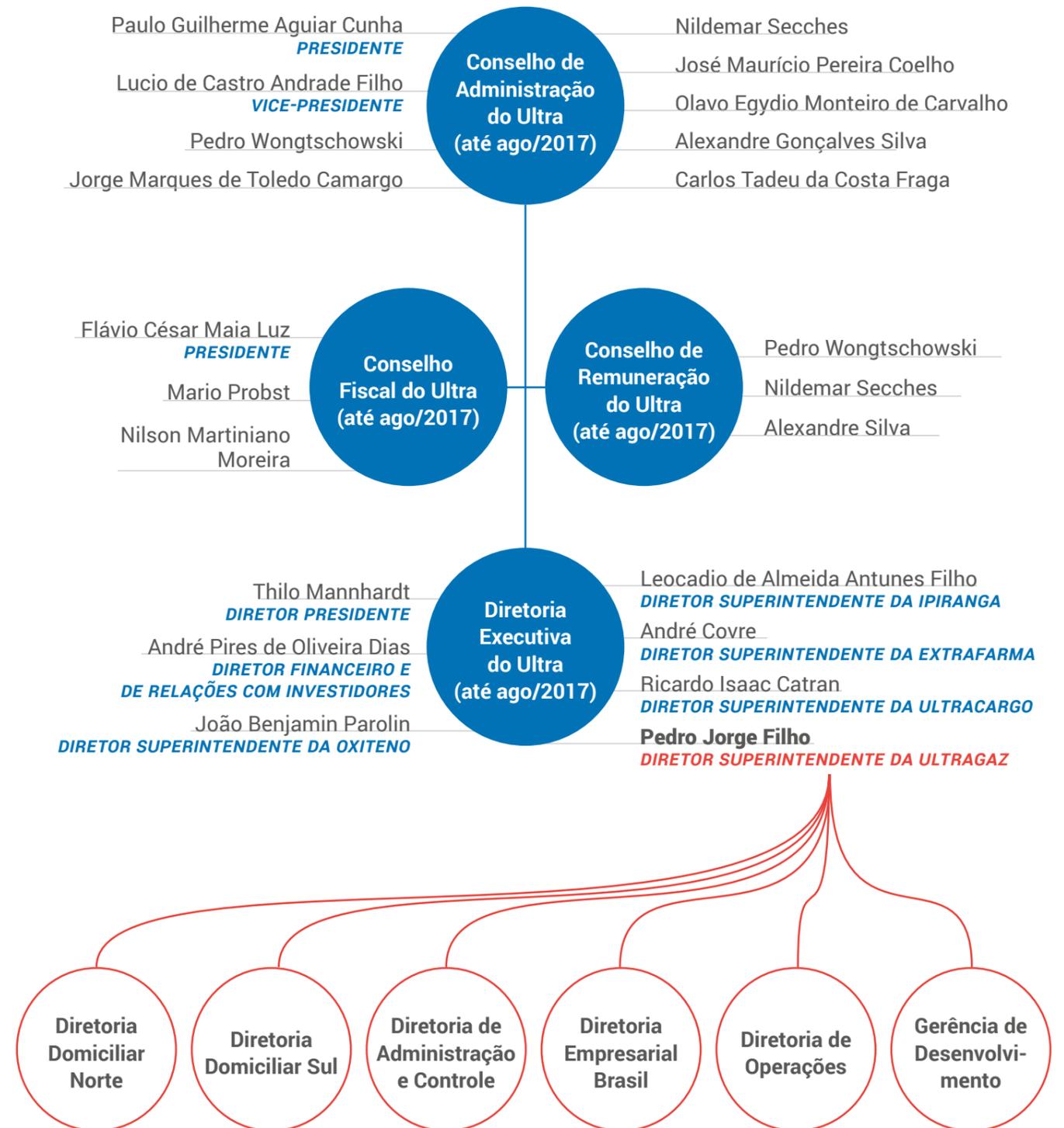
Ser referência mundial em GLP.

## PRINCÍPIOS OPERACIONAIS

// GRI G4-56

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

## Composição da governança no Ultra



## A Ultragaz

Fundada em 1937 pelo imigrante austríaco Ernesto Igel, a Ultragaz é a maior distribuidora de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) do Brasil e uma das maiores distribuidoras independentes do mundo. Em 2015, alcançou no mercado nacional participação de 23,11%, segundo o Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Gás Liquefeito de Petróleo (Sindicás). // **GRI G4-3, G4-4**

A Ultragaz, negócio pertencente ao Ultra, listada nas bolsas Bovespa (São Paulo) e Dow Jones (Nova Iorque), é representada pela Ultrapar Participações SA (UGPA3 e UGP) e possui sede administrativa na cidade de São Paulo. Encontra-se, assim, sob o mesmo guarda-chuva institucional de outras grandes empresas do grupo, como Extrafarma (rede de drogarias), Ipiranga (distribuidora de combustíveis), Oxiteno (produtora de óxido de eteno e derivados) e Ultracargo (provedora de armazenagem para graneis líquidos), com as quais tem sinergias.

// **GRI G4-5, G4-7**

Seu principal produto é o GLP, comprado da Petrobras, única fornecedora do país, envasado e distribuído no varejo e ao mercado corporativo. Atualmente, a companhia contabiliza entre os clientes mais de 11 milhões de residências e 47,8 mil clientes empresariais, em todas as regiões do Brasil. // **GRI G4-12**

Para atender os diferentes perfis de consumo e aproveitar melhor as oportunidades de mercado, a Ultragaz distribui seu produto de duas formas. Domicílios residenciais e pequenos estabelecimentos comerciais são abastecidos, principalmente, com botijões de 2kg a 90kg, através de revendedores. Os botijões são todos pintados de azul, cor que caracteriza a marca Ultragaz e dificulta falsificações. Já os clientes do segmento empresarial, que inclui hotéis, lavanderias, shopping centers, indústrias e agricultura, recebem a visita periódica de caminhões, que abastecem recipientes com capacidade para cerca de 200kg de GLP, instalados nos estabelecimentos de destino, garantindo maior segurança, agilidade e economia na entrega. Na distribuição a granel, ao contrário do varejo, os contratos são de longo prazo, com duração de dois a cinco anos. Em ambos os casos, as embalagens, equipamentos e procedimentos usados pela companhia seguem as padronizações e critérios de segurança estabelecidos pela ANP e demais órgãos competentes. // **GRI G4-4, G4-6, G4-8**

A companhia tem cerca de 3,6 mil colaboradores, sem contar estagiários e menores aprendizes, e uma estrutura composta por 17 bases engarrafadoras de GLP, 21 bases de estocagem e distribuição do produto e 15

lojas próprias. Em paralelo, abastece uma rede de cerca de 5 mil revendedores exclusivos e cobertura nacional. Em quase todos utiliza a marca Ultragaz. A exceção é o Estado da Bahia, onde atua como Brasilgás. Em 2015, alcançou

receita líquida de R\$ 4,62 bilhões, que vieram do mercado de GLP envasado e do mercado a granel. // **GRI G4-6, G4-9, G4-10**

Em 2015, não houve mudança significativa na estrutura da companhia. // **GRI G4-13**

Ultragaz em números		
	2014	2015
GLP comercializado (toneladas)	1.711.172	1.696.582
Receita líquida (R\$ mil)	4.091.273	4.621.242
Lucro bruto (R\$ mil)	612.724	736.667
Lucro operacional (R\$ mil)	168.964	213.895
EBITDA (R\$ mil)	305.541	357.046
Margem EBITDA	7,50%	7,70%
Número de colaboradores	3.630	3.598

Número total de trabalhadores, por região // <b>GRI G4-10</b> <sup>1,2</sup>					
Região	2011	2012	2013	2014	2015
Centro-Oeste	134	136	143	140	145
Nordeste	798	765	739	752	772
Norte	7	10	10	11	9
Sudeste	2.708	2.558	2.339	2.252	2.189
Sul	475	465	467	475	483
<b>Total</b>	<b>4.122</b>	<b>3.934</b>	<b>3.698</b>	<b>3.630</b>	<b>3.598</b>

1. Não inclui estagiários

2. Todos os colaboradores são contemplados com acordos formais de negociação coletiva de suas respectivas categorias profissionais, com exceção de estagiários e menores aprendizes. // **GRI G4-11**

## Mapa de atuação da Ultragaz



● Áreas de atuação

● Bases de engarrafamento

# Desafio ULTRA 2022

referência mundial em multinegócios

## Gestão Responsável

A Ultragaz iniciou seus esforços em sustentabilidade em 2010, embora tenha iniciado um processo de reestruturação de responsabilidade social corporativa desde novembro de 2007. Desde então, passou a adotar uma série de iniciativas para minimizar os impactos socioambientais de suas operações e garantir a perenidade de seus negócios. Entre os princípios organizacionais da companhia, está o de crescer de forma sustentável, gerando valor e promovendo, concomitantemente, o desenvolvimento socioambiental das comunidades nas quais está inserida. Para isso, desde 2013, a empresa tem como principal ferramenta de gestão o projeto VIS10N, seu primeiro plano estratégico de longo prazo a incorporar a visão de sustentabilidade.

A partir da criação do VIS10N foram analisados diferentes aspectos do negócio e estabelecidas prioridades dentro de três pilares principais: perfil e hábitos de consumo, cenários de oferta e demanda de gás e energia, avaliação dos diferenciais competitivos em relação aos concorrentes nacionais e do mercado externo. Com base no diagnóstico, a empresa estabeleceu planos de ação que já tiveram como desdobramentos a criação de gerências específicas para os mercados empresarial

e domiciliar, subordinadas à Diretoria Empresarial e à Gerência de Desenvolvimento, respectivamente, e de uma ferramenta online, a VIS10N Ideias, para estimular colaboradores a sugerirem melhorias relacionadas à sustentabilidade e alinhadas ao plano estratégico. // **GRI G4-14**

Além do VIS10N, que tem como horizonte 2022, a Ultragaz conta, desde 2008, com uma Política de Investimento Socioambiental, revisada em 2015, que norteia investimentos em projetos educacionais, culturais e de preservação ambiental. Adicionalmente, adota uma Política de Sustentabilidade própria, criada em 2009, e revisada em 2010 e em 2015, para integrar e orientar iniciativas relacionadas à qualidade, segurança, saúde, meio ambiente e responsabilidade social, sempre com foco na identificação de potenciais riscos e definição de ações de prevenção a eles. Conta ainda com uma Política de Voluntariado, criada em 2011 e revisada em 2015, com objetivo de incentivar e orientar os colaboradores a participarem de ações do gênero alinhadas à sua estratégia e visão de sustentabilidade. // **GRI G4-14**

Com objetivo de contribuir para uma sociedade mais sustentável, desde 2009, a Ultragaz também é signatária do Pacto Global das

# RESULTADOS 2015

(Forma de Gestão e Demonstrativos dos Indicadores Econômicos)

Nações Unidas (ONU), criado para engajar organizações de todo o mundo na adoção e disseminação de boas práticas de proteção ambiental, de respeito aos direitos humanos, combate à corrupção e às condições degradantes de trabalho. Desde 2012, a

companhia exige dos fornecedores, em contrato, compromisso com o respeito a cláusulas relacionadas aos direitos humanos. E da especial atenção ao combate do trabalho infantil e análogo à escravidão, principalmente em seus fornecedores críticos. // **GRI G4-14, G4-15, G4-16**



“**TRABALHAMOS MUITO O PILAR FORNECEDORES. ENTRAMOS EM 2015, JUNTO COM A ÁREA DE SUSTENTABILIDADE E A DE SSMA, ENVOLVENDO-OS NO PROGRAMA DO CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP). MUITOS ACHAVAM QUE ERA COISA DE EMPRESAS GRANDES, QUE NÃO ERA PARA ELES.**”

**Marcos César Siqueira**  
Gerente de Normatização & Qualidade

No que diz respeito à atuação setorial, a Ultragaz faz parte ainda de associações internacionais, como o Conselho da Indústria da World Liquefied Petroleum Gas Association (WLPGA), associação mundial, com sede em Paris, que reúne mais de 150 empresas de GLP, e da Asociación Iberoamericana de Gas Licuado de Petróleo (AIGLP), dedicada à promoção do intercâmbio técnico e científico sobre temas de interesse da indústria, como segurança e proteção ambiental, no âmbito dos países Ibero-americanos. // **GRI G4-16**

Implantar as práticas e diretrizes da Política de Sustentabilidade da empresa, nas áreas de meio-ambiente, comunidade, bem-estar e gestão responsável, é responsabilidade de um Comitê de Excelência em Gestão, formado por profissionais de diferentes departamentos da

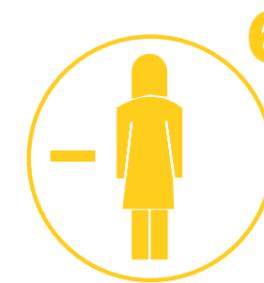
Ultragaz. Além do comitê, a companhia conta com uma Gerência de Sustentabilidade, ligada diretamente à diretoria de operações e dedicada à interlocução com diferentes públicos de interesse da Ultragaz e à disseminação de boas práticas relacionadas à sustentabilidade em sua cadeia de valor. // **GRI G4-14**

Em linha com os compromissos assumidos com a sociedade e os acionistas, a companhia presta informações sobre o desempenho de seus negócios a clientes empresariais e índices do mercado financeiro focados em sustentabilidade, como IstoÉ Dinheiro, o Carbon Disclosure Project (CDP Climate Change) e Índice Carbono Eficiente – BM&F Bovespa (ICO 2), além do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&F Bovespa.

## Pacto Global - 10 decisões Empresariais para Transformar o Planeta



**1 RESPEITAR** e apoiar os direitos humanos reconhecidos internacionalmente na sua área de influência



**6 ESTIMULAR** práticas que eliminem qualquer tipo de discriminação no emprego



**2 ASSEGURAR** a não participação da empresa em violações dos direitos humanos



**7 ASSUMIR** uma abordagem preventiva, responsável e proativa para os desafios ambientais



**3 APOIAR** a liberdade de associação e reconhecer o direito à negociação coletiva



**8 DESENVOLVER** iniciativas e práticas para promover e disseminar a responsabilidade socioambiental



**4 ELIMINAR** todas as formas de trabalho forçado ou compulsório



**9 INCENTIVAR** o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente responsáveis



**5 ERRADICAR** efetivamente todas as formas de trabalho infantil na sua cadeia produtiva



**10 COMBATER** a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno

## Desempenho econômico // GRI G4-EC1, G4-EC2

Após seis anos de aumento, o volume de GLP comercializado no Brasil caiu 1,6% em 2015. Segundo dados da Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), as vendas totais foram de 7,3 milhões de toneladas, ante 7,42 milhões de toneladas em 2014. A queda foi puxada pelo mercado a granel, afetado pela crise econômica depois de dez anos em alta. Em 2015, segundo o Sindigás, as vendas no segmento, no qual se incluem embalagens acima dos 13kg, foram de 2 milhões de toneladas. Em 2014, haviam sido 2,15 milhões. Em contrapartida, no segmento de GLP envasado em botijões de até 13 kg, de uso majoritariamente doméstico, as vendas continuaram a crescer e alcançaram os 5,3 milhões de toneladas, ante os 5,25 milhões de toneladas de 2014.

Em linha com o movimento de retração do mercado, as vendas a granel da Ultragaz também caíram. Passaram de 555,7 mil toneladas, em 2014, para 528,9 mil toneladas, em 2015.

No segmento de venda de botijões envasados, por outro lado, as vendas da Ultragaz aumentaram, passando de 1,15 milhão de toneladas para 1,17 milhão de toneladas, também em linha com o mercado.

Mesmo com a retração econômica, a assertividade da estratégia da companhia, associada ao sucesso das iniciativas para reduzir custos e à aprovação de um reajuste no preço do produto nas unidades produtoras, repassado aos consumidores pelas empresas, permitiram à Ultragaz melhorar seus indicadores.



“HOJE TEMOS UMA SÉRIE DE EQUIPAMENTOS QUE GERAM INDICADORES NO PROCESSO PRODUTIVO, PORTANTO A TOMADA DE DECISÃO PASSOU A SER MAIS ASSERTIVA E RÁPIDA. AO INVÉS DE SERMOS REATIVOS, PASSAMOS A SER MAIS PREVENTIVOS. ISSO CONTA MUITO. PORQUE TOMAR A DECISÃO ANTES É MELHOR QUE ESPERAR O FIM DO MÊS E CONSTATAR PREJUÍZO DE CUSTO E DE QUALIDADE.”

**Flávio Pastorello**

Gerente de Produção Corporativo

O preço do GLP para venda no mercado doméstico em botijões de 13 kg não sofria alterações desde o início de 2003. Com a alta, anunciada no final de agosto de 2015, o preço médio ao consumidor final do produto no país passou de R\$ 46,02, em agosto, para R\$ 54,07, no mês de dezembro, de acordo com dados da ANP.

Entre as principais iniciativas da Ultragaz em 2015 que ajudaram a construir o resultado positivo estão investimentos em ferramentas digitais de relacionamento com fornecedores, revendas e clientes. Um exemplo é o aplicativo Ultragaz Connect, para a compra de botijões de GLP através de aparelhos celulares dos

consumidores. Outro, são sistemas que permitem aos revendedores otimizar as rotas de entrega e preverem o volume de estoque com base no histórico de compra de cada região, entre outras aplicações.

A receita líquida cresceu 13%, de R\$ 4,1 bilhões, em 2014, para R\$ 4,62 bilhões, em 2015. Da mesma forma, o lucro bruto alcançou R\$

736,7 milhões, ante R\$ 612,7 milhões, no ano anterior, com expansão da margem bruta de 15% para 15,9%. O lucro operacional aumentou 26,6%, para R\$ 213,9 e o EBITDA (indicador de potencial de capacidade de geração de caixa), 16,9%, para R\$ 357 milhões. A margem EBITDA, que era de 7,5%, em 2014, também cresceu e alcançou 7,7%, em 2015.



“CENTRALIZAMOS ALGUMAS ATIVIDADES E BENEFÍCIOS DAS EMPRESAS DO ULTRA NO CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS, COMO A COMPRA DE CESTAS DE NATAL, TELEFONIA, IMPRESSÃO. AOS POUCOS, CONSEGUIREMOS CENTRALIZAR O ULTRA COMO UM TODO. JÁ COMEÇAMOS A FAZER ISSO, COM GANHOS DE ESCALA.”

**Plínio Laerte Braz**

Diretor de Operações

Volume vendido em 2015 (ton)		
	2014	2015
Envasado	1.155.443	1.167.693
Granel	555.728	528.889
<b>Total</b>	<b>1.711.172</b>	<b>1.696.582</b>

Receita líquida, EBITDA e lucro operacional - R\$ mil		
	2014	2015
Receita líquida	4.091.273	4.621.242
Lucro operacional	168.964	213.895
EBITDA	305.541	357.046

## Expansão sustentável

Conhecido principalmente como “gás de cozinha”, o GLP tem uma série de propriedades que o favorecem na competição com outros combustíveis em um cenário como o atual, de preocupação com as mudanças climáticas e a sustentabilidade. Composto de butano e propano, dois gases extraídos do petróleo, o produto gera chamas de altas temperaturas, controláveis e estáveis, com larga aplicação na indústria, na agricultura, no comércio e em atividades de serviço.

É TAMBÉM MAIS LIMPO QUE CONCORRENTES COMO O ÓLEO DIESEL, O CARVÃO MINERAL E A LENHA. UM BOTIJÃO DE GLP DE 13 KG, POR EXEMPLO, PRODUZ A MESMA QUANTIDADE DE CALOR QUE A QUEIMA DE DEZ ÁRVORES. ALÉM DISSO, NÃO LIBERA METAIS PESADOS OU FULIGEM, COMO O ÓLEO DIESEL E O CARVÃO. EM ALGUNS CASOS, PODE SUBSTITUIR A ELETRICIDADE, FREQUENTEMENTE COM VANTAGENS ECONÔMICAS.

Existe no país, atualmente, um grande potencial de mercado para o GLP. Desde o início da década de 1990, as vendas a granel do produto são limitadas pela legislação brasileira. Na época em que foi elaborada a regra, a produção nacional de GLP era muito menor que a atual e supria apenas cerca de 20% do mercado. Com a Guerra do Golfo, os preços internacionais

subiram e, para controlar a pressão sobre a balança comercial, o governo decidiu restringir a demanda proibindo o uso do produto em motores de qualquer espécie, saunas, caldeiras e aquecimento de piscinas.

A tendência, porém, é de mudança no cenário. Até 2025, a oferta interna do produto deve dobrar, de 7,3 milhões para 15 milhões de toneladas por ano, o que abre a possibilidade de liberação das vendas a segmentos com grande potencial de consumo, hoje desatendidos. Junto a associações do setor, a Ultragas vêm conversando com a ANP e têm recebido sinalizações positivas.

Em paralelo, desde 2006, a Companhia trabalha na ampliação do potencial de mercado para o GLP no Brasil. Através de projetos de Desenvolvimento de Novas Aplicações do GLP, estimula o uso do produto em aerossóis para a indústria de higiene e beleza, em indústrias de não ferrosos, em fornos de pizzeria, no controle da temperatura em estufas de plantas, usinas de asfalto, na siderurgia e nas indústrias têxtil, alimentícia, de plásticos e borracha. A Ultragas investe também no desenvolvimento de aplicações do GLP na agricultura, para a secagem de grãos e sementes, entre muitas outras áreas de atuação.

Iniciado em 2014, o esforço de desenvolver e fomentar tecnologias para expansão da utilização do GLP em usinas de asfalto e em produtores rurais teve continuidade em 2015 e já ajudou a limitar as perdas de mercado com a retração de outros segmentos.



*Aplicação do GLP em forno de pizzeria*

Na disputa por mercado nos próximos anos, a favor do GLP pesam ainda a grande capilaridade da rede de distribuição do produto no Brasil, que alcança grande parte dos municípios, e a escalada no preço da energia elétrica durante a crise hídrica, em 2014 e 2015.

Em linha com seus princípios de ética e sustentabilidade, a rede de distribuição e as revendas Ultragas seguem, rigorosamente, todas as normas de segurança estabelecidas

## Comunicação

Em 2015, a Ultragas reposicionou sua marca e estreou em mídias de massa, com suporte de mídias digitais. O novo slogan, “Quem Faz Usa Ultragas ” tem o objetivo de modernizar a comunicação da companhia, aproximá-la

pela ANP, os órgãos de defesa do consumidor, o corpo de bombeiros, as secretarias ambientais, prefeituras e demais entidades reguladoras. Como forma de aprimorar a cadeia de valor do setor, também apoia iniciativas de combate à informalidade, hoje bastante limitada no Brasil, como o Programa Gás Legal, que envolve o Ministério Público, a ANP, o Sindigás e os Procons municipais e estaduais.

do público final e ampliar a sua liderança em volume, rentabilidade e inovação no mercado de GLP. Para isso, coloca o consumidor no centro das campanhas e valoriza aspectos como credibilidade, autenticidade e interação,

apelando para o emocional como forma de se diferenciar da concorrência. Um novo logotipo foi criado para identificar as ações internas e externas da Ultragaz na área. Além de veiculado em campanhas para TV e Internet voltadas aos

clientes, o novo posicionamento foi divulgado também às revendas na Convenção Ultragaz 2015, em maio, e em ações na matriz, nas bases de engarrafamento e filiais, alcançando 100% dos colaboradores.



“ **UM DOS OBJETIVOS TRAÇADOS EM NOSSO PLANO ESTRATÉGICO, O PROGRAMA VISION, É USAR A INOVAÇÃO PARA DIFERENCIAR A ULTRAGAZ NO MERCADO E BENEFICIAR NOSSOS CLIENTES INDUSTRIAIS, DOMICILIARES E REVENDEDORES.** ”

*Aurélio Antonio M. Ferreira*  
Gerente de Desenvolvimento

## Inovação

Foi criado na Ultragaz, em 2015, um núcleo dedicado à Inovação Tecnológica, com participação de colaboradores das áreas de SSMA e Engenharia e Normatização. O grupo irá trabalhar, com o apoio de outros setores e através de metodologias de geração de ideias, na busca por novos métodos ou sistemas de

produção, ou na criação de características inéditas para os já em vigor. Em seu primeiro ano de funcionamento, o núcleo apresentou cinco projetos aos gestores de SSMA e Engenharia e Normatização, que podem impactar até 500 colaboradores (matriz e filiais).



“ **O NOSSO DESAFIO É GARANTIR A FIDELIDADE DO CONSUMIDOR EM MEIO À CRISE. NO GERAL, TEMOS UM POSICIONAMENTO DE PREÇO PREMIUM E A ESTRATÉGIA DA EMPRESA NÃO CONTEMPLA A GUERRA DE PREÇOS. NESTE CONTEXTO, UMA MARCA FORTE E COM VALOR AGREGADO É FUNDAMENTAL PARA RETÊ-LO UMA VEZ QUE EM ÉPOCAS DIFÍCEIS ELE VALORIZA AINDA MAIS SEUS RECURSOS E MUITAS VEZES TEM RECEIO DE ARRISCAR AO TROCAR DE MARCA E PERDER QUALIDADE.** ”

*Roberta Guimarães Hernandez Brenner*  
Gerente de Marketing

## Prêmios recebidos em 2015

### Prêmio Paulista de Qualidade em Gestão

A Ultragaz recebeu do Instituto Paulista de Excelência em Gestão (IPEG) o Troféu Governador do Estado, prêmio máximo conferido pela entidade, reconhecendo o empenho na busca de resultados consistentes, como o aumento da produtividade e da competitividade para o Mercado Domiciliar Interior de São Paulo. A companhia também ficou com medalhas de ouro na categoria Nível II com o Mercado Domiciliar Campinas e Mercado Domiciliar Grande SP.

### Prêmio Excelência em Gestão de Goiás (PEGG)

A Ultragaz foi contemplada com a medalha de ouro com o Mercado Centro-Oeste. Promovida pelo Movimento Goiás Competitivo (MGC), a premiação é dada a empresas que se destacam na adoção de práticas de gestão alinhadas aos Fundamentos da Excelência da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), entidade dedicada a promover a competitividade das empresas brasileiras.

### Prêmio Catarinense de Excelência

O Movimento Catarinense pela Excelência concedeu ao Núcleo Empresarial SC o Troféu de Ouro no Prêmio Catarinense de Excelência, criado para reconhecer a melhoria da qualidade de gestão em empresas que atuam no Estado de Santa Catarina.

### Prêmios Top of Mind

A Ultragaz apareceu entre as marcas mais lembradas nas cidades ou regiões de Araraquara (82%), Ribeirão Preto (80%), Salvador (77,5%), Baixada Santista (60,2%), Piracicaba (48,4%) e Franca (46,7%).

### 14º Marketing Best Sustentabilidade 2015

A companhia venceu a premiação com a Campanha Junte Óleo: Ultragaz Coleta, Soya Recicla. O prêmio é promovido pela Editora Referência com o objetivo de dar visibilidade e estimular exemplos de ações empresariais sustentáveis de impacto.

## Estratégias, desempenho e perspectivas (forma de gestão e demonstrativos dos indicadores sociais e indicadores de meio ambiente)

Preocupada em estabelecer bases sólidas para o crescimento contínuo de seus negócios, a Ultragaz entende que seu compromisso com a sustentabilidade vai além de estabelecer

mecanismos de redução de impactos ambientais e sociais. Inclui também a disseminação de conceitos e melhores práticas relacionadas ao tema ao longo de toda a sua cadeia de valor.

Para isso, através de um diálogo em bases éticas, aberto e transparente, busca identificar as necessidades de colaboradores, clientes, revendedores e das comunidades locais em que

## Capital humano

A Ultragaz acredita que a principal vantagem competitiva de uma companhia, em um ambiente de crescente disputa por mercado, é a qualidade de seu capital humano e a capacidade de atrair talentos. Por isso, procura oferecer aos seus 3.598 colaboradores, alocados em todo o Brasil, oportunidades de carreira, ambiente de trabalho seguro e motivador. Faz isso através de práticas de Recursos Humanos alinhadas às necessidades das pessoas e da organização, como por exemplo a política de benefícios que atende as demandas mais imediatas de seus colaboradores, e programas que suportam o desenvolvimento profissional, alinhado à sua atuação na companhia. // **GRI G4-LA2**

Os benefícios oferecidos à força de trabalho da companhia vão desde os que estão previstos na legislação trabalhista até plano de previdência complementar, seguros de vida e saúde com ampla cobertura médico-hospitalar, entre outros. A informação sobre o conjunto de benefícios oferecidos aos colaboradores é de fácil acesso através da intranet, onde estão reunidos no Guia de Benefícios, elaborado pela área de gestão de pessoas da Ultragaz. Além disso, a companhia conta com uma equipe de Serviço Social, que em conjunto com a área de Recursos Humanos, desenvolve um trabalho multidisciplinar para suporte aos colaboradores. // **GRI G4-LA2**

atua. E, a partir delas, investe em programas sociais e outras iniciativas alinhadas ao seu plano estratégico e visão de sustentabilidade.

O respeito à diversidade inclui-se entre os principais valores da Ultragaz. Com objetivo de ampliar a inclusão de profissionais com deficiência, a companhia mantém um Programa de Diversidade e Inclusão com ações em diversas frentes. A iniciativa tem o propósito de construir uma cultura inclusiva e de valorização da diversidade, não apenas para cumprimento da demanda legal, mas também com olhar sobre os diferentes públicos de relacionamento considerando a questão da deficiência. A contratação de profissionais com deficiência está acontecendo por meio de um processo estruturado de integração, sensibilização de gestores e equipes e acompanhamento de novos profissionais contratados.

A área de Remuneração estabelece políticas de cargos e salários de acordo com as práticas de mercado, possibilitando melhores resultados, produtividade e atrair e reter de forma qualificada. Um dos esforços é equalizar a remuneração de homens e mulheres que cumprem as mesmas funções na empresa. O monitoramento foi iniciado há cerca de cinco anos e permitiu, desde então, avanços na paridade salarial como mostra a tabela abaixo.

### Proporção de salário base entre homens e mulheres, por categoria\* // **GRI G4-LA13**

Categoria	2011	2012	2013	2014	2015
Técnico/Administrativo	0,64	0,89	0,88	0,9	0,9
Liderança	0,95	0,74	0,72	0,7	0,7
Operacional	0,97	0,81	0,93	0,9	0,9

\*Exceto estagiários e aprendizes. A proporção refere-se à comparação aritmética da média salarial dos homens com as mulheres.

**100% DOS FUNCIONÁRIOS OPERACIONAIS DAS FILIAIS DA COMPANHIA SÃO CONTRATADOS LOCALMENTE. // **GRI G4-EC6****

A companhia desenvolve profissionais para assumirem papel de liderança em todas as suas localidades de atuação.

Atualmente, o salário mais baixo pago pela Ultragaz é de **R\$ 1.149,75** que, somado ao adicional de periculosidade, alcança **R\$ 1.494,68**. Os valores são, respectivamente, **31% e 70% maiores que o do salário mínimo vigente** no período coberto pelo relatório, de R\$ 880. // **GRI G4-EC5**

Em 2015, a Ultragaz avaliou em seu modelo de competências os públicos técnicos e liderança. O ciclo de desempenho tem como objetivo dar clareza aos funcionários das competências esperadas pela organização de seus profissionais para realização de seu propósito. Para isso, ao final da avaliação líder e liderados realizam feedback estruturado e de mão dupla.

**25% FOI O PERCENTUAL DE PROFISSIONAIS DA COMPANHIA QUE RECEBEU RELATÓRIOS DE ANÁLISE DE DESEMPENHO EM 2015 // **GRI G4-LA11****

### Taxa de rotatividade - em % // GRI G4-LA1

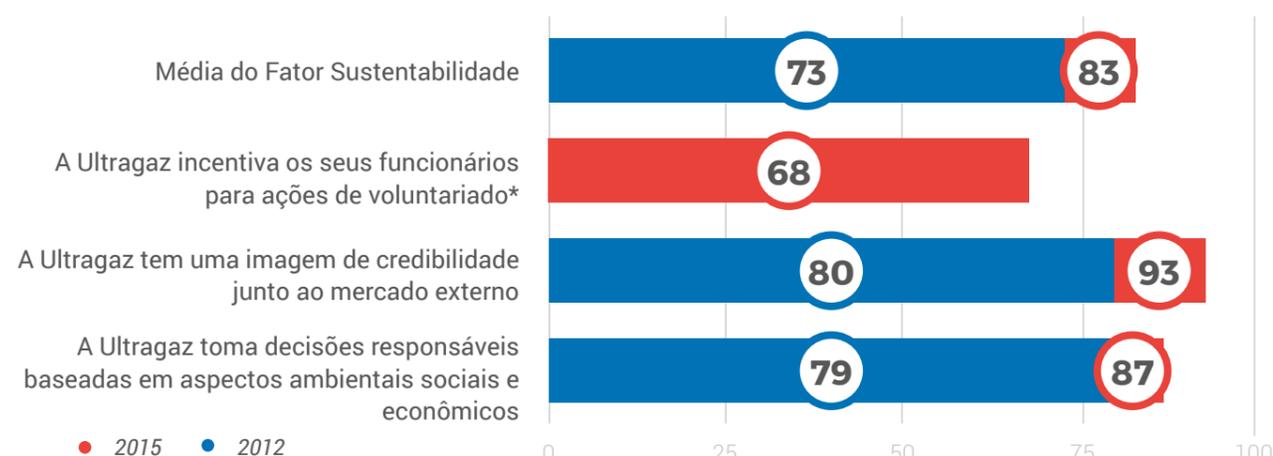
Região	2011	2012	2013	2014	2015
Centro-Oeste	24	25,4	17,3	40	12
Nordeste	13	15,1	12,5	12	13
Norte	-	10	30	14	9
Sudeste	16	16,1	15,1	12	13
Sul	19	17,1	18,7	15	12
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>16,3</b>	<b>15,2</b>	<b>19</b>	<b>15</b>

### PESQUISA DE CLIMA

Em 2015, a Ultragaz em conjunto com o Ultra realizou pesquisa para saber a opinião de seus colaboradores sobre o clima no ambiente de trabalho. A pesquisa composta por 73 perguntas, das quais dez são específicas sobre a Ultragaz, indicou um índice de favorabilidade de 69% entre os participantes. Um dos destaques da pesquisa deste ano, foi a adesão de 91% dos colaboradores, número compatível às empresas que possuem as melhores práticas de mercado. O resultado representou um avanço de 8 pontos percentuais em relação à pesquisa anterior, de 2012, e servirá de base para o desenvolvimento de planos de ação para melhorar a qualidade do ambiente de trabalho. Um dos pontos de destaque na pesquisa foi o reconhecimento, por 83% dos colaboradores, das iniciativas de sustentabilidade da companhia.

### ÍNDICE DE FAVORABILIDADE DOS FUNCIONÁRIOS

Pesquisa de clima (em %)



\*Pesquisa inexistente em 2012

### PREVIDÊNCIA PRIVADA

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 de 2001, 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 entre 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 2015, a Sociedade contribuiu com R\$ 4.777 (R\$ 4.130 em 2014) à Ultraprev, valor contabilizado como despesa no resultado do exercício. O total de empregados vinculados ao plano em 31 de dezembro de 2015 atingiu 2.114 participantes ativos e 13 participantes aposentados. Adicionalmente, a Ultraprev possuía 19 ex-funcionários recebendo benefícios conforme as regras de plano anterior cujas reservas estão plenamente constituídas.

// GRI G4-EC3

### Saúde e segurança

A Ultragaz tem a segurança como um de seus principais princípios operacionais. Para garanti-la, além de fazer periodicamente auditorias internas para verificar o cumprimento de procedimentos e padrões estabelecidos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), mantém uma série de programas e atividades que contribuem para a qualidade de vida, o bem-estar e a manutenção da integridade física dos seus colaboradores. // GRI G4-LA5

Uma das principais iniciativas relacionadas ao tema são os Diálogos de Segurança, Saúde e Meio Ambiente (DSSMA). Neles, em encontros

diários, com duração de cerca de 15 minutos, os colaboradores trocam ideias e experiências sobre como reduzir riscos de acidente e melhorar a produtividade no ambiente de trabalho. O tema é o foco também das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPAs), instaladas na matriz, em São Paulo; nas bases produtivas (engarrafadoras, estocagem e distribuição) e lojas próprias da Ultragaz. Todos os colaboradores são representados formalmente nos comitês de segurança e nas CIPAs da companhia, como prevê a legislação brasileira.

// GRI G4-LA5

Em 2015, a Ultragaz iniciou um projeto de Revisão do Sistema de Segurança Operacional e do Processo, junto com o Ultra e as demais empresas do Grupo. O objetivo é propor e orientar o planejamento e a implantação de ações que fortaleçam o sistema de Gestão de Segurança da Ultragaz, além de apontar as melhores práticas. Trata-se de um projeto com atitude prevencionista que identifica oportunidades de melhoria contínua na busca de acidente zero. A metodologia está baseada na análise de risco e revisão de Segurança do Processo Produtivo, avaliação do Sistema

Fixo de Combate à Emergência e do Plano de atendimento à Emergência, e fortalecimento da cultura de Segurança.

Outra ação que contribui para a melhoria do ambiente de trabalho na empresa é a realização da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT). A campanha, realizada anualmente, aborda temas corporativos que precisam de reforço de conscientização de segurança, definidos pela matriz. Na edição de 2015, o foco do evento foi “Segurança em todo lugar”. // GRI G4-LA5



Mini check-up em Betim

A Ultragaz também desenvolve, desde 2014, o programa Valoriza, criado com o objetivo de incentivar os colaboradores a adotarem hábitos de vida mais saudáveis, que gerem equilíbrio, bem-estar e melhoria da qualidade de vida. Estruturada sobre três pilares (físico, saúde e social), a iniciativa inclui ações de prevenção e promoção de saúde, apoio a prática de atividades físicas, ginástica laboral, palestras e

campanhas educativas, entre outras. Entre as ações de destaque patrocinadas pelo programa em 2015 estão:

- Campanha de prevenção de doenças cardiovasculares, por correspondência personalizada, com orientações sobre riscos de doenças cardiovasculares e cuidados para a prevenção voltados aos colaboradores e suas famílias.

- Vacinação contra as gripes comum e H1N1, na matriz e nas demais unidades da Ultragaz. Foram aplicadas 2.859 doses.

- Participação na Maratona Pão de Açúcar. Em 2015, 250 atletas da Ultragaz participaram da prova, divididos em 38 equipes – do Ultra, foram ao todo 526 atletas. Parte dos colaboradores vieram de outras cidades de São Paulo, como Paulínia, Santos, São Miguel Paulista, São José dos Campos, e de outros estados, como Duque de Caxias (RJ), Senador Canedo (GO) e Suape (PE).

- A Ultragaz se engajou nas campanhas de conscientização sobre os cânceres de mama e próstata – respectivamente, Outubro Rosa e Novembro Azul.

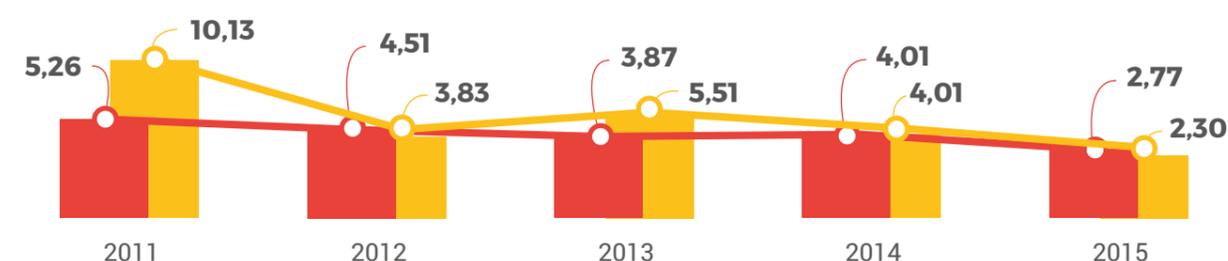
Para garantir a padronização de procedimentos e a rastreabilidade de eventuais erros, todas as bases da Ultragaz têm a certificação de qualidade internacional ISO 9001.

- Ação de prevenção dos três tipos mais comuns de câncer no Brasil, mama, colo de útero e próstata, pela Central Nacional Unimed. Durante o evento, 900 beneficiários elegíveis foram orientados a passar por consultas com especialistas e a realizar exames preventivos

Em 2015, a companhia também passou a utilizar um novo sistema para reduzir o risco de acidentes de trabalho no processo de checagem do número de vasilhames embarcados nos caminhões da companhia. Ao invés de subir no veículo, o colaborador agora faz a contagem observando em um monitor de vídeo a imagem captada por uma câmera posicionada em um pedestal. Reduziu-se, assim, o risco de quedas na atividade. Os resultados, porém, ainda não foram medidos pela empresa. // GRI G4-LA7, G4-LA8

### TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES DE TRABALHO\*

(em %) // GRI G4-LA6



● com afastamento do trabalho\*\*  
● sem afastamento do trabalho

\*Inclui estagiários  
\*\*Em decorrência do tipo e da gravidade do acidente

### Capacitação e desenvolvimento

A Ultragaz acredita que estabelecer uma cultura de aprendizagem é pré-requisito para se manter uma companhia inovadora e competitiva. Por

isso, incentiva e apoia permanentemente seus colaboradores, de diferentes níveis hierárquicos, através de programas e ações de treinamento

e capacitação, sempre alinhados às diretrizes de seu plano estratégico de crescimento. A capacitação técnica, coordenada pela Academia Ultragaz, é complementada por cursos de formação comportamental alinhados à cultura organizacional, aos valores e princípios éticos da companhia, como forma de preservá-los na execução das atividades operacionais do dia a dia dos negócios.

Entre as iniciativas promovidas pela companhia na área de educação em 2015, está a Academia Online, uma plataforma de ensino a distância voltada aos funcionários administrativos e técnicos. Criada para estimular o autodesenvolvimento e a gestão do conhecimento na companhia, a Academia Online é uma das ferramentas que tem ajudado a Ultragaz expandir suas ações de desenvolvimento.

Em 2015, a Ultragaz estabeleceu uma parceria de pós graduação *in company* em Gestão de Negócios, na estrutura da Academia Ultragaz, ministrada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). A escolha pela modalidade *in company* buscou, comodidade e um valor diferenciado para seus colaboradores, uma vez que o curso usa infraestrutura da própria Ultragaz. O grupo é formado por participantes de todos os negócios do Ultra que aderiram à parceria.

Para facilitar a integração de novas vendas, a companhia mantém um programa de capacitação e de treinamento de pré-operação. Ao longo de uma semana, novos revendedores recebem informações teóricas, visitam bases de produção e conversam com revendedores considerados modelo na rede.



“ A ÁREA ESTÁ TOTALMENTE INSERIDA DENTRO DO VISION, APOIANDO A ESTRATÉGIA COM OS PROCESSOS DE RECURSOS HUMANOS. EM 2015, TRABALHAMOS A GESTÃO DA MUDANÇA, GERENCIANDO IMPACTOS E FACILITANDO A DISSEMINAÇÃO DOS NOVOS PROCESSOS E A FORMA DE ATUAÇÃO, POR MEIO DE COMUNICAÇÃO E CAPACITAÇÃO PARA O EMPRESARIAL COMO UM TODO. NO DOMICILIAR, O FOCO FOI O APOIO A DISSEMINAÇÃO DOS PROJETOS DAS FRENTE RELACIONADAS AO VISION COM A ÁREA COMERCIAL. TRABALHAMOS TAMBÉM COM A REDE, NA CAPACITAÇÃO DOS NOVOS PARCEIROS, ATRAVÉS DO PRÉ-OPERAÇÃO E NO DESENVOLVIMENTO DE UM PROGRAMA ESPECÍFICO PARA REVENDEDORES QUE JÁ TIVERAM EXPERIÊNCIAS ANTERIORES COM GLP. O PRÉ OPERAÇÃO CULTURA AZUL. ”

**Fernanda Siqueira Silva Kauling**  
Gerente de Recursos Humanos

De forma semelhante, a companhia mantém um programa voltado à formação de revendedores, o Somar Sustentabilidade. Através dele, as vendas da Ultragaz recebem informações teóricas sobre o assunto e são integradas a

projetos mais amplos na área, como o Programa Ultragaz Pega Pilhas, Baterias e Celulares, a Campanha Junte Óleo: Ultragaz Coleta e Soya Recicla, e as Campanhas Educativas.

Desde que foi criado, o Somar Sustentabilidade já atendeu 229 revendedores, que participaram de workshops com consultores especializados em sustentabilidade. Em 2015 foram 74 novos revendedores, em Caucaia e Fortaleza (CE), na Grande São Paulo, na Baixada Santista e na região de São José dos Campos (SP). Para 2016, a perspectiva é de que o número seja ampliado com o envolvimento das unidades de Salvador (BA) e Porto Alegre (RS).

Atenta à necessidade de atrair novos talentos e renovar constantemente seus quadros de lideranças, a companhia também mantém um programa de estágio, que contou em 2015 com

21 participantes. O grupo é selecionado entre estudantes universitários de diversas áreas, nos anos finais de graduação, que passam por um processo de desenvolvimento de 18 meses na Ultragaz. Ao longo do período, estruturam e desenvolvem projetos que os preparam para seus desafios na companhia. Em 2015, 11 jovens talentos do programa foram efetivados. Outros cinco, que ainda não terminaram a universidade, tiveram contrato prorrogado e continuarão a ser avaliados, semestralmente, até que se formem.

Além do programa de estágio, a companhia tem como porta de entrada para jovens talentos o Programa de Aprendiz.

#### MODELO DE COMPETÊNCIAS // GRI G4-LA10

Em 2015 o modelo de competências Ultragaz, composto por 5 competências (4 para todos os colaboradores da Companhia e 1 exclusiva de Liderança), teve seu conteúdo revisado, com foco no maior entendimento dos comportamentos esperados para alcance de nossos resultados e propósito.

A diretoria da Ultragaz participou ativamente na descrição das competências e no alinhamento dos critérios da avaliação. O modelo de avaliação é constituído das seguintes fases:

- 1) Comunicação e disseminação de competências
- 2) Avaliação por competências
- 3) Comitê de calibração
- 4) Feedback e PDI

A primeira etapa do processo é feita através de ferramentas de comunicação, como palestras e workshops. Em 2015, foi realizada através de um workshop de Liderança Eficaz, voltado aos profissionais de liderança da Ultragaz. Além do entendimento das competências, o conteúdo ministrado pelo palestrante abrangeu feedback

e Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), com foco no desenvolvimento de equipes.

Na avaliação por competências, segunda etapa do processo, os funcionários se auto avaliam e são avaliados por seus líderes, com base em evidências. Em seguida, é feita a reunião do comitê de calibração. Nela, gestores

compartilham, entre si, percepções sobre os colaboradores com os quais mantêm contato profissional na empresa, o que permite a ampliação do olhar sobre cada colaborador, considerando não só a forma como interagem com o líder direto, mas também com os outros gestores ou clientes nos processos dos quais participam. O feedback e o PDI são o ponto alto do ciclo de desempenho. Líder e colaborador conversam sobre o desempenho individual e têm oportunidade de falar sobre desenvolvimento, realizar acordos e discutir os próximos passos na formação individual do colaborador. Para o líder, é o momento de se colocar à disposição para ajudar, entender o papel que tem no desenvolvimento da equipe e escutar as percepções que cada colaborador tem de sua gestão. O resultado é a ampliação da consciência para que todos acelerem seu desenvolvimento.

Após a conclusão do processo de avaliação, os principais pontos de desenvolvimento são compilados e passam a alimentar os programas da Academia Ultragaz.

No âmbito do Ultra, também houve mudanças no modelo de competências para o nível de liderança. Elas foram anunciadas, junto com a nova estratégia, no mês de junho de 2015, com o objetivo de deixar claro para toda a organização quais as expectativas em relação à Liderança Ultra na busca pelas metas estabelecidas. Composto por oito competências comuns à toda Liderança, o novo modelo prevê que cada negócio defina duas competências adicionais, importantes para a execução da estratégia estabelecida e essenciais para a atuação da companhia. Na Ultragaz, as competências adicionais definidas foram “Orientação para fazer diferente” e “Foco em excelência”.

A definição dos comportamentos que serão avaliados dentro de cada competência para cada nível de liderança, foi estabelecida em conjunto pelas equipes de RH dos negócios, do centro corporativo e Diretoria de Capital Humano. Assim, a partir de 2016, 100% dos líderes do Ultra serão avaliados e terão o desenvolvimento orientado por um modelo único de competências.

Treinamento, em 2015 // GRI G4-LA9*			
Categoria	Horas	Trabalhadores na categoria	Horas/homem
Liderança	2.165	193	11,2
Técnico e Administrativo	10.736	1.355	7,9
Operacional	13.879	1.386	10,0
Estagiário/Aprendiz	2.005	188	10,7
<b>Total</b>	<b>44.422</b>	<b>3.122</b>	<b>14,2</b>

\* A forma de cálculo do indicador foi revista e os dados relativos a 2011, ajustados de acordo com a nova forma de mensuração, ou seja, divisão da média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminada por categoria funcional.

## TREINAMENTO DE REVENDEDORES

Na Academia Revenda em 2015 // GRI G4-LA9



\* Todos os módulos  
 \*\*Treinamento direcionado ao empresário recém ingresso no negócio do GLP que adquiriu uma revenda Ultragaz. Este treinamento aborda quatro temas: Finanças, Marketing, Estratégia e Gestão de Pessoas

## Clientes

A Ultragaz monitora constantemente, através de pesquisas, o nível de satisfação de seus clientes e revendedores com os produtos e serviços que comercializa. Realizados com intervalos de no máximo seis meses, os levantamentos são fontes de informações para a identificação de oportunidades de melhoria, de novas necessidades do mercado e termômetro de práticas de gestão. Contribuem, assim, para a tomada de decisões corporativas.

A realização das pesquisas é feita pelas Unidades de Apoio ao Cliente (UAC) da companhia, com base na norma ABNT 5426, e segue critérios estatísticos para garantir a representatividade das amostras de campo. Os clientes empresariais classificam o grau de satisfação com a companhia em uma escala de quatro intervalos, que vai de “insatisfeito” a “muito satisfeito”. Já os consumidores domiciliares dão notas à Ultragaz de zero a dez.

Com base nos resultados das perguntas, é elaborado o Índice de Satisfação do

Cliente (ISC). Para ser classificada como “boa fornecedora” pelo ISC, a companhia precisa alcançar ao menos 80% na escala de satisfação. O objetivo da Ultragaz é manter o indicador acima desse percentual em todas as categorias analisadas. Quando o resultado não é alcançado, a equipe responsável pela análise dos números é acionada para descobrir o motivo da insatisfação e orientar os gestores para que possam adotar ações corretivas e preventivas para evitar o problema.

Em 2015, o único segmento que ficou abaixo de 80% foi o de Revendas (domiciliar). Houve, no entanto, forte avanço em relação aos anos anteriores. Com base em pesquisas de anos anteriores, que apontaram insatisfação com o “aspecto visual da embalagem”, é possível afirmar que um dos principais motivos para a melhora no desempenho no indicador é o processo de requalificação de botijões de GLP de 13kg em andamento.

### Número de vasilhames de GLP requalificados, por tipo, em 2015 // GRI G4-EN28

Tipo de Vasilhame	Requalificados	Total da Ultragaz	% do total
P-013.	2.917.783	23.247.999	13%
P-020.	23.661	162.163	15%
P-045.	93.876	570.355	16%

### Índice de satisfação dos clientes - ISC (%)\* // GRI G4-PR5

Público-alvo	2011	2012	2013	2014	2015
Assistência técnica (empresarial)	90,1	93	94,2	93,8	89,8
Clientes ativos (empresarial)	90,1	95,7	95,1	97,6	94,8
Novos clientes (empresarial)	90,1	96,1	96,7	96,3	93,0
Revendas (domiciliar)	50,7	47,1	56,6	72,7	79,5
Consumidor final (domiciliar)	87,8	90,8	84,7	96,4	94,5

\* A periodicidade difere de acordo com o segmento: Assistência Técnica (mensal); Clientes Ativos (semestral); Novos clientes (trimestral); Revendas e Consumidor Final (semestral).

A Ultragaz possui processos específicos para avaliar a qualidade de suas embalagens e garantir sua adequação a critérios como peso, ausência de vazamentos e pintura na cor azul, característica da marca da companhia. Os

casos de não-conformidade são identificados e é feita a avaliação dos pontos que precisam ser corrigidos. O processo utilizado pela Ultragaz tem permitido a redução de ocorrências do tipo, como mostram os gráficos a seguir.

### Multas significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços // GRI G4-S08, G4-PR9

Categoria	2013	2014	2015	Variação (%) 2013/2014	Variação (%) 2014/2015
ANP	2.010.844,08	4.020.401,05	1.097.368,10	99%*	(-73%)**
Inmetro	621.843,47	871.786,23	1.090.550,06	40%	25%***

\*O aumento significado da variação percentual decorre da opção da empresa de pagar todo o seu passivo antecipadamente, em face da Res. ANP nº 65/2014.

\*\* Houve significativa redução do valor das multas porque grande parte do passivo mais significativo, referente às autuações dos anos anteriores, foi quitada. Ainda assim, importante salientar que desse total, aproximadamente R\$ 730.000,00 refere-se a autuações de 2014.

\*\*\* Os valores das multas aplicadas pelos IPEM'S e INMETRO tem aumentado significativamente. Desse valor pago, aproximadamente R\$ 540.000,00 refere-se a autuações havidas em 2014.

### CASOS DE NÃO CONFORMIDADE E IMPACTOS CAUSADOS POR PRODUTOS E SERVIÇOS

(em %) // GRI G4-PR2



\* Total de não-conformidades em botijões/Quantidade de botijões inspecionados.

Foram registradas pela companhia 14 queixas relacionadas a impactos na sociedade, em 2015. O principal motivo foram anúncios sonoros, com quatro casos. Todas foram processadas e solucionadas através de mecanismo formal –

citação via e-mail ao responsável pela demanda que, após contato com o consumidor, efetua a apuração dos fatos e a resolução do problema.

// GRI G4-S01

### Investimento social

A Ultragaz tem longa tradição de investimentos na área social, com foco em projetos de cultura e educação voltados a crianças e jovens de baixa renda de comunidades próximas às suas unidades de produção. Além de contribuir para a formação de jovens e crianças para que

tenham um futuro melhor, a companhia entende que é preciso também conscientizar as novas gerações da importância da construção de um mundo sustentável, o que faz apoiando e patrocinando projetos de educação ambiental.

A definição dos projetos que recebem recursos e apoio da Ultragaz na área social é orientada pela Política de Sustentabilidade e pela Política de Investimento Socioambiental da empresa e, desde 2010, por pesquisas de campo sobre as necessidades das comunidades nas quais a companhia tem suas bases de produção. Para melhor avaliar os investimentos e ajustar os programas em andamento, em 2013 a Ultragaz passou a realizar também pesquisas de satisfação com o mesmo público.

**// GRI G4-SO1, G4-SO2**

Em 2015, a companhia fez novo estudo para identificar as necessidades de comunidades em 19 municípios no entorno de suas bases de produção. A lista inclui Santos, Ribeirão Preto, São José dos Campos, Paulínia, Barueri e Mauá, no Estado de São Paulo; Araucária, no Paraná; Canoas, no Rio Grande do Sul; Juazeiro e São Francisco do Conde, na Bahia; Aracajú, em Sergipe; Betim, em Minas Gerais; Senador Canedo, em Goiás; Duque de Caxias, no Rio de Janeiro; Caucaia, no Ceará; Ipojuca, em Pernambuco; São Luís, no Maranhão; Barra de São Francisco e Aracruz, no Espírito Santo. Os dados serão usados como subsídio para

**ESTADOS QUE RECEBERAM O PROJETO ULTRAGAZ CULTURAL EM 2015**

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| Rio Grande do Sul | Bahia          |
| Paraná            | Ceará          |
| Santa Catarina    | Sergipe        |
| São Paulo         | Pernambuco     |
| Minas Gerais      | Maranhão       |
| Goiás             | Rio de Janeiro |
| Mato Grosso       |                |

decisões sobre a criação de novos projetos ou mudanças nos projetos em andamento.

**// GRI G4-SO1, G4-SO2, G4-SO3**

Um dos mais importantes projetos criados e mantidos com exclusividade pela Ultragaz é o Ultragaz Cultural. Voltado a jovens e crianças de diferentes comunidades, a iniciativa tem o objetivo de promover e disseminar a cultura, por meio de espetáculos e eventos educativos. Entre 2008 e 2014, o Ultragaz Cultural levou cinema e peças de teatro, com apoio de carretas itinerantes, a 125 mil pessoas em 22 estados. Em 2015, o projeto passou por reformulação e começou a oferecer, além de cinema e teatro, oficinas educativas, realizadas em uma tenda móvel, montada em espaços públicos. O tema do ano, a água e a necessidade de preservação de recursos naturais, foi apresentado a mais de 12 mil crianças de escolas e instituições públicas em 13 estados. Em todos os casos, a comunicação sobre a programação cultural é divulgada externa e internamente, para que colaboradores e revendedores (bem como seus funcionários) que vivem na comunidade possam acompanhar o projeto.



Ultragaz Cultural

Como forma de minimizar o impacto ambiental do projeto itinerante, os resíduos gerados são doados para cooperativas de reciclagem locais. E, para compensar os gases causadores de efeito estufa emitidos pela carreta e por geradores de energia usados nos eventos do Ultragaz Cultural, a companhia planta árvores nativas em parceria com a ONG Iniciativa Verde. Em 2015, foi realizado o plantio de 165 mudas de árvore para compensar as emissões do projeto ocorrido em 2014. Realizado com incentivos fiscais da Lei Rouanet e apoio de Secretarias de Educação e Cultura e prefeituras das cidades onde acontece, o projeto já venceu, em 2008, os prêmios Top social ADVB e Marketing Best Responsabilidade Social.

Como parte dos seus esforços integrados para melhorar a qualidade do ensino no Brasil, a companhia também iniciou, em 2015, a segunda edição do projeto Nossa Escola é 10. Realizado em parceria com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Secretarias Estaduais de Educação, o projeto foi idealizado com o objetivo de promover a melhoria da educação e da infraestrutura de escolas públicas brasileiras. Em sua primeira edição, atendeu quatro escolas em Ipojuca, no Estado de Pernambuco. Nesta segunda, será realizado em outras cinco, em São Luís, no Maranhão. **// GRI G4-EC7**

Além de reformas na estrutura física, o Nossa Escola é 10 oferece capacitação aos professores e suporte na elaboração de políticas educacionais para os municípios atendidos. A previsão é de que as obras nas escolas e o trabalho de apoio didático, orçados em cerca de R\$ 1 milhão, estejam concluídos no início de 2017. **// GRI G4-EC7**

Em parceria com entidades de classe, e também com o Ministério da Saúde e revendedores exclusivos Ultragaz, a companhia apoia campanhas de divulgação de informações de utilidade pública, distribuindo folhetos com orientações à população sobre cuidados com a saúde e outros assuntos de relevância social. Em 2015, a Ultragaz participou, por exemplo, da divulgação de informações sobre o combate à exploração sexual de crianças e adolescentes.

Batizada de Disque 100, a campanha de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, em particular, é feita em parceria com a Childhood Brasil, entidade que tem o objetivo de mobilizar a favor da causa governo, empresas e a sociedade. A Ultragaz apoia a iniciativa e é signatária do Pacto Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras, desde 2009. De lá para cá, através de seus revendedores, ajudou a distribuir informações sobre o Disque 100, o número para denúncias anônimas do crime de exploração sexual de menores, a milhões de brasileiros. Somente em 2015, foram alcançadas 12 milhões de pessoas.

Em paralelo, a Ultragaz patrocina e desenvolve projetos de promoção da melhoria da educação nas comunidades em que está presente em parceria com organizações não-governamentais (ONGs) como Pluga Cuca, Associação Santo Agostinho (ASA), Recriarte/CARE e Vocação. São projetos que atingem não só os jovens, mas também suas famílias, ampliando os efeitos positivos. Em 2015, a companhia apoiou inúmeras iniciativas em educação, mantidas pelas instituições parceiras.

Como forma de envolver seus colaboradores no esforço pela construção de um mundo melhor e mais sustentável, a Ultragaz mantém também um programa de voluntariado. Através dele, colaboradores da companhia podem se envolver em atividades de incentivo ao empreendedorismo promovidas, em escolas públicas, pela Junior Achievement. Parceira da Ultragaz na iniciativa, a Junior Achievement é uma das entidades mais tradicionais do mundo dedicada à educação prática em economia e negócios para jovens e crianças. As ações da entidade tem como um dos objetivos facilitar o acesso dos jovens participantes ao mercado de trabalho por meio de programas educacionais. Em 2015, participaram da iniciativa 221 voluntários da Ultragaz, de 13 estados brasileiros, beneficiando cerca de 300 mil jovens. Em 2014, o número havia sido de 126 colaboradores, em 13 estados.

O aumento do interesse levou a companhia a desenvolver, nos moldes de uma rede social, o Portal do Voluntariado Ultragaz (<http://voluntariadoultragaz.v2v.net>). Lançada em setembro de 2015, a ferramenta tem como principal função facilitar a difusão e a gestão de ações de voluntariado e projetos de sustentabilidade apoiados pela companhia. Serve ainda para incentivar a adesão de novos colaboradores e a troca de informações entre os participantes.

Na área ambiental, a Ultragaz mantém, desde 2011, um projeto de coleta de pilhas, baterias e celulares usados, o Ultragaz Pega Pilhas, Baterias e Celulares. O trabalho é feito por caminhões da companhia, com o apoio da rede de revendas integradas à iniciativa, em dez estados. Em 2015, a Ultragaz recolheu, através



Campanha Junte Óleo

do projeto, mais de uma tonelada de pilhas, baterias e celulares.

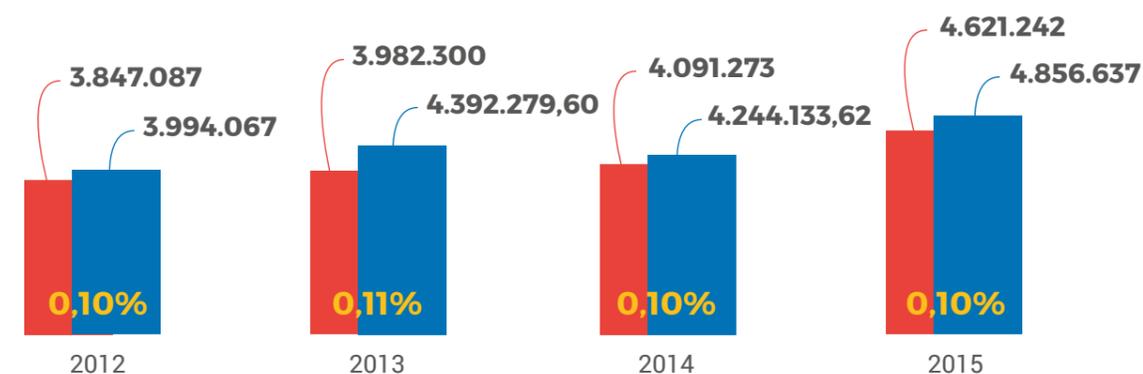
Também com foco na proteção do meio ambiente, a companhia promove a reciclagem

de óleo de cozinha usado, através da campanha “Junte Óleo: Ultragaz Coleta e Soya Recicla”, mantida em parceria com a Bunge, dona da marca Soya, e do Instituto Triângulo. O projeto

oferece duas barras de sabão biodegradável aos consumidores em troca de dois litros de óleo de cozinha usado, guardados em uma garrafa pet, que deve ser entregue a um vendedor Ultragaz. As informações sobre o funcionamento da campanha são repassadas através de folhetos explicativos, entregues pelo vendedor em suas visitas para a distribuição de botijões. O óleo coletado é usado na produção de biodiesel e das

barras de sabão distribuídas aos consumidores. Iniciado em 2014, em cidades do Ceará e do Estado de São Paulo, incluindo a capital, o projeto será estendido em 2016 para Salvador (BA) e Porto Alegre (RS). Até o final de 2015, já haviam sido coletados mais de 300 mil litros de óleo de cozinha usado, em mais de 180 mil residências, com a participação de 249 revendas da companhia.

### INVESTIMENTO EM AÇÕES SOCIAIS



- Receita líquida (R\$ mil)
- Valor Investido em Ações Sociais (em R\$)
- Percentual da Receita Investido em Ações Sociais

### Fornecedores

Na busca constante por atuar com os melhores padrões de qualidade, segurança e excelência operacional, a Ultragaz desenvolve com seus fornecedores relações sólidas de parceria, baseadas em diálogo transparente e postura ética. Além disso, procura disseminar seus valores e melhores práticas relacionadas à sustentabilidade ao longo de toda a sua cadeia de valor.

Para avaliá-los, a companhia mantém, há mais de dez anos, o Programa de Qualificação de Fornecedores e mede, através dele, indicadores como pontualidade de entrega e desempenho

dos produtos oferecidos. O índice de Qualidade de Fornecimento (IQF), resultado da avaliação, é usado para classificar e premiar os fornecedores mais bem colocados ao longo de todo o ano.

O foco principal das ações da companhia está em um grupo de 66 fornecedores considerados estratégicos, pelo potencial que têm de afetar o bom andamento das operações e dos negócios da Ultragaz, a qualidade dos produtos e serviços e a satisfação dos clientes. Eles são cerca de 1% dos fornecedores em todo o país.

Com o objetivo de garantir alinhamento ético, a Ultragaz impõe a esses fornecedores a assinatura de um Termo de Compromisso de atuação sustentável. Nele, há cláusulas relacionadas a direitos trabalhistas, respeito aos direitos humanos e ao meio ambiente, como exigências de registro de empregados de acordo com a CLT, de mecanismos de prevenção de assédio moral, o respeito à jornada de trabalho, combate ao trabalho infantil e análogo à escravidão, liberdade de associação sindical, valorização da diversidade, investimentos diretos em projetos sociais, análise de risco do negócio e boas práticas de gestão de emissão de gases de efeito estufa. A verificação inicial de adequação é feita por equipes de Normatização & Qualidade da Ultragaz, em visitas às empresas e pela análise de documentos dos fornecedores que comprovem as práticas previstas no acordo.

**// GRI G4-HR5, G4-HR6**

Para estreitar o relacionamento com os parceiros estratégicos, alinhar expectativas e apontar as novas tendências do mercado, a Ultragaz realiza anualmente, desde 2012, o Encontro Anual de Fornecedores de Materiais e Serviços Críticos. O evento é organizado por representantes de áreas vitais na cadeia produtiva, como as de Sustentabilidade, SSMA, Suprimentos,

Engenharia (Qualidade) e Centro de Serviços Compartilhados.

Na edição de 2015, o tema do encontro foi “Cultivando relações de parceria”. Estiveram presentes 35 empresas, que trocaram informações sobre gestão e participaram de uma programação intensa de palestras e apresentações, que incluiu informações sobre os pilares estratégicos, as competências e o Plano Estratégico da Ultragaz para o período de 2012 a 2022; avaliação de qualidade; sustentabilidade; distribuição de GLP no Brasil; inovação; excelência em gestão e os programas Integração Ultra e Clube de Compras. Também foram repassadas orientações sobre emissões de gases de efeito estufa e a necessidade de reduzi-las em todos os elos da cadeia de produção do GLP. Ao final do encontro, os fornecedores receberam o resultado do processo de avaliação e os melhores foram homenageados.

Em 2015, 98% dos fornecedores críticos da Ultragaz estavam formalmente comprometidos com a Política de Sustentabilidade da companhia. No mesmo ano, a companhia fechou negócio com 7.833 fornecedores diferentes. Em 100% dos casos, os contratos foram firmados com cláusula sobre critérios socioambientais e práticas trabalhistas.

**// GRI G4-HR10, G4-LA14, G4-EN32, G4-SO9, G4-SO10**



“A SUSTENTABILIDADE TEM PERMEADO DE FORMA MUITO POSITIVA A CADEIA ULTRAGAZ, POR MEIO DE PROJETOS E AÇÕES QUE A EMPRESA TEM REALIZADO COM SEUS COLABORADORES, REVENDEDORES, FORNECEDORES E CLIENTES. UM DOS RECONHECIMENTOS POR ESTE TRABALHO FOI EXTERNALIZADO NA PESQUISA DE CLIMA PELOS NOSSOS COLABORADORES.”

**Daniela Gentil**  
Gerente de Sustentabilidade

A meta da Ultragaz para 2016 é que 70% dos fornecedores marquem mais de 90 pontos, de um total de 100, no questionário de avaliação. Através de uma pesquisa sobre as expectativas dos fornecedores, a companhia identificou a necessidade de reforçar assuntos voltados ao meio ambiente e sustentabilidade, que precisam ser nivelados com a maioria dos fornecedores.

**// GRI G4-EN32, G4-SO9**

Atualmente a Ultragaz não possui política de contratação local de fornecedores. Os critérios de compra adotados são melhor valor e qualidade/homologação do produto ou serviço. No entanto, a companhia já contrata

## Meio ambiente

A busca por eficiência operacional na Ultragaz passa pelo desenvolvimento e adoção contínua de novos processos e projetos desenhados para reduzir os impactos ambientais da companhia. Sozinha ou com o apoio de entidades dedicadas à proteção do meio ambiente, a Ultragaz monitora, avalia e define ações com o objetivo de reduzir a emissão de gases geradores de efeito estufa, a geração de efluentes, resíduos sólidos, o consumo de água e energia. De forma semelhante, controla o uso de produtos químicos, potencialmente causadores de danos ao meio ambiente. A companhia realiza o levantamento dos aspectos e impactos ambientais de todas as unidades da companhia. Sempre considerando todos os requisitos legais relacionados à gestão ambiental de seu negócio, a Ultragaz envolve ainda em seus esforços revendedores e fornecedores. **// GRI G4-EN12**

fornecedores críticos localmente em algumas filiais. Um exemplo é a de Caucaia (CE), atendida no serviço de requalificação de vasilhames para o transporte de GLP por uma empresa localizada na cidade vizinha, Maracanaú (CE). **// GRI G4-EC9**

Em 2015, a Ultragaz teve dois casos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas por meio de mecanismo formal – citação via e-mail ao responsável pela demanda que, após contato com o consumidor, efetua a apuração dos fatos e resolução do problema. Nenhum fornecedor crítico da companhia apresentou casos negativos de impacto social. **// GRI G4-SO9**

UMA DAS INICIATIVAS DE MAIOR DESTAQUE, EM 2015, FOI A IMPLEMENTAÇÃO DO ÍNDICE DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL (ISGMA) NA COMPANHIA.

Composto de nove indicadores, o ISGMA permite à alta direção da companhia acompanhar, mensalmente, o desempenho das bases de produção no que diz respeito à área ambiental. São monitorados, por exemplo, o acompanhamento e a validação de requisitos legais vigentes, incidentes ambientais, a execução de reuniões de análise crítica de SSMA, execução do plano de ação em caso de acidentes e simulados de acidentes ambientais.

Em outra frente de ação para a melhoria dos sistemas de controle de impactos ambientais em suas bases de produção, a companhia deu

continuidade à formação de auditores internos de meio ambiente, nas Normas da ABNT NBR ISO 14.001/2004 e NBR ISO 19.011/2012. Os próprios colaboradores das unidades foram capacitados. A partir da capacitação, a Ultragaz

transformou a Lista de Verificação Ambiental (LVA), que era feita com apoio de consultores externos e equipe da matriz, em auditoria interna de meio ambiente, a cargo de colaboradores das bases de produção.



“**TEMOS INDICADORES PARA VERIFICAR O DESEMPENHO E O NÍVEL EM QUE CADA UMA DAS NOSSAS 17 BASES DE PRODUÇÃO SE ENCONTRAM. AVALIAMOS 11 ITENS. SE AS LICENÇAS ESTÃO EM DIA, SE AS CONDICIONANTES PARA A MANUTENÇÃO DAS LICENÇAS ESTÃO SENDO ATENDIDAS, SE OS REQUISITOS LEGAIS MUNICIPAIS, ESTADUAIS E FEDERAIS ESTÃO SENDO CUMPRIDOS, ENTRE OUTRAS QUESTÕES. E EXISTEM METAS E PLANOS DE AÇÃO ESTABELECIDOS PARA CADA BASE COM RELAÇÃO A CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA, DE ÁGUA, E GERAÇÃO DE RESÍDUOS PERIGOSOS.**”

**Judith Hidemi Yoshioka**  
Gerente de Segurança, Saúde e Meio Ambiente

Na outra ponta do negócio, a Ultragaz promoveu, junto aos seus revendedores, visitas monitoradas à Revenda Sustentável Ultragaz, na capital paulista. Construída de acordo com critérios estabelecidos pelo United States Green Building Council (USGBC), entidade que promove a sustentabilidade na construção civil, a unidade conta com sistema de captação de água da chuva para uso em banheiros; tecnologias para a redução do consumo de energia, como lâmpadas LED; aquecedor de passagem a GLP; sistema de coleta seletiva e uma “parede verde”, coberta por plantas, que reduz a temperatura ambiente e a necessidade de uso de sistemas de ar-condicionado.

Com as visitas monitoradas, nas quais são distribuídas cartilhas informativas, a Ultragaz

quer incentivar seus revendedores a adotarem soluções sustentáveis.

A primeira Revenda Sustentável Ultragaz foi inaugurada em 2014 e possui certificação Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), que avalia a efetividade de construções sustentáveis e é reconhecido internacionalmente. Em 2016, a previsão é de que mais uma revenda do tipo abra as portas, em Fortaleza (CE). Outras duas unidades sustentáveis estão em planejamento, em São Paulo e Salvador (BA).

Foram realizadas ainda uma série de obras voltadas à redução de impactos ambientais e riscos ambientais em diversas unidades da Ultragaz, conforme a tabela a seguir.

Investimentos em proteção ambiental - 2015 // GRI G4-EN31		
Unidade	O que foi feito	Valor
Santos	-	R\$ 0,00
Senador Canedo	Construção de dique de contenção	R\$ 8.500,00
	Sistema de captação de água pluvial*	-
	Caçamba para resíduos	R\$ 3.900,00
Ribeirão Preto	Cadeados e válvulas para os diques de contenção	R\$ 550,00
	Bancada para apresentação de materiais recicláveis	R\$ 1.000,00
	Kit ambiental para área de resíduos	R\$ 380,00
	Dique de contenção para caçamba coletora de lixo orgânico	R\$ 470,00
	Plantio de mudas para área verde	R\$ 4.700,00
Aracruz	Kit de emergência ambiental	R\$ 758,70
Mauá	Kit de emergência ambiental	R\$ 5.000,00
Matriz	Consultoria Ambiental	R\$ 129.995,94
Palhoça	Contenções e Kit de emergência ambiental	R\$ 2.100,00
Joinville	Contenções e Kit de emergência ambiental	R\$ 2.500,00
Ponta Grossa	Contenções e Kit de emergência ambiental	R\$ 1.100,00
Londrina	Contenções e Kit de emergência ambiental	R\$ 1.800,00

\* Informação não disponível

## Investimentos em proteção ambiental - 2015 // GRI G4-EN31

Unidade	O que foi feito	Valor
	Aquisição de material para reposição de kit de emergência ambiental;	R\$ 758,70
Capuava	Construção de diques de contenção na plataforma P2 /P5;	R\$ 4.000,00
	Construção da Compactadora de resíduos	R\$ 3.000,00
Cascavel	Contenções e Kit de emergência ambiental	R\$ 4.050,00
	Kit de emergência ambiental	R\$ 1.800,00
Araucária	Adequação da ETAR	R\$ 80.000,00
<b>Total</b>		<b>R\$ 256.363,34</b>

## Emissões

A Ultragaz monitora e registra em seu inventário anual de emissões, desde 2009, as emissões de gases causadores de efeito estufa em suas operações, incluindo fontes geradoras de energia elétrica, revendas, viagens aéreas e veículos de terceiros. Em 2015, pelo segundo ano consecutivo, a companhia reduziu a quantidade de tCO2e produzido. A queda, em termos percentuais, foi de 8,19% sobre 2014 das emissões dos escopos 2 e 3, vide gráfico ao lado. // GRI G4-EN19

O desempenho positivo é reflexo da otimização de rotas na área de logística, facilitadas pelo uso mais intenso de tecnologias da informação, de ações como a troca de combustíveis fósseis por

renováveis na frota de veículos da companhia, troca de lâmpadas fluorescentes por lâmpadas LED e incentivo à utilização de salas de video-conferência, entre outras iniciativas. Em 2015, no Estado de São Paulo, por exemplo, onde os veículos leves usados a serviço por colaboradores da Ultragaz passaram a ser abastecidos só com etanol, houve redução de 6,3% no volume de GEE, comparando 2015 com o ano anterior. A meta em 2014 era reduzir pelo menos em 2% as emissões da frota própria com esse projeto e essa meta foi superada. Também houve uma economia de R\$ 61,6 mil em custos com combustível, em sete meses. Em 2016, com a continuidade das ações de redução de emissões de GEE, a meta é reduzir 1% em emissões comparando com as emissões de 2015.



“ EM 2015 EXECUTAMOS DOIS GRANDES PROGRAMAS COM O OBJETIVO DE FAZER O NEGÓCIO DA ULTRAGAZ MAIS ÁGIL E AUTOMATIZADO. VÁRIAS SOLUÇÕES CRIADAS PELOS PROGRAMAS TÊM CONEXÕES DIRETAS COM A SUSTENTABILIDADE. DE UMA FORMA GERAL, AUTOMATIZAÇÕES E DIGITALIZAÇÃO DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS OTIMIZAM A UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS DA ULTRAGAZ. POR EXEMPLO, QUANTO MELHOR PLANEJARMOS AS FUNÇÕES DE DISTRIBUIÇÃO DA EMPRESA, TANTO DO GRANEL QUANTO DO ENVASADO, MELHOR SERÁ A UTILIZAÇÃO DE NOSSA FROTA, POSSIBILITANDO, ENTRE OUTRAS COISAS, A REDUÇÃO DO CONSUMO DE COMBUSTÍVEL ”

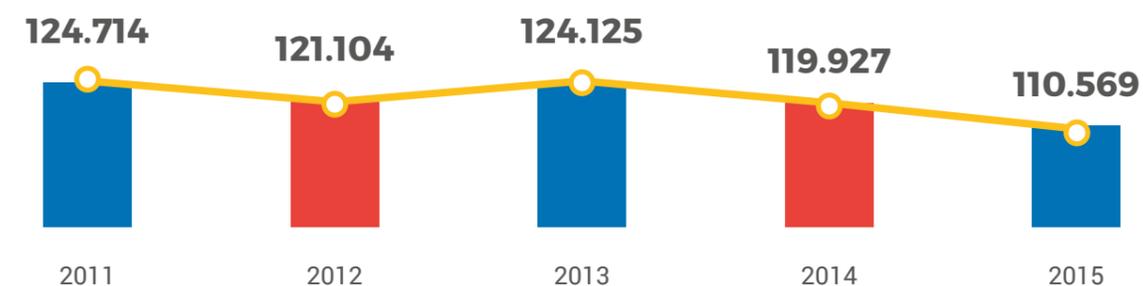
Jeferson Carlos Chitero  
Gerente de Tecnologia da Informação

Em 2015, a Ultragaz iniciou também um programa para engajar seus fornecedores críticos na redução da emissão de GEE. O trabalho está sendo realizado em parceria com o Carbon Disclosure Project (CDP), ONG britânica reconhecida por seu método de avaliar e apresentar dados sobre GEE, que é aceito e utilizado, internacionalmente, por empresas e entidades ligadas ao meio ambiente. Nos meses de abril e maio, a Ultragaz reuniu fornecedores críticos em workshops de capacitação que

tiveram como foco orientações sobre como reduzir progressivamente as emissões a partir de elaboração de inventários próprios de GEE. Representantes do CDP também deram palestras e orientações sobre o tema durante a quarta edição do Encontro Anual de Fornecedores da Ultragaz, no final do ano. Fazem parte do projeto na companhia as áreas de Sustentabilidade, SSMA, Suprimentos & Engenharia (Qualidade). // GRI G4-EN27

## EMISSIONES TOTAIS DIRETAS E INDIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA

Por peso - em tCO2e // GRI G4-EN15, G4-EN16, G4-EN19\*



\*Nas emissões indiretas, foi considerado o escopo 2 energia elétrica.

Do escopo 3, foram consideradas emissões de revendas Ultragaz, viagens aéreas e frota de terceiros. // GRI G4-EN17

### Impactos ambientais do transporte de produtos, bens materiais utilizados nas operações e pessoal - em tCO<sub>2</sub>e/ano // GRI G4-EN30

Categoria	2011	2012	2013	2014	2015
Frota terceirizada*	44.418	43.889	39.325	36.152,92	36.498,75
Frota própria	16.228	19.621	17.944	16.253,04	15.285,82
<b>Total</b>	<b>60.646</b>	<b>63.510</b>	<b>57.269</b>	<b>52.405,96</b>	<b>51.784,57</b>

\*Não contempla dados das vendas

Além de GEE, a Ultragaz registrou em 2015 a emissão na atmosfera de 179,37 Kg (ou 321,07 tCO<sub>2</sub>e) de substâncias que destroem a camada

### Consumo de energia

A Ultragaz reduziu o consumo de energia em 4%, em 2015. Entre os motivos para o desempenho, considerado positivo, estão investimento na troca de motores elétricos antigos por modelos novos e mais econômicos em unidades de produção da companhia e, em paralelo, ações internas de conscientização sobre a importância de se economizar recursos naturais, como água, energia e papel, nos ambientes corporativo e doméstico, reunidas no Programa Economize.

Em funcionamento desde 2012, o Economize utiliza ferramentas de comunicação que vão de folders explicativos e e-mail marketing a comunicados na intranet e quadros de aviso para conscientizar colaboradores em todas as bases de produção da companhia. Já a troca de

de ozônio e de 0,03 toneladas de N<sub>2</sub>O.

// GRI G4-EN18, G4-EN20, G4-EN21

motores foi decidida após a implantação de um programa de monitoramento informatizado para medir, em tempo real, o consumo de energia nas bases de produção. Em 2015, a Ultragaz começou a refinar a coleta de informações, segmentando a captação de dados por áreas de cada unidade. E descobriu que poderia economizar substituindo equipamentos antigos por modelos similares mais modernos e econômicos. // GRI G4-EN3

A Ultragaz não tem metas gerais de redução de consumo de energia elétrica. Mas suas unidades têm metas individuais, que ajudaram a reduzir o consumo de 22.290.121,02 kwh, em 2014, para 21.480.173,47 kwh, em 2015. // GRI G4-EN6

### CONSUMO DE ENERGIA DIRETA (EM GJ) // GRI G4-EN3



### Consumo de água

Em 2015, ano de crise hídrica severa, principalmente no Estado de São Paulo, o consumo de água na Ultragaz caiu 31,6% e bateu no menor nível em cinco anos. A redução mais significativa foi na compra de água de caminhões pipa e galões para consumo humano. Mas houve cortes similares em volume na captação de água subterrânea e das redes municipais de abastecimento. Apesar da redução drástica e das restrições de abastecimento, as operações da companhia não foram afetadas pelo problema.

O desempenho é consequência de investimentos contínuos em conscientização dos colaboradores da Ultragaz para uso racional de recursos naturais, como o Programa Economize; na melhoria de processos produtivos e na construção de estruturas que permitam a captação da água da chuva, o tratamento e a reutilização da mesma em sistemas fechados de circulação de água na produção.

Um dos principais investimentos realizados no ano na área foi a construção de uma nova Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) em São José dos Campos. A unidade será concluída em 2016 e permitirá o reaproveitamento de até 99% da água usada nos processos de pintura e lavagem de recipientes. Com isso, a água pode permanecer em uso por até seis meses. O tratamento é automatizado e produz pouco lodo. // GRI G4-EN26

A EXPECTATIVA É DE ECONOMIA DE 2,5 MIL LITROS DE ÁGUA POR DIA (75 MIL LITROS POR MÊS), ALÉM DO DESCARTE EQUIVALENTE EM EFLUENTES, QUE ERA PAGO PELA COMPANHIA.

Compacto, o equipamento atende as legislações ambientais, com baixo consumo de energia e baixo custo de manutenção.



“UM DOS PILARES MAIS IMPORTANTES PARA NÓS DENTRO DA COMPANHIA HOJE É A INOVAÇÃO EM PROCESSOS. ESTAMOS DESENVOLVENDO AGORA, POR EXEMPLO, UMA ÚNICA ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ÁGUA TODA AUTOMATIZADA, COM MENOS INTERVENÇÃO HUMANA.”

Márcio Carrara  
Gerente de Engenharia

### Consumo de água por fonte - em m<sup>3</sup> // GRI G4-EN8

Fonte	2011	2012	2013	2014	2015
Água subterrânea (poço artesiano)	102.504	72.567	86.769	78.276,65	54.194,54
Abastecimento da rede municipal (Concessionária)	121.498	113.990	111.390	114.505,60	92.540,00
Outras fontes (galão para consumo humano + caminhão-pipa)	1.218	20.409	10.503	30.661,56	6.151,98
<b>Total</b>	<b>225.220</b>	<b>206.966</b>	<b>208.662</b>	<b>223.443,81</b>	<b>152.886,52</b>

### Controle de efluentes e resíduos

O controle de efluentes e resíduos na Ultragaz é feito de forma sistêmica, com o objetivo de reduzir riscos ambientais e gerar maior eficiência operacional nos processos de produção. Um dos principais programas desenvolvidos pela companhia na área é o de coleta seletiva e reciclagem de resíduos, que incentiva as unidades operacionais e os revendedores Ultragaz a participarem da coleta de materiais recicláveis. Como resultado da

iniciativa, apenas em 2015, a companhia reciclou 258,334 toneladas de resíduos não perigosos e 83,83 toneladas de resíduos perigosos, respectivamente 24% e 18%. // GRI G4-EN2

A Ultragaz mantém também projetos criados para reunir e dar destinação correta a materiais potencialmente prejudiciais ao meio ambiente, como o Programa Pega Pilhas, Baterias e Celulares. Também faz o reprocesso de borra de

tinta e busca constantemente novos processos que, além de mais eficientes, gerem menos resíduos e usem produtos menos poluentes. Um exemplo são as etiquetas biodegradáveis que acompanham os botijões de GLP da marca e esforços como o de desenvolvimento de uma tinta com solvente à base de água.

Em linha com seu compromisso ético e de respeito ao meio ambiente, a companhia realiza todas as análises químicas necessárias, previstas pela legislação, antes de enviar

efluentes às suas estações de tratamento (ETEs), próprias ou de terceiros.

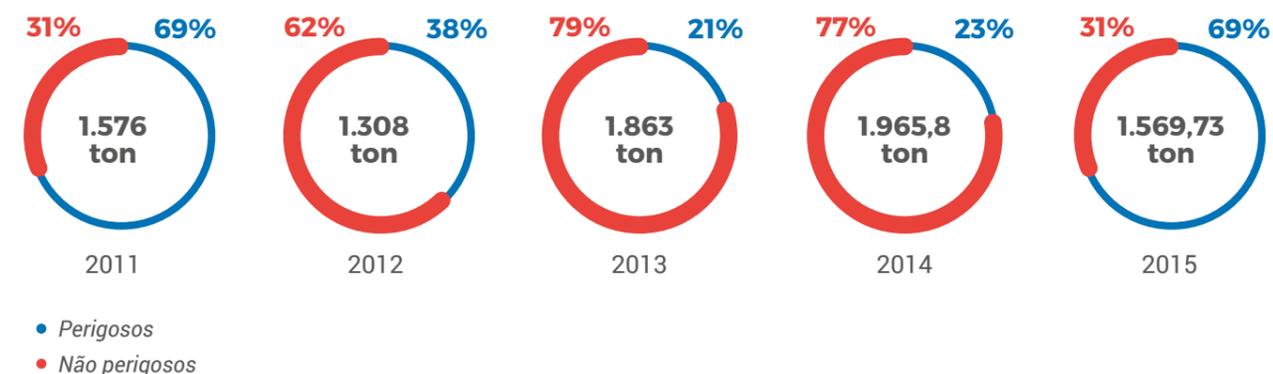
Em 2015, houve grande aumento no volume total de efluentes líquidos descartados, como indica a tabela abaixo. O motivo foi a realização de diversos trabalhos de limpeza, manutenção e redimensionamento de equipamentos que geram efluentes, nas unidades de Duque de Caxias, Araucária, Barueri, Paulínia, Imbirussu, Santos, Aracruz, Aracaju e Ribeirão Preto. // GRI G4-EN-22

### Descarte total de água, por qualidade e destinação - em m<sup>3</sup> // GRI G4-EN22

Categoria	2011	2012	2013	2014	2015
Descarte total de efluentes líquidos	16.736	13.345	10.227	9.235,13	59.536,82
Total de toneladas de produtos comercializados	1.625.210	1.618.092	1.696.260	1.711.172	1.696.595
Descarte de efluentes por tonelada de produto comercializado (m <sup>3</sup> por tonelada)	0,010	0,008	0,006	0,005	0,035

### PESO TOTAL DE RESÍDUOS

Por tipo e método de disposição // GRI G4-EN23



## Sobre o relatório // GRI G4-33

Apresentamos neste Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2015 o desempenho econômico, social e ambiental de forma sistêmica e integrada. Nele estão relatadas as ações e resultados conquistados ao longo de 2015, avigorando o compromisso da companhia com a transparência, a inovação e o contínuo diálogo com a sociedade. // GRI G4-29, G4-30

A opção “Essencial” escolhida pela empresa está de acordo com as diretrizes da GRI –

## Limites do relatório

Neste relatório, apresentamos os resultados e as informações referentes ao exercício de 2015, que incluem as operações da Cia Ultragaz SA em todas as regiões do Brasil. // GRI G4-28

O processo adotado para definir o conteúdo e os limites dos aspectos materiais desse relatório incluiu uma análise prévia do grupo de governança do relatório, avaliação de consultoria externa sobre os relatórios anteriores, entrevistas com os principais executivos e a participação direta de grupos representantes

Global Reporting Initiative modelo G4, e contém os aspectos materiais fundamentais para a Ultragaz relatar os impactos de suas operações.

// GRI G4-32

Para obter informações dos dados inseridos ou eventuais perguntas sobre esse relatório, basta acessar o site [www.ultragaz.com.br](http://www.ultragaz.com.br) ou entrar em contato através do e-mail [sustentabilidade@ultragaz.com.br](mailto:sustentabilidade@ultragaz.com.br). // GRI G4-31

envolvidos nas operações da organização. Desta forma, os aspectos materiais definidos em 2013, foram confirmados e incrementados. // GRI G4-18

Todos os tópicos que aparecem são fundamentais para garantir a transparência efetiva da Ultragaz. Porém, para garantir uma análise justa e consistente, classificamos como prioritários, confirmados e adicionados. Assim, acreditamos retratar os princípios de qualidade das informações relatadas e compatíveis para o nosso negócio e para os diversos *stakeholders*.

## Aspectos materiais identificados pelos stakeholders // GRI G4-19, G4-27

Segundo as diretrizes da GRI G4, a empresa deve ponderar o impacto de cada tópico acatado no processo de materialidade e examinar a ocorrência de cada um deles, seja dentro ou fora da organização. Essa crítica auxilia o processo de monitoramento da empresa e suas unidades

de operação, tendo em vista a relevância para o setor, a importância para o progresso do negócio e das partes envolvidas: onde ter maior atenção internamente e onde agir externamente de maneira estratégica.

### TEMAS CONFIRMADOS

- Comunidade local
- Treinamento e Educação
- Combate à corrupção
- Saúde e segurança do cliente
- Diálogo e Engajamento em Comunidades
- Treinamento e Educação de Revendedores e Empregados

### TEMAS ADICIONADOS

- Desempenho Econômico
- Impacto econômico indireto
- Presença no mercado
- Prática de Compras
- Água
- Emissões
- Efluentes e Resíduos
- Energia

### TEMAS PRIORITÁRIOS DA ULTRAGAZ

- Saúde e Segurança no Trabalho
- Transparência na comunicação
- Risco e Segurança no Transporte
- Pesquisa e Desenvolvimento tecnológico
- Concorrência Desleal
- Trabalho infantil
- Assédio Moral e/ou Sexual

## Limites da organização

Na avaliação dos limites para cada aspecto material, foi considerada, essencialmente, a habilidade técnica do Grupo de Governança do relatório, diante da experiência na organização do negócio. Para a análise da ótica interna, foi observado o impacto direto no entorno da sede

administrativa e das unidades operacionais incluídas no mapa de atuação. Os aspectos materiais também foram avaliados do ponto de vista da cadeia de valor, observando a influência significativa causada pela empresa. // GRI G4-17

Aspectos	Dentro	Fora
Saúde e Segurança no Trabalho		
Transparência na comunicação	✓	
Risco e Segurança no Transporte	✓	
Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico	✓	
Concorrência Desleal	✓	
Trabalho Infantil	✓	✓
Assédio Moral e/ou Sexual	✓	
Comunidade Local	✓	
Treinamento e Educação	✓	
Combate à Corrupção	✓	✓
Saúde e Segurança do Cliente	✓	✓
Diálogo e Engajamento em Comunidades	✓	
Treinamento e Educação de Revendedores e Empregados	✓	✓
Desempenho Econômico	✓	✓
Impacto Econômico Indireto	✓	
Presença no Mercado	✓	
Prática de Compras	✓	
Água	✓	
Emissão e Efluentes	✓	✓
Resíduos	✓	✓
Energia	✓	

As informações contextualizadas sobre as práticas internas e externas da organização estabelecem a relação de seus impactos e demonstram as demandas impostas pela cultura

## Reformulações e mudanças

Em 2015, a Ultragaz renovou o diálogo com seus principais *stakeholders*, com foco nos elementos fundamentais dos impactos gerados pelo seu desempenho econômico, ambiental, social e de governança. O que representa uma evolução significativa, principalmente pelo fato de ser a primeira vez que a empresa estimula a

## Ajuste da materialidade

Marcada pelo primeiro encontro com *stakeholders* chamados a contribuir com o conteúdo deste relatório, a reunião contou com a presença de empregados efetivos, representantes da academia, revendedores,

da sustentabilidade, inserem novas metas e dão clareza do nível de desenvolvimento da gestão Ultragaz. // **GRI G4-20, G4-21**

participação ativa de seus públicos e propõe o debate sobre o interesse da sociedade.

// **GRI G4-22, G4-23**

Os dados de 2015 sobre as emissões GEE foram atualizados e os valores averiguados em maio/2016.

entidades do setor e clientes. O acesso foi pelo critério de proximidade de relacionamento, oportunidade e localização da sede em São Paulo. // **GRI G4-24, G4-25, G4-26**

Stakeholders	Perfil do grupo	Número de entrevistados
Empregados	Empregados efetivos	3
Clientes*	Negócios comerciais	1
Sociedade	(1) Academia, (2) ONGs (1) Entidade do setor	4
Parceiros	Revendedores	2

\* remotamente

Os participantes foram convidados a avaliar a lista de aspectos oferecidos pela GRI, seguindo os princípios de equilíbrio e exatidão. O resultado refletiu em uma análise consistente, compreendendo os impactos positivos e negativos da empresa, expressados em forma

de respostas quantitativas e qualitativas na redação do relato da sustentabilidade Ultragaz. Os novos temas propostos foram na categoria econômica: Desempenho Econômico, Impacto econômico indireto, Presença no mercado, Prática de Compras; e na categoria Meio

Ambiente: Água, Emissão e Efluentes, Resíduos, Energia. Os outros temas da materialidade 2013 foram consolidados e confirmados.

A decisão de abordar todos os aspectos foi estratégica, tendo em vista o fato de ser o primeiro painel de *stakeholders* realizado, portanto, no próximo ciclo teremos um refinamento deste primeiro resultado.

Aspectos // <b>GRI G4-27</b>	Indicadores
Saúde e Segurança no Trabalho	LA5, LA6, LA7, LA8
Transparência na Comunicação	Conteúdo Padrão Geral
Transportes (Risco e Segurança)	EN30
Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico	Conteúdo Padrão Geral
Concorrência Desleal	SO7
Trabalho Infantil	HR5
Ética e Integridade (Assédio Moral e/ou Sexual)	Conteúdo Padrão Geral
Comunidade local	SO1, SO2
Treinamento e Educação (Treinamento e Educação de Revendedores e Empregados)	LA9, LA19, LA11
Combate à Corrupção	SO3, SO4, SO5
Saúde e Segurança do Cliente	PR1, PR2
Engajamento de <i>Stakeholders</i> (Diálogo e Engajamento em Comunidades)	Conteúdo Padrão Geral
Desempenho Econômico	EC1, EC2, EC3, EC4
Impacto Econômico Indireto	EC7, EC8
Presença no Mercado	EC5, EC6
Prática de Compras	EC9
Água	EN8, EN9, EN10
Emissões	EN15, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21
Efluentes e Resíduos	EN22, EN23, EN24, EN25, EN26
Energia	EN3, EN4, EN5, EN6, EN7

Para chegar aos aspectos materiais, também foram consideradas outras fontes de informação, no sentido de dar referência e legitimar as questões levantadas, assim como Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), Global Compact, Transparência Brasil, Instituto Ethos, Complemento Setorial Global Reporting Initiative (GRI), ANP – Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustível, Sindigás, entre outros.

Apreciando os tópicos abordados no processo de engajamento, podemos associá-los aos grandes temas do cenário brasileiro e do setor de distribuição GLP, temas esses que, de maneira conclusiva, foram respondidos pela companhia sob os eixos: Garantias Econômicas e Financeiras, Atuação e Perspectivas de Gestão, Desenvolvimento e Expansão. // **GRI G4-27**

O processo de engajamento da Ultragaz continuará se desenvolvendo e, apesar de não definidos os tópicos por grupos de *Stakeholders*, estão no plano de metas para o próximo ciclo.

O Relatório de Sustentabilidade edição 2015 envolveu Diretores, analistas, gerentes e coordenadores de áreas, incluindo o Diretor-Superintendente e o Conselho de Governança no processo de construção do conteúdo, ampliado o aprimoramento e a consistência sobre os tópicos demandados e revistos no planejamento estratégico para os próximos anos. O trabalho foi coordenado pela equipe de sustentabilidade da companhia, formada por Karine Rio Philippi, Maíra Campos de Almeida e Mayara Andrade Lima, sob a liderança da gerente de sustentabilidade Daniela Gentil. Concepção, consultoria e texto: Ideia Sustentável e Rellato Sustentabilidade. Consultores em Sustentabilidade: Claudio Andrade e Ricardo Voltolini. Coordenadoras do projeto: Roberta Cipoloni Tiso e Rosicler Rodriguez. Projeto gráfico e diagramação: Stephanie Reis. Jornalista: Dubes Sônego. Revisora: Bianca Notário. Fotos: Mari Vaccaro, Banco de Imagens Ultragaz e Getty Images. // **GRI G4-4**



Grupo Focal - Construção da matriz de materialidade

# ÍNDICE REMISSIVO GRI

INDICADOR	DESCRIPTIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
CONTEÚDO ABRANGENTE GRI G4				
<b>Estratégia e Análise</b>				
G4-1	Mensagem do presidente	●	5	
G4-2	Principais impactos, riscos e oportunidades	●	5	
<b>Perfil organizacional</b>				
G4-3	Nome da organização	●	10	
G4-4	Principais marcas, produtos e/ou serviços	●	10, 33	
G4-5	Localização da sede da organização	●	10	
G4-6	Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspectos da sustentabilidade do relatório	●	10, 11	
G4-7	Tipo e natureza jurídica da propriedade	●	10	
G4-8	Mercados em que a organização atua	●	10, 11	
G4-9	Porte da organização	●	11	
G4-10	Perfil dos empregados	●	11	
G4-11	Percentual de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	●	11	
G4-12	Descrição da cadeia de fornecedores da organização	○	10	
G4-13	Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionária e cadeia de fornecedores	●	11	
G4-14	Descrição sobre como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução	●	12, 13	
G4-15	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	●	13	
G4-16	Participação em associações e organizações nacionais ou internacionais	●	13	

● Completo ○ Parcial ○ Não houve ○ Não se aplica ▶ Meta para o próximo ciclo

INDICADOR	DESCRIPTIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
<b>Aspectos materiais identificados e limites</b>				
G4-17	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas e entidades não cobertas pelo relatório	●	31	
G4-18	Processo de definição conteúdo do relatório	●	30	
G4-19	Lista dos temas materiais	●	31	
G4-20	Limite, dentro da organização, de cada aspecto material	●	32	
G4-21	Limite, fora da organização, de cada aspecto material	●	32	
G4-22	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	●	32	
G4-23	Alterações significativas de escopo e limites de aspectos materiais em relação relatórios anteriores	●	32	
<b>Engajamento de stakeholders</b>				
G4-24	Lista de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	●	32	
G4-25	Base usada para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	●	32	
G4-26	Abordagem para envolver os <i>stakeholders</i>	●	32	
G4-27	Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de <i>stakeholders</i>	●	31, 32, 33	
<b>Perfil do Relatório</b>				
G4-28	Período coberto pelo relatório	●	30	
G4-29	Data do relatório anterior mais recente	●	30	
G4-30	Ciclo de emissão de relatórios	●	30	
G4-31	Contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	●	30	
G4-32	Sumário de Conteúdo da GRI	●	30	
G4-33	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	●	30	
<b>Governança</b>				
G4-34	Estrutura de governança da organização	●	7	
<b>Ética e Integridade</b>				
G4-56	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	●	7, 9	

INDICADOR	DESCRIPTIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
CONTEÚDO ESPECÍFICO: CATEGORIA ECONÔMICA				
<b>Aspecto: Desempenho econômico</b>				
G4-EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído	●	14	
G4-EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	●	14	
G4-EC3	Cobertura das obrigações no plano de pensão de benefício	●	18	
G4-EC4	Ajuda financeira significativa recebida do governo	● Valor disponível na Ultrapar	-	
<b>Aspecto: Presença no mercado</b>				
G4-EC5	Proporção entre o salário mais baixo da organização e o salário mínimo local, por gênero	●	17	
G4-EC6	Contratação local	●	17	
<b>Aspecto: Impactos econômicos indiretos</b>				
G4-EC7	Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público	●	17	
G4-EC8	Descrição de impactos econômicos indiretos significativos	▶	-	
<b>Aspecto: Práticas de compras</b>				
G4-EC9	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais	●	25	
CONTEÚDO ESPECÍFICO: CATEGORIA AMBIENTAL				
<b>Aspecto: Materiais</b>				
G4-EN2	Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem	∅	29	
<b>Aspecto: Energia</b>				
G4-EN3	Consumo de energia dentro da organização	●	28	7, 8
G4-EN4	Consumo de energia fora da organização	▶	-	
G4-EN5	Intensidade energética	▶	-	
G4-EN6	Redução do consumo de energia	●	28	7, 8, 9
G4-EN7	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	▶	-	

INDICADOR	DESCRITIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
<b>Aspecto: Água</b>				
G4-EN8	Total de água retirada por fonte	●	29	
G4-EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	▶	-	
G4-EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	▶	-	8
<b>Aspecto: Emissões</b>				
G4-EN15	Emissões diretas de gases de efeito estufa	●	27	7, 8
G4-EN16	Emissões indiretas de gases de efeito estufa provenientes da aquisição de energia	●	27	7, 8
G4-EN17	Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa	●	27	7, 8
G4-EN18	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa	●	28	7, 8
G4-EN19	Redução de emissões de gases de efeito estufa	●	29	7, 8
G4-EN20	Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio	●	28	
G4-EN21	Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	●	28	
<b>Aspecto: Efluentes e resíduos</b>				
G4-EN22	Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação	●	29	
G4-EN23	Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	●	29	8
G4-EN24	Número e volume total de derramamentos significativos	⊘	-	
G4-EN25	Peso de resíduos transportados, considerados perigosos	● Em 2015 foi 481,04 ton o total de resíduos perigosos destinados.	-	
G4-EN26	Proteção e índice de biodiversidade de corpos d'água e habitats	⊘	28	
<b>Aspecto: Produtos e serviços</b>				
G4-EN27	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais	●	27	7
G4-EN28	Percentual de produtos e embalagens recuperados, por categoria de produtos	●	22	

INDICADOR	DESCRITIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
<b>Aspecto: Conformidade</b>				
G4-EN29	Valor de multas e número total de sanções resultantes de não conformidade com leis	⊘	-	
<b>Aspecto: Transportes</b>				
G4-EN30	Impactos ambientais significativos referentes a transporte de produtos e de trabalhadores	●	28	8
<b>Aspecto: Geral</b>				
G4-EN31	Total de investimentos e gastos com proteção ambiental	●	29	
<b>Aspecto: Avaliação ambiental de fornecedores</b>				
G4-EN32	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	●	32	8
G4-EN33	Impactos ambientais negativos significativos, reais e potenciais, na cadeia de fornecedores	▶	-	7, 8
<b>Aspecto: Mecanismos de queixas e reclamações relativas a impactos ambientais</b>				
G4-EN34	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais	⊘	-	

CONTEÚDO ESPECÍFICO: CATEGORIA SOCIAL

Subcategoria: Práticas trabalhistas e trabalho decente				
<b>Aspecto: Emprego</b>				
G4-LA1	Número total, taxas de novas contratações e rotatividade de empregados	●	18	6
G4-LA2	Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporários	●	17	
<b>Aspecto: Saúde e segurança no trabalho</b>				
G4-LA5	Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde	●	18, 19	
G4-LA6	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos	●	19	
G4-LA7	Empregados com alta incidência ou alto risco de doenças relacionadas à sua ocupação	●	19	

INDICADOR	DESCRITIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
G4-LA8	Temas relativos a saúde e segurança cobertos por acordos formais com sindicatos	●	19	3
<b>Aspecto: Treinamento e educação</b>				
G4-LA9	Média de horas de treinamento por ano	●	19, 21	6
G4-LA10	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	●	20	
G4-LA11	Percentual de empregados que recebem análises de desempenho	●	17	6
<b>Aspecto: Igualdade de remuneração entre mulheres e homens</b>				
G4-LA13	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional e por unidades operacionais relevantes	●	17	6
<b>Aspecto: Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas</b>				
G4-LA14	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas	●	25	4, 5, 6
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reais e potenciais, para as práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores	▶	-	4, 5, 6
<b>Aspecto: Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas</b>				
G4-LA16	Número de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas por meio de mecanismo formal	● Foram registrados 2 casos em 2015 <i>Fonte: Ouvidoria</i>	-	
<b>Subcategoria: Direitos Humanos</b>				
<b>Aspecto: Não discriminação</b>				
G4-HR3	Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	○	-	2, 6
<b>Aspecto: Trabalho infantil</b>				
G4-HR5	Operações e fornecedores com risco de ocorrência de casos de trabalho infantil e medidas tomadas	●	25	2, 5

INDICADOR	DESCRITIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
<b>Aspecto: Trabalho forçado ou análogo ao escravo</b>				
G4-HR6	Operações e fornecedores identificados com risco de trabalho forçado ou análogo ao escravo e medidas tomadas	●	25	2, 4
<b>Aspecto: Avaliação de fornecedores em direitos humanos</b>				
G4-HR10	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relacionados a direitos humanos	●	25	1, 2
G4-HR11	Impactos negativos significativos, reais e potenciais, em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	▶	-	2
<b>Aspecto: Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos</b>				
G4-HR12	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos em direitos humanos registradas, processadas e solucionadas	○	-	2
<b>Subcategoria: Sociedade</b>				
<b>Aspecto : Comunidades Locais</b>				
G4-SO1	Percentual de operações com programas de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local	●	23	1, 7, 8
G4-SO2	Operações com impactos negativos significativos, reais e potenciais, nas comunidades locais	●	23	8
<b>Combate à corrupção</b>				
G4-SO3	Unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	○	23	10
G4-SO4	Percentual de empregados treinados em políticas e procedimentos anticorrupção	●	8	10
G4-SO5	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	●	8	10
<b>Políticas públicas</b>				
G4-SO6	Políticas de contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições	○ Não existem políticas vigentes pois a companhia não realiza contribuições financeiras desse tipo.	-	10

INDICADOR	DESCRITIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
<b>Concorrência desleal</b>				
G4-S07	Número total de ações judiciais por concorrência desleal	<p>🕒 Em resposta ao questionamento abaixo, informamos que não há 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.</p>	-	
<b>Conformidade</b>				
G4-S08	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias	<p>● 28 Processos da ANP – Valor total R\$ 1.097.368,10  105 Processos do INMETRO – Valor total R\$ 1.090.550,06  Não tivemos sanções não monetárias.</p>	22	
<b>Aspecto: Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade</b>				
G4-S09	Percentual de novos fornecedores selecionados com critérios de impactos na sociedade	●	25	7, 8
G4-S010	Impactos negativos significativos, reais e potenciais, da cadeia de fornecedores na sociedade e medidas tomadas	🕒	25	7, 8, 9
<b>Aspecto: Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade</b>				
G4-S011	Queixas relacionadas a impactos na sociedade registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal	<p>● 4 – Queixas referente anúncio sonoro.  10 – Outras queixas de causas diversas.</p> <p><i>Fonte: Ouvidoria</i></p>	22	8
<b>Subcategoria: Responsabilidade pelo Produto</b>				
<b>Aspecto: Saúde e segurança do cliente</b>				
G4-PR1	Avaliação de impactos na saúde e segurança durante o ciclo de vida de produtos e serviços	▶	-	

INDICADOR	DESCRITIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
G4-PR2	Não conformidades relacionadas aos impactos causados por produtos e serviços	●	22	
<b>Aspecto: Rotulagem de produtos e serviços</b>				
G4-PR3	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigido por procedimentos de rotulagem	<p>● Aproximadamente 60% de insumos críticos adquiridos são regrados por normas ou legislações. 100% dos fornecedores selecionados atendem estes requisitos normalmente. Estes insumos incluem: tinta para repintura de recipientes (rotulagem própria), recipientes novos e requalificados, e reguladores para GLP (marcações e identificações conforme portarias INMETRO).</p>	-	7, 8
G4-PR4	Não conformidades relacionadas à rotulagem de produtos e serviços	<p>○ Não recebemos queixas dessa natureza em 2015 (Fonte: Ouvidoria). Não-conformidades relacionadas à rotulagem de produtos e serviços tem relação com a etiqueta (rótulo) que acompanha o produto. Sendo assim não temos este tipo de não-conformidade pois todos os recipientes saem com a etiqueta (rótulo). Internamente não temos este tipo de NC pois se detectado recipiente sem a etiqueta ele não é liberado até que esteja com a etiqueta.</p>	-	

INDICADOR	DESCRITIVO	STATUS	PÁGINA	PACTO GLOBAL
G4-PR5	Resultados de pesquisas medindo a satisfação do cliente	●	22	9,10
<b>Aspecto: Comunicações de marketing</b>				
G4-PR6	Venda de produtos proibidos ou contestados	○ Não temos produtos que se enquadram nessa situação.	-	
G4-PR7	Casos de não conformidade relacionados à comunicação de produtos e serviços	⊘	-	
<b>Aspecto: Privacidade do cliente</b>				
G4-PR8	Total de queixas comprovadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes	⊘	-	
<b>Aspectos: Conformidade</b>				
G4-PR9	Multas por não conformidade relativas ao fornecimento e uso de produtos e serviços	●	22	



[WWW.ULTRAGAZ.COM.BR](http://WWW.ULTRAGAZ.COM.BR)