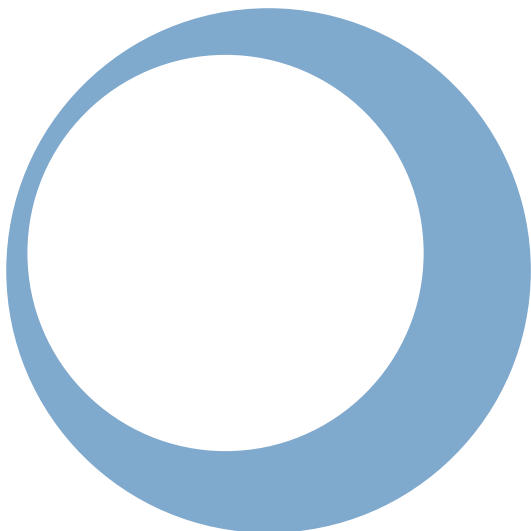
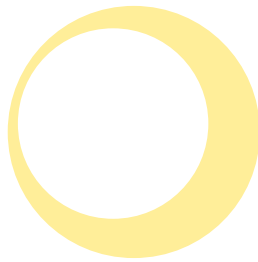
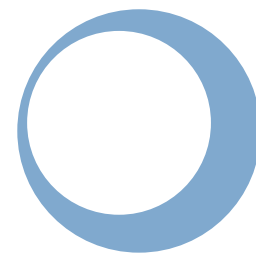


# Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2013







## Sumário



4 Mensagem dos Executivos



8 Diretrizes Corporativas



10 Sobre o Relatório



14 Perfil Ultragas



22 Governança



32 Desempenho Econômico



40 Desempenho Social



56 Desempenho Ambiental



64 Pacto Global



66 Índice Remissivo GRI

## Nossas boas-vindas

O **Relatório de Sustentabilidade Ultragas 2013** apresenta o desempenho da companhia, líder do mercado nacional de distribuição de Gás LP, no ano-calendário do último exercício (1º de janeiro a 31 de dezembro de 2013), a partir de informações consolidadas nas três principais esferas da sustentabilidade — econômica, social e ambiental.

Pelo quarto ano consecutivo, a publicação foi desenvolvida com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), organização internacional *multistakeholder* com sede em Amsterdã, na Holanda, cuja metodologia tornou-se uma das principais referências mundiais para a elaboração de relatórios corporativos. Os itens de perfil e governança, e o conjunto de indicadores de desempenho, apresentados nos respectivos capítulos, são acompanhados também por ícones que mostram a correlação com os 10 princípios do Pacto Global, do qual a Ultragas é signatária.

Com o objetivo de sempre aprimorar o processo de relato na prestação anual de contas aos diferentes públicos de relacionamento e à sociedade, o relatório também inclui uma Matriz de Materialidade atualizada, que, nesta edição, reúne 11 temas relevantes e de maior interesse dos *stakeholders*. A definição e a prioridade sugerida na abordagem dos diferentes aspectos relacionados às atividades da Ultragas resultaram da consulta endereçada aos representantes do público interno e externo. A iniciativa visa atender, na medida do possível, às necessidades de informação reveladas por eles.

Os oito temas confirmados após a releitura feita pelos entrevistados, na etapa de revalidação da Matriz de Materialidade, batizados de **TOP Ultragas**, estão sinalizados, ao longo do texto, com ícones nas cores azul, amarela e vermelha, referindo-se, pela ordem, aos temas apontados como prioritários pelo público interno, pelos representantes dos públicos externos e pelos dois grupos. Além deles, foram incorporados ao relato três novos aspectos, com a seguinte ordem de importância: Corrupção; Trabalho Infantil; e Assédio Moral e/ou Sexual. Nesse caso, os ícones estão indicados pela cor roxa.

Para obter mais informações e enviar comentários ou críticas sobre o **Relatório de Sustentabilidade Ultragas 2013**, utilize o e-mail: [sustentabilidade@ultragaz.com.br](mailto:sustentabilidade@ultragaz.com.br).



Boa leitura!

## Olhos abertos para o futuro

INVESTIMENTO EM NOVOS MERCADOS E COMPROMISSO COM O CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL MARCAM A GESTÃO DAS EMPRESAS DA ULTRAPAR NO EXERCÍCIO DE 2013

Em 2013, assumi o cargo de diretor-presidente da Ultrapar, em um processo sucessório organizado e transparente, com o firme propósito de manter a estratégia de crescimento e criação de valor de nossas empresas, voltada para a perenização, por meio de investimentos orgânicos, aquisições, diferenciação e excelência operacional.

Sempre com foco no desenvolvimento das pessoas, na inovação e na excelência operacional, acreditamos que nossas estratégias nos conduzirão ao desenvolvimento sustentável e à geração de valor para nossos acionistas, funcionários, revendedores, fornecedores, clientes, comunidades e demais públicos com os quais nos relacionamos, por meio de uma atuação responsável nos campos econômico, ambiental e social.

E foi com essa mesma visão de perenidade para os nossos negócios — Ipiranga, Oxiten, Ultracargo e Ultragaz —, que adicionamos ao Ultra a Extrafarma, uma das dez maiores redes de drogarias do país, ampliando assim a nossa atuação. A recente associação marcou o ingresso da Ultrapar no promissor mercado brasileiro varejista farmacêutico, tornando-se nosso terceiro negócio especializado de distribuição — e proporcionando ainda mais conveniência para os clientes, bem como maiores possibilidades de nos mantermos entre as líderes de um mercado em franco crescimento.

Nessa busca por uma expansão sustentada, não podemos deixar de mencionar a relevante participação da Ultragaz — a mais antiga subsidiária da Ultrapar, com 77 anos de atividades no Brasil. Do ponto de vista econômico, obtivemos bons resultados em 2013, fruto de uma estratégia baseada em nossa marca forte, excelência dos serviços de nossa revenda e de nossa distribuição a granel, e desenvolvimento de novas aplicações para o Gás LP. O processo permanente de busca por ganhos de produtividade também influenciou positivamente os resultados, além do crescimento das vendas, tornado possível pelos investimentos para a conquista de novos clientes, em particular nos segmentos de condomínios residenciais e de pequenas e médias empresas.

Vale ressaltar que a Ultragaz aumentou sua produção sem, no entanto, impactar significativamente o consumo de recursos naturais e a emissão de gases poluentes, causadores do efeito estufa e das mudanças climáticas, como se pode observar pelos dados reportados neste relatório.

A busca incansável pela sustentabilidade, aliás, tem sido a marca desta companhia e da Ultrapar. A Ultragaz se destaca, desde 2009, como signatária do Pacto Global, iniciativa liderada pela Organização das Nações Unidas (ONU) para incorporar aos negócios novas práticas de gestão, orientadas por valores fundamentais ligados aos direitos humanos, às relações de trabalho, ao meio ambiente e ao combate à corrupção. Naquele mesmo ano, estabelecia-se a Política de Sustentabilidade Ultragaz.

Graças às diretrizes dessa Política, a Ultragaz vem aprimorando suas ações com vistas à sustentabilidade a cada ano. Como exemplo da evolução constante, podemos citar, em 2013, a realização da pesquisa de satisfação sobre os projetos sociais nas comunidades que atende e apoia em todas as regiões do Brasil — outra marca registrada da companhia —, cujo objetivo foi mensurar resultados e redirecionar investimentos para geri-los de forma cada vez mais efetiva e eficiente.



O reconhecimento da seriedade da atuação socioambiental da Ultragaz se traduz em parcerias como a firmada entre a companhia, a Ultrapar e o BNDES, até junho de 2014, para a realização de campanhas educativas com o governo federal, a melhoria na infraestrutura e da educação em escolas públicas e o desenvolvimento de cooperativas de reciclagem, que alavancam o desenvolvimento sustentável das comunidades do entorno da companhia.

A excelência na qualificação dos serviços das revendas, da distribuição a granel e do desenvolvimento de novas aplicações para o Gás LP também contribuíram para os bons resultados da Ultragaz. Outra ação que merece destaque é o alinhamento cada vez mais rigoroso dos seus fornecedores à Política de Sustentabilidade Ultragaz.

O investimento em sustentabilidade, portanto, trouxe ganhos inequívocos de produtividade, que nos levaram a importantes reconhecimentos em 2013 — frutos de nossa visão empreendedora, com execução planejada e criteriosa. Mas, sobretudo, do empenho na capacitação permanente de nossos funcionários e colaboradores, tornando-os multiplicadores de uma cultura corporativa capaz de perpetuar a condução ética dos negócios, que tanto contribui para a fortaleza da marca Ultragaz.

O ano de 2013 certamente foi de muitas conquistas para as empresas da Ultrapar no campo da sustentabilidade. Porém, temos consciência de que ainda há muito por fazer se quisermos deixar um legado positivo para as futuras gerações.

Vamos em frente!

**Thilo Mannhardt**  
Diretor-Presidente da Ultrapar



### Compromisso com a inovação

COM A ESTRATÉGIA DE MANTER A EXCELÊNCIA OPERACIONAL NO ATENDIMENTO AO CLIENTE E A INTENSIFICAÇÃO DE UMA GESTÃO SUSTENTÁVEL, A COMPANHIA SE PREPARA PARA SEGUIR NA LIDERANÇA DO MERCADO

O pioneirismo e a inovação sempre estiveram presentes na história da Ultragaz, em uma trajetória de mais de 75 anos, marcada por muitos desafios e por grandes conquistas. Baseada nisso, a companhia reafirma a sua vocação de seguir como protagonista de um mercado bastante promissor e disputado, mantendo a excelência no atendimento aos clientes e a responsabilidade corporativa orientada pela ética no relacionamento com os colaboradores e com os demais públicos estratégicos.

Assim, motivada pelo objetivo de aprimorar a excelência operacional no atendimento aos clientes das áreas domiciliar e empresarial e, ao mesmo tempo, mantendo o direcionamento em novos projetos que possibilitem ainda mais o crescimento da empresa, o engajamento das pessoas e mais avanços na gestão da sustentabilidade, estruturamos nosso planejamento estratégico e um conjunto de ações, com foco em desenvolvimento sustentável até 2022, batizado de VIS10N.

Em 2013, mais de 100 pessoas se envolveram diretamente em diversas atividades para desenvolver o projeto, incluindo um grupo de executivos da companhia, além de integrantes das demais unidades de negócio da Ultrapar. O trabalho coletivo, que tem entre outras finalidades a busca por novas ideias, até mesmo fora do escopo do *core business* da empresa, também foi apoiado por consultorias externas. As atividades com base nas diretrizes do VIS10N realizadas até agora se desdobram em ações nos canais empresarial e domiciliar.

Desde a aquisição da Repsol, em 2011, temos aumentado a base de clientes, atendendo ao ritmo da atividade econômica e ao maior consumo de Gás LP pelo setor industrial. Os investimentos das empresas também têm crescido nesse mercado. No nosso caso, a estratégia visa ampliar a atuação da Ultragaz e consolidar a infraestrutura necessária para garantir a expansão nos canais de distribuição em que atuamos.

A Ultragaz também continuará a investir em novas tecnologias para ampliar as opções de utilização do Gás LP. Temos reforçado essa estratégia diante da perspectiva de novas oportunidades de aumento da oferta pela exploração de petróleo na camada pré-sal, no litoral sudeste do país. A expectativa é de que o Brasil alcance o superávit, em 2016, o que trará um grande impulso para o avanço de novos usos do Gás LP, um dos energéticos mais limpos da matriz brasileira, cuja expansão da demanda interna continua muito promissora.

Diante desse cenário, estamos cientes de que nossa estratégia comercial e mercadológica certamente terá ainda maior sucesso se continuarmos atentos aos aspectos socioambientais do negócio. Por esse motivo, nossa governança tem atuado com o propósito de aliar o conceito à prática, desde a decisão da companhia de intensificar os esforços da gestão focada na sustentabilidade, um movimento iniciado em 2007.

Nos anos recentes, as iniciativas lideradas pela Ultragaz na promoção e no apoio direto a projetos de natureza sociocultural ou de cunho ambiental, por exemplo, desde o primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE), realizado em 2010, ano de referência 2009, confirmam e enfatizam nosso posicionamento em favor do desenvolvimento sustentável.

Em 2013, renovamos nosso compromisso com as diretrizes do Pacto Global, que apoiamos desde 2009. Com a mesma determinação e responsabilidade, assinamos, em 2012, o documento *Contribuição Empresarial para a Promoção da Economia Verde e Inclusiva*, iniciativa inédita concretizada por orientação do Fórum de Sustentabilidade Corporativa da Rio+20, a maior conferência internacional já promovida pela ONU.

Os compromissos assumidos publicamente pela Ultragaz também se refletem nas novas metas de gestão, voltadas às práticas sustentáveis e à inovação, previstas para serem alcançadas até 2022.

Confiantes de que avançaremos no relacionamento com todos os públicos que nos cercam e convencidos de que a união de ideias trará as mudanças de que tanto necessitamos para conviver em uma sociedade mais justa e inclusiva, esperamos que este relatório também contribua para o conhecimento de nossas ações e visão de futuro.

Tenham todos uma boa leitura!

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





## Nossos valores

### Missão

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

### Visão

- ♦ Ser o padrão mundial de GLP.





## Princípios Operacionais

- ♦ Segurança: definir os padrões da indústria.
- ♦ Flexibilidade: melhores competências e recursos em qualquer situação.
- ♦ Integração: colaboração como 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.

## Avanços no relato

MATRIZ DE MATERIALIDADE ULTRAGAZ É REVALIDADA PELOS STAKEHOLDERS E TRAZ NOVIDADES PARA APRIMORAR A ABORDAGEM DE TEMAS RELEVANTES NA PRESTAÇÃO DE CONTAS AOS SEUS PÚBLICOS DE INTERESSE

O **Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2013** apresenta as principais atividades e o desempenho da companhia nas esferas econômica, ambiental e sociocultural, desenvolvidas em todo o país, no ano-calendário de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2013.

Pelo quarto ano consecutivo, a publicação segue, de modo geral, as diretrizes da **Global Reporting Initiative** (GRI), rede internacional com sede em Amsterdã, na Holanda, que propõe um modelo original de relato corporativo, cada vez mais adotado mundialmente por empresas do setor público e privado, além de órgãos de governo.

A atual edição reúne 25 indicadores de desempenho (sendo 21 considerados essenciais e 4 adicionais), nas três dimensões da sustentabilidade — econômica, ambiental e social —, definidos pelas diretrizes da GRI em sua versão G3 (3.1), a mesma adotada para o relatório anterior (2012). A maior parte dos dados quantitativos traz séries históricas de três anos (2011 a 2013), possibilitando uma avaliação mais detalhada dos números ao longo do tempo.

Os dados relativos ao desempenho financeiro da companhia, controlada pelo **Grupo Ultra** (Ultrapar Participações S.A.), com ações negociadas pelo mercado de capitais no Brasil (BM&FBovespa) e em Nova Iorque (NYSE), são publicados a cada trimestre. As informações estão disponíveis no *site* da organização ([www.ultra.com.br](http://www.ultra.com.br)).

Além da metodologia de referência da GRI, a cada ciclo de relato a Ultragaz também tem se empenhado em aprimorar o conteúdo da publicação, incorporando, o quanto possível, em uma abordagem direta, os temas de maior relevância e de interesse dos públicos de relacionamento. O processo envolve a consulta a diferentes grupos de *stakeholders*, como partes interessadas em conhecer melhor os impactos mais significativos das operações da empresa — e, quando negativos, as ações que visam a compensá-los. Assim, a companhia reafirma o compromisso de manter a transparência, por meio de suas lideranças e dos colaboradores, no constante diálogo com a sociedade.





### Matriz revalidada

No ciclo anterior (2012), durante as atividades que tinham como objetivo a construção da matriz de materialidade, representantes dos públicos de relacionamento (em âmbito interno e externo) da Ultragaz apontaram os temas considerados mais relevantes para serem abordados com maior ênfase no Relatório de Sustentabilidade.

A análise das informações obtidas por meio dessa consulta resultou na **Matriz de Materialidade Ultragaz**, definida atualmente por oito temas principais que, no entender dos entrevistados, merecem maior atenção tanto na abordagem editorial quanto no modo como são avaliados pela companhia, em função do potencial de seus impactos — positivos ou negativos — sobre os negócios, o meio ambiente e a sociedade.

Naquela oportunidade, o processo de definição dos temas materiais para o relato envolveu um total de 26 entrevistas, 13 delas com colaboradores que atuam em diferentes áreas da empresa. A consulta foi completada com a participação de outros 13 representantes dos públicos de relacionamento — um grupo formado por revendedores, fornecedores, clientes empresariais, clientes domiciliares e especialista externo.

Cada entrevistado integrante do público interno foi orientado a apontar os cinco temas mais importantes. O mesmo foi solicitado para o grupo de entrevistados externos. A partir do cruzamento dos temas prioritários apontados pelos representantes de cada um dos dois grupos, surgiram os oito temas já abordados no Relatório de Sustentabilidade de 2012 — e novamente apresentados nesta edição.

Para facilitar a identificação gráfica, também foi mantido o ícone **Top Ultragaz** relativo a cada um dos oito temas eleitos. Os considerados mais relevantes pelo público interno são expressos pela figura do botijão de Gás LP com letras na cor azul. Já os indicados pelo público externo trazem as letras na cor amarela, enquanto os classificados pelos dois públicos são apresentados com letras inscritas na cor vermelha.

Neste ciclo de relato (2013), com o propósito de aprimorar a abordagem e avançar na consolidação da Matriz de Materialidade, solicitou-se a um grupo de 23 entrevistados que elencasse os temas identificados antes como mais relevantes. Porém, desta vez, por ordem de importância, atribuindo a cada um deles números de uma escala de 1 a 8. A partir da percepção de cada entrevistado, os temas foram reordenados numericamente, configurando uma nova lista de prioridades temáticas (*ver quadro na próxima página*).



Na tabulação dos dados da nova consulta, atribuiu-se um peso maior aos temas do ícone vermelho, por já terem sido apontados, na consulta anterior, como prioritários tanto pelo público externo como pelo interno. Portanto, Saúde e Segurança do Cliente, e Treinamento e Educação de Revendedores e Empregados posicionaram-se nas duas primeiras colocações. Na sequência hierárquica, mantiveram-se um tema prioritário apontado pelo público externo e outro pelo interno. Assim, o resultado, neste ano, reafirma o equilíbrio entre as opiniões dos grupos consultados.

Além dos oito temas mantidos na releitura pelos públicos estratégicos para a validação da Matriz de Materialidade, perguntou-se aos entrevistados se outros três temas deveriam ser incorporados ao relato. E a maioria julgou pertinente adicionar os seguintes temas, cuja ordem de importância ficou assim configurada: Corrupção; Trabalho Infantil; e Assédio Moral e/ou Sexual. Ao longo do relatório, eles surgem simbolizados graficamente pelo ícone Top Ultragaz com as letras na cor roxa, identificando-os como temas novos incluídos no relato de 2013.

### Mapeamento estratégico

Aspecto muito importante da gestão voltada às práticas sustentáveis, com desdobramentos diretos no processo de relato anual, o mapeamento e a definição de metas estratégicas têm merecido toda a atenção da Ultragaz. Com essa diretriz, a empresa

## CLASSIFICAÇÃO HIERÁRQUICA DOS TOP ULTRAGAZ

### Posição indicada pelos entrevistados em 2013



Saúde e Segurança do Cliente



Treinamento e Educação de Revendedores e Empregados



Saúde e Segurança no Trabalho



Transparência na Comunicação com os Públicos de Interesse



Risco e Segurança no Transporte



Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico



Diálogo e Engajamento com Comunidades



Concorrência Desleal (informalidade)

### Novos temas eleitos pelos entrevistados em 2013



Corrupção



Trabalho infantil



Assédio moral e/ou sexual

definiu três objetivos principais — e suas respectivas metas —, que deverão ser alcançados em duas etapas: a primeira, até 2014; e a segunda, até 2022. Trata-se de uma iniciativa inédita, incorporada pela primeira vez ao Relatório de Sustentabilidade Ultragaz (ver quadro).

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO – PRIMEIRA ETAPA

Objetivos	Meta	Prazo
Reduzir o consumo de recursos naturais	Redução de 1% sobre o ano anterior	2014
Destinar resíduos de forma sustentável	15% do volume gerado	2014
Reduzir o número de acidentes	10% em relação ao ano anterior	2014

#### OBJETIVO ESTRATÉGICO – SEGUNDA ETAPA

Objetivos	Meta	Prazo
Reduzir o consumo de recursos naturais	Redução de 8% (base 2012)	2022
Destinar resíduos de forma sustentável	Redução de 30% (base 2012)	2022
Reduzir o número de acidentes	Redução de 60% (base 2012)	2022

As metas revelam a constante preocupação da companhia em utilizar os recursos naturais com maior racionalidade, inclusive na disposição final ambientalmente correta de resíduos. Além disso, apontam para uma preocupação também captada pela consulta aos entrevistados, no processo de releitura e validação da Matriz de Materialidade, em 2013: a redução dos acidentes no ambiente de trabalho.

#### Novas diretrizes

A Ultragaz prossegue com a análise das novas diretrizes de relato da GRI, em sua versão G4, anunciadas durante a sua última Conferência Internacional, realizada em Amsterdã, no fim de maio de 2013. A companhia mantém o compromisso de adotar os novos critérios, no prazo máximo de três anos proposto às organizações reladoras, com o objetivo de seguir aprimorando o processo de prestação de contas aos seus públicos de relacionamento.

### Públicos com os quais a Ultragaz se relaciona (stakeholders)



## Pioneira no mercado de Gás LP

COM UMA TRAJETÓRIA DE CONQUISTAS, DESDE QUE INICIOU AS ATIVIDADES NO BRASIL, A ULTRAGAZ SE DESTACA PELO PIONEIRISMO E PELAS INOVAÇÕES QUE TROUXE AO SETOR

Pioneira na implementação do uso de Gás Liquefeito de Petróleo (Gás LP ou GLP) nas cozinhas brasileiras, a Ultragaz se tornou a empresa líder na distribuição do energético, no disputado mercado nacional. Com 77 anos de atividades no Brasil, iniciadas pela então *Empresa Brasileira de Gaz a Domicílio*, assim batizada pelo fundador, o imigrante austríaco Ernesto Igel, a companhia se destaca, em seu segmento de atuação, entre as maiores distribuidoras independentes do mundo (em volume comercializado).

A Ultragaz distribui Gás LP envasado a consumidores residenciais, por meio de lojas próprias e revendas exclusivas, e também da frota de caminhões padronizada, com vendas porta a porta, e ainda pela entrega programada (*Disk Ultragaz*). No segmento envasado, atende atualmente cerca de 11 milhões de residências (uma população superior a 40 milhões de pessoas), além de uma carteira integrada por mais de 45 mil clientes empresariais, no segmento granel, em todo o território nacional.

A empresa comercializa, em média, 8 milhões de botijões de Gás LP por mês. No exercício de 2013, o volume acumulado de vendas totalizou 1,696 milhão de toneladas, 1% acima do resultado de 2012.

Líder na distribuição de Gás LP no Brasil, com 23,04% de participação de mercado, em 2013 a Ultragaz obteve receita líquida de R\$ 3.982 milhões, aumento de 4%







em relação a 2012. No mesmo período, o EBITDA (lucro antes de impostos, juros e amortizações), indicativo da capacidade de geração de caixa, foi de R\$ 281 milhões, resultado 14% acima do ano anterior (*leia mais no capítulo Desempenho Econômico*).

Com sede em São Paulo, a companhia mantém um quadro de aproximadamente 3,7 mil colaboradores. Todos são contemplados por programas estruturados de capacitação e treinamento, voltados às lideranças, ao corpo técnico e administrativo, aos profissionais da rede nacional de revenda exclusiva (cerca de 5 mil revendedores), além de *trainees* e estagiários (*mais informações no capítulo Desempenho Social*).

A estrutura operacional da Ultragaz, em constante modernização, abrange atualmente 17 bases engarrafadoras, 22 bases de estocagem e distribuição e 15 lojas próprias, ante 22 unidades anteriores. Nesse caso, a redução se deve à mudança de estratégia da companhia, que tem apostado na expansão da rede de revendedores.

Para expandir os negócios na região Nordeste, em 1979 a Ultragaz adquiriu os direitos de uso da marca Brasilgás, nos estados da Bahia, Sergipe e parte de Alagoas, que, em função da estratégia comercial, foi mantida somente no território baiano.

### Estratégia comercial

A Ultragaz atua com estratégias distintas de distribuição, nos segmentos envasado e granel, como forma de aproveitar as oportunidades de cada mercado.

No caso do Gás LP envasado, utilizado com maior frequência em residências como gás de cozinha, há vendas em domicílio e pelas lojas de varejo, por meio do sistema de distribuição da Ultragaz e revendedores autorizados, em vasilhames de 13 kg padronizados pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP). Todos são completamente pintados de azul, aspecto visual importante para reconhecimento do produto da companhia.

No mercado envasado, as distribuidoras de Gás LP concorrem principalmente pelo reconhecimento da marca, pela confiabilidade das entregas e pela qualidade dos serviços prestados aos consumidores. A Ultragaz mantém-se competitiva nesses aspectos e tem aprimorado os serviços associados à sua marca. A empresa opera com vendedores que fazem recomendações de segurança aos consumidores residenciais, atendendo aos pedidos efetuados por telefone, além de entregas programadas, no mesmo dia da semana, em cada área atendida.

Por sua vez, a distribuição de Gás LP a granel — demandado pelo setor comercial, principalmente, como gás de cozinha e para o aquecimento de água em *shopping*

### Ultragaz em destaque

A Ultragaz se destaca no mercado de distribuição de Gás LP por alguns diferenciais competitivos. Entre eles:

- ❖ Escala operacional eficiente
- ❖ Forte reconhecimento da marca e fidelidade do cliente
- ❖ Rede de distribuição com cerca de 5 mil revendedores exclusivos
- ❖ Pioneira e líder no segmento granel com uso do sistema de abastecimento a Gás LP UltraSystem







## Perfil Ultragaz

centers, hotéis, condomínios, restaurantes, lavanderias e hospitais — é realizada em tanques de aproximadamente 190 kg, instalados nos estabelecimentos dos clientes. Nesse segmento, a Ultragaz atende aos pedidos dos consumidores por meio de contratos de longo prazo, em geral, com duração de dois a cinco anos.

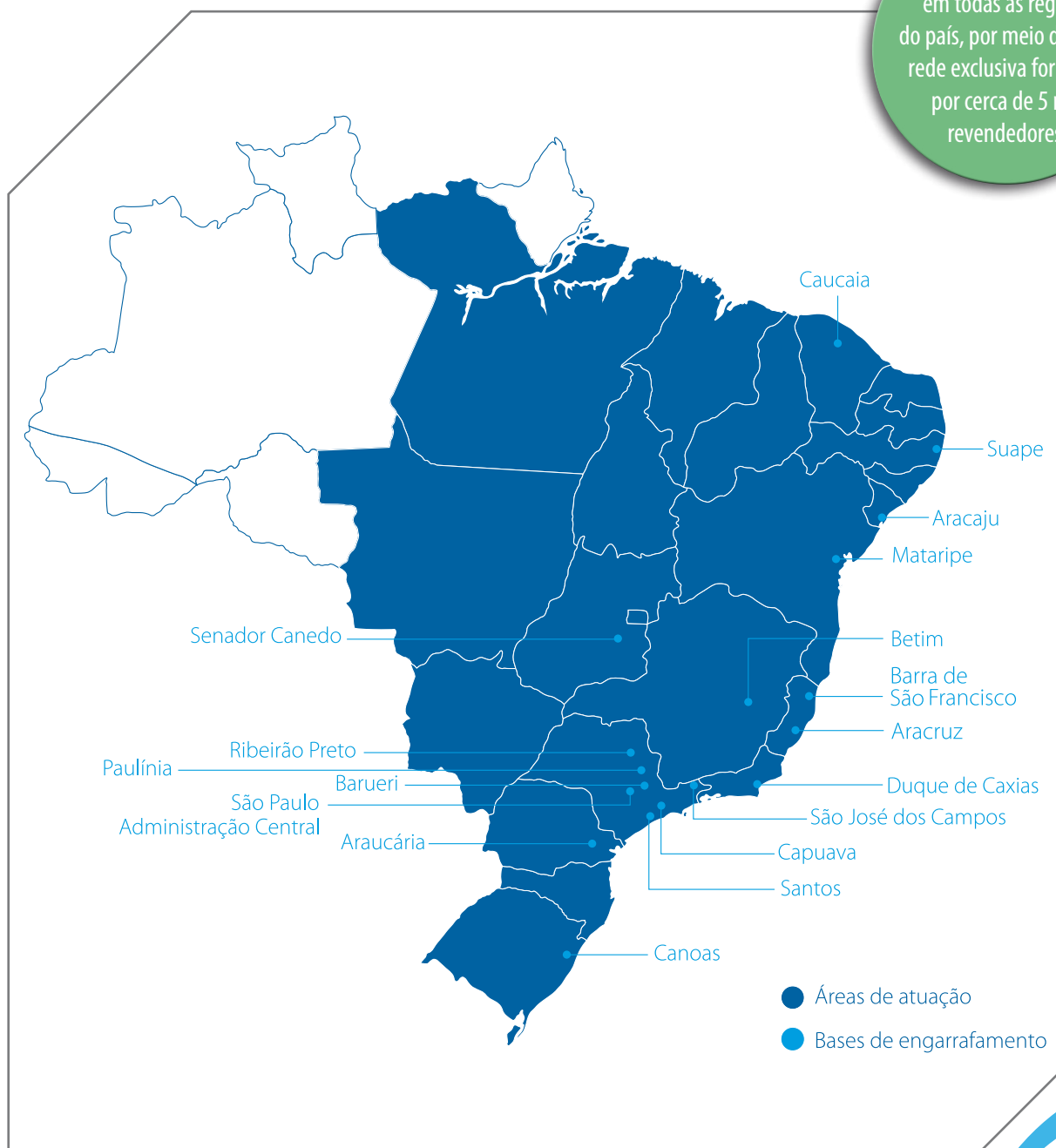
Desde 1997, a Ultragaz opera instalações de granel de pequeno e médio porte por caminhões que utilizam o sistema de abastecimento a Gás LP denominado **UltraSystem**. Os veículos da frota abastecem diretamente recipientes instalados nos condomínios e estabelecimentos (comerciais e industriais), em um processo ágil, seguro e econômico.

A aquisição da Repsol Gás Brasil, em outubro de 2011, distribuidora de Gás LP a granel da espanhola Repsol, uma das maiores petroleiras do mundo e a maior companhia energética hispano-americana do setor privado, fortaleceu os negócios na divisão granel da Ultragaz. A empresa, pioneira no segmento, no qual se mantém em posição de destaque, ganhou escala em logística e gestão, com um posicionamento diferenciado para ampliar as vendas internas, considerando que o crescimento de volumes está diretamente relacionado à evolução do Produto Interno Bruto (PIB).



## Presença em todo o Brasil

A Ultragaz atua em todas as regiões do país, por meio de uma rede exclusiva formada por cerca de 5 mil revendedores



### Grupo Ultra

A Cia. Ultragaz S.A. é a mais antiga controlada do **Grupo Ultra** (Ultrapar Participações S.A.), um dos maiores conglomerados empresariais do país, posicionando-se entre as cinco maiores companhias nacionais do setor privado, em volume de faturamento.

A Ultrapar reúne ainda a Oxiteno (entre as maiores produtoras de óxido de eteno e de seus principais derivados na América Latina, grande fornecedora de especialidades químicas e única produtora de álcoois graxos e coprodutos na América Latina); a Ultracargo (maior provedora de armazenagem para grânéis líquidos do Brasil); a Ipiranga (segunda maior distribuidora de combustíveis, com mais de 20% de participação no mercado nacional); e a Extrafarma, uma das dez maiores redes de drogarias do país, sediada em Belém (PA), com 186 lojas e um centro de distribuição que atende aos mercados das regiões Norte e Nordeste, adquirida em 2013. A recente associação



### Perfil operacional

- ❖ Cerca de **11 milhões** de domicílios atendidos
- ❖ **8 milhões** de botijões de gás vendidos por mês
- ❖ Carteira com mais de **45 mil** clientes empresariais
- ❖ Em torno de **1,7 milhão** de toneladas de Gás LP distribuídas por ano
- ❖ **17** bases engarrafadoras
- ❖ **22** bases de estocagem e distribuição
- ❖ **15** lojas próprias
- ❖ Aproximadamente **5 mil** revendedores exclusivos

marcou o ingresso da Ultrapar no promissor mercado brasileiro varejista farmacêutico, tornando-se o terceiro negócio de distribuição e varejo especializado da companhia.

Com um quadro de cerca de 9 mil funcionários, a Ultrapar, por meio da Oxite-no, mantém ainda operações em unidades industriais nos Estados Unidos, no Uruguai, no México e na Venezuela, além de escritórios comerciais na Argentina, Bélgica, China e Colômbia.

### Transparência

A Ultrapar protagoniza uma história de comprometimento com o mercado de capitais, sendo pioneira na adoção de boas práticas de governança corporativa e de solidez financeira. Fato inédito no Brasil, em 1999, tornou-se a primeira empresa brasileira a abrir o capital, simultaneamente, na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa) e na Bolsa de Valores de Nova York (New York Stock Exchange – NYSE), com ADRs nível III, atendendo a elevados requisitos de governança corporativa nos dois mercados. Dentre outros índices importantes, de referência internacional, a companhia também integrou, até 2013, a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBovespa, que reconhece a atuação das empresas comprometidas com as boas práticas de governança, bem como diferentes aspectos da gestão da sustentabilidade.

O tema também está consolidado e expresso nas diretrizes da Política de Sustentabilidade Ultragaz, divulgada em 2009. O documento apoia-se em quatro pilares: Comunidade, Meio Ambiente, Bem-Estar e Gestão Responsável (*leia mais sobre as práticas sustentáveis no capítulo Governança Corporativa*).

No âmbito da responsabilidade social corporativa, a Ultragaz permanece como signatária do Pacto Global, iniciativa liderada pela Organização das Nações Unidas (ONU), que tem mobilizado a comunidade empresarial, ao redor do mundo, para incorporar aos negócios novas práticas de gestão, orientadas por valores fundamentais ligados aos direitos humanos, às relações de trabalho, ao meio ambiente e ao combate à corrupção. É também a única companhia da América Latina com representante de sua Diretoria no Board do **World Liquefied Petroleum Gas Association**, associação mundial do setor que integra desde 2009, com sede na França, reunindo mais de 175 empresas afiliadas de 90 países.



Etapas percorridas  
pelo energético,  
antes de chegar à rede  
exclusiva de revendedores,  
às lojas e aos domicílios  
brasileiros

## DISTRIBUIÇÃO DE GLP NO BRASIL

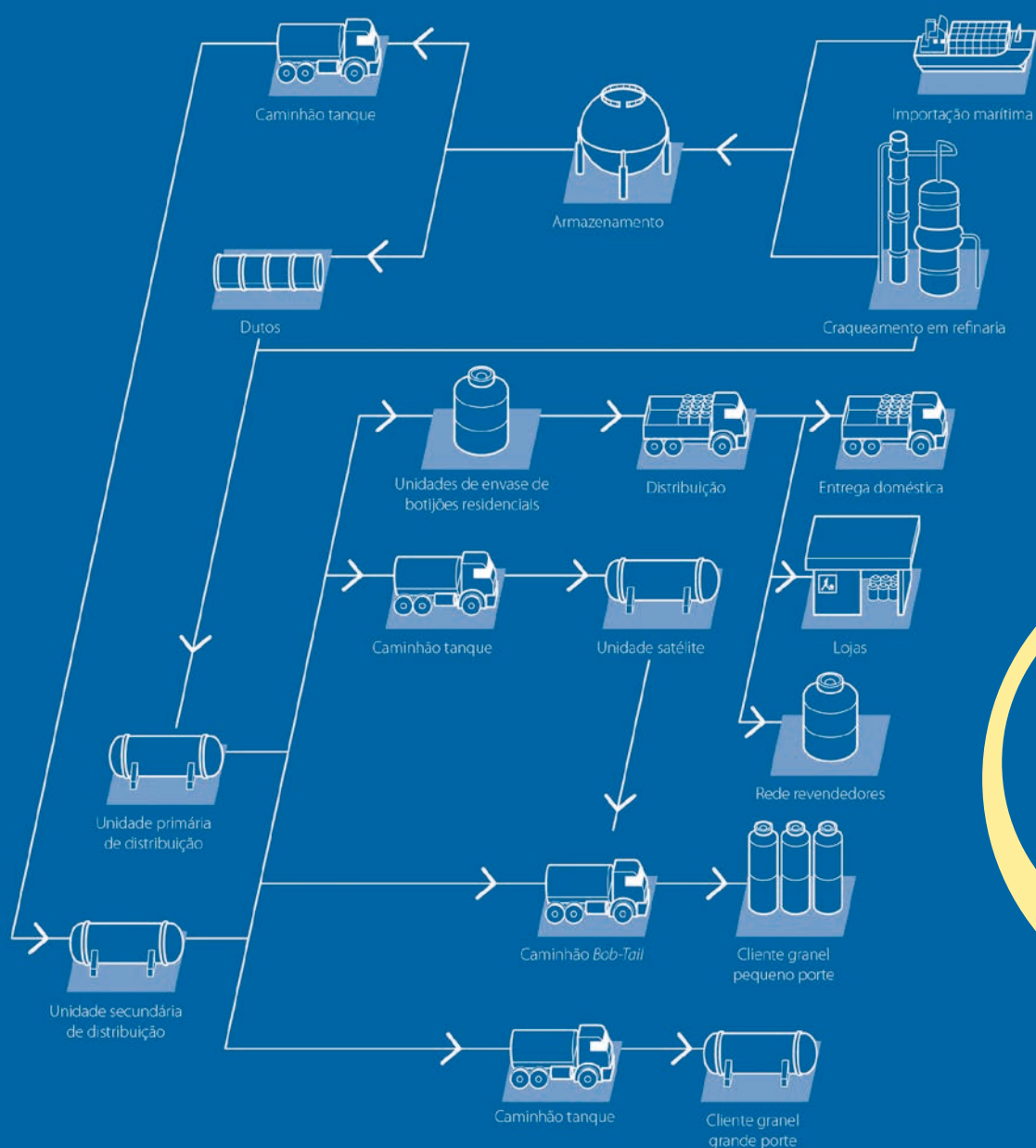


Ilustração cedida pela área de Relações com Investidores da Ultrapar

## Governança

GRI 2.9 e 2.10; 4.1 a 4.4; 4.6 a 4.8; SO3 e SO4

Pacto Global



## Gestão de excelência

A Ultragaz mantém uma estrutura de governança constituída por uma diretoria-superintendência, cinco diretorias de área e uma gerência de desenvolvimento. Integradas, as divisões atuam em consonância com as melhores práticas e alinhadas às diretrizes do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), visando assegurar maior interação, diálogo e proximidade no relacionamento das equipes gestoras com a alta direção, entre outros aspectos (*ver organograma*).

As prioridades da governança são a ética, o respeito e a igualdade nos relacionamentos interpessoais, além da responsabilidade corporativa na condução dos negócios, sempre orientada por uma conduta ética que valoriza atributos como transparência, seriedade e disciplina na prestação de contas às partes interessadas e à sociedade. Nesse contexto, o desafio é garantir agilidade e assertividade ao processo de tomada de decisão, com foco na missão, na visão e nos princípios corporativos.

A associação com a Extrafarma marca a abertura de uma nova frente de criação de valor para a empresa, principalmente com as perspectivas de expansão das lojas da rede farmacêutica, potencializada pela maior capacidade de investimentos e capilaridade dos mais de 10 mil pontos de venda Ipiranga e Ultragaz, e da governança e dos mecanismos de incentivos da Ultrapar, permitindo acelerar o seu plano de expansão, a partir de 2015.

Os investimentos previstos para a Extrafarma, cuja marca será mantida, serão destinados, sobretudo, à abertura de cerca de 70 novas lojas, às melhorias e expansão da infraestrutura e à manutenção das atividades da tradicional rede de farmácias.

As ações da Ultrapar são listadas, desde 1999, na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBovespa). Em 2011, ingressou no segmento Novo Mercado e na Bolsa de Valores de Nova York (New York Stock Exchange – Nyse), com ADRs nível III, praças nas quais cumpre com os mais elevados requisitos de governança corporativa.

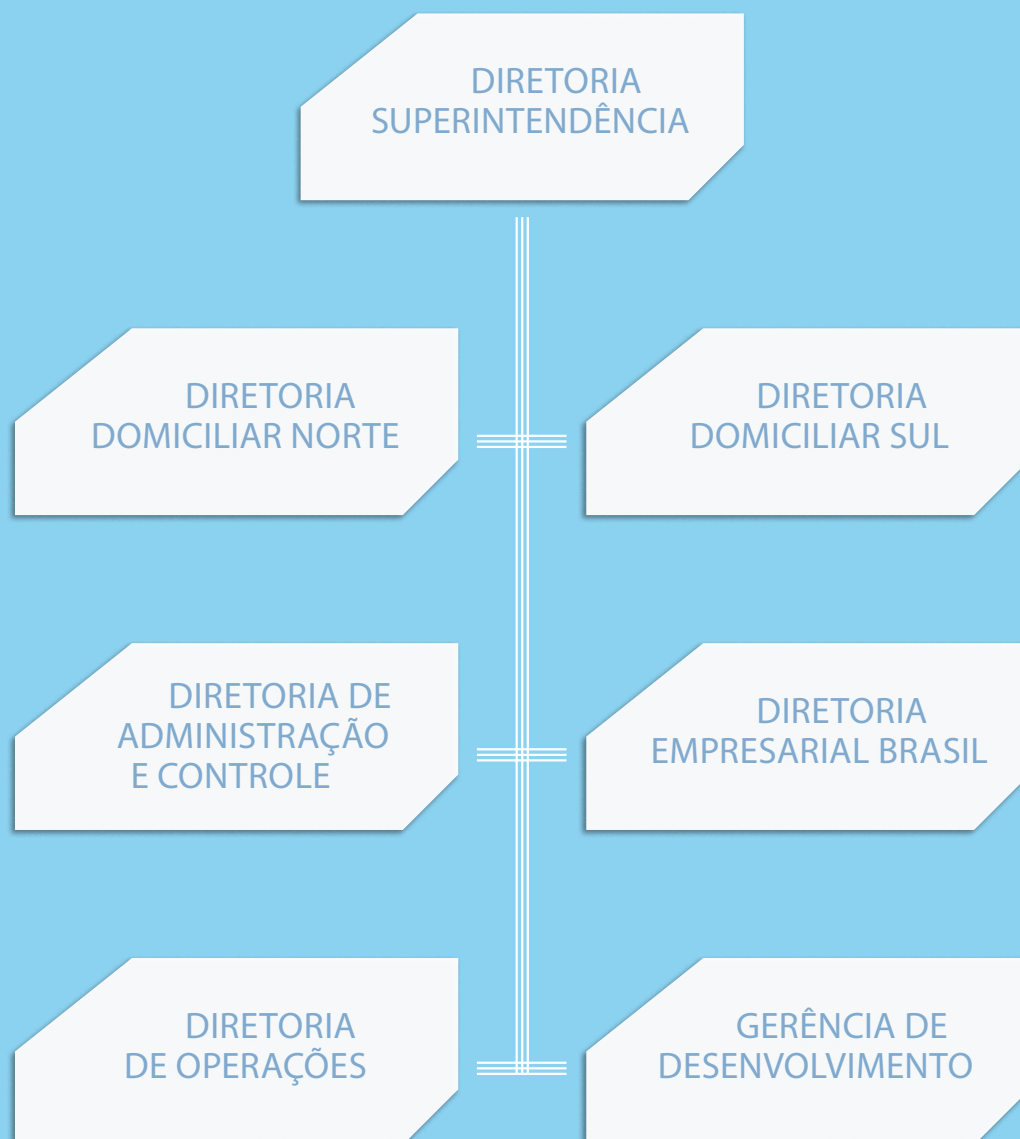
A estratégia de atuação da Ultrapar prevê a criação de valor, suportada por um plano de investimentos, como forma de ganhar maior escala operacional para assegurar a trajetória de crescimento sustentado dos resultados, nos diferentes segmentos de negócio. Assim, a gestão apoia-se na cultura corporativa guiada pela inovação, sustentabilidade e governança, visando à perenidade e à expansão da companhia.

GUIADA PELAS MELHORES PRÁTICAS, A ULTRAGAZ ALMEJA SE TORNAR UMA EMPRESA DE CLASSE MUNDIAL NA DISTRIBUIÇÃO DE GÁS LP





## ORGANOGRAMA ULTRAGAZ





## Conselho de Administração

Na eleição mais recente, de 10 de abril de 2013, Paulo Guilherme Aguiar Cunha foi reconduzido à presidência do Conselho de Administração (CA) do Grupo Ultrapar, com mandato até agosto de 2015, como prevê o estatuto social da companhia. O mais alto fórum de governança é integrado por nove membros — cinco independentes, o que se alinha aos critérios de independência preconizados pela BM&FBovespa.

Thilo Mannhardt, membro independente do CA desde abril de 2011, assumiu o cargo de diretor-presidente da Diretoria Executiva da Ultrapar. Por sua vez, Pedro Wongtschowski, até então no cargo executivo, tomou assento como um dos membros do Conselho de Administração.

Outra mudança envolveu a saída de Luiz Carlos Teixeira (membro independente). Em seu lugar foi eleito Ivan de Souza Monteiro, vice-presidente de Gestão Financeira e Relações com Investidores do Banco do Brasil e membro de conselhos da Previ, da CPFL Energia e da Mapfre BB SH2 Participações.

Com mandatos renovados até 2015, continuam no CA: Lucio de Castro Andrade Filho (vice-presidente) e Ana Maria Levy Villela Igel, além dos conselheiros independentes Nildemar Secches, Paulo Vieira Belotti, Olavo Egydio Monteiro de Carvalho e Renato Ochman.

No exercício de 2013, os membros do CA se reuniram nove vezes para tratar de aspectos do planejamento estratégico e da tomada de decisão pelas empresas do Grupo.

## Conselho Fiscal

Os três membros efetivos e independentes do Conselho Fiscal, e outros três suplentes, com mandatos até agosto de 2014, foram eleitos pela Assembleia Geral Ordinária (AGO) de 10 de abril de 2013. Os titulares são Flavio César Maia Luz (presidente desde 2005), Mario Probst e José Reinaldo Magalhães.

O Conselho Fiscal deve auxiliar o Conselho de Administração nas decisões estratégicas, econômicas, financeiras e contábeis; analisar e opinar, por exemplo, sobre os



relatórios de administração e as demonstrações financeiras; e contribuir para assegurar a efetividade dos controles internos e dos processos de auditoria nas empresas do Grupo, entre outras atribuições. Desse modo, também exerce as funções de competência do Comitê de Auditoria, que visa assegurar o cumprimento das disposições da *Lei Sarbanes-Oxley (SOX)*.

### Comitê de Remuneração

O Comitê de Remuneração tem entre suas atribuições a revisão periódica dos parâmetros e das diretrizes da política de remuneração e de benefícios para administradores e executivos da companhia e das empresas controladas. Nesse sentido, pode propor ao Conselho de Administração iniciativas que tratem do tema, bem como acompanhar as ações nas empresas, de modo a assegurar que os modelos de competências e liderança, atração, retenção e motivação estejam alinhados às diretrizes dos respectivos planos estratégicos.

Integram o Comitê três membros do Conselho de Administração: Lucio de Castro Andrade Filho, Nildemar Secches e Renato Ochman (dois deles independentes).

### Diretoria Executiva

O diretor-superintendente da Ultragas, Pedro Jorge Filho, também integra a Diretoria Executiva da Ultrapar, presidida por Thilo Mannhardt desde maio de 2013. Eleita pelo Conselho de Administração para um mandato de dois anos (até 2015), possui entre seus membros efetivos o diretor Financeiro e de Relações com Investidores, André Covre, e os diretores-superintendentes das demais empresas controladas: Leocadio de Almeida Antunes Filho (Ipiranga); João Benjamin Parolin (Oxiten); Ricardo Isaac Catran (Ultracargo); e Paulo Correa Lazera (Extrafarma). Cabe à diretoria executiva a adoção de práticas e das medidas necessárias para o funcionamento da companhia e da gestão dos negócios sociais, de acordo com as atribuições e diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Administração.

## Diretrizes éticas



O Código de Ética representa, atualmente, um dos principais documentos corporativos, de referência obrigatória, para orientar as relações pessoais e a conduta profissional dos colaboradores, em todas as empresas do Grupo Ultra, na interlocução com diferentes públicos — seja no ambiente interno ou externo.

O documento contempla princípios éticos; práticas do trabalho; observância da legislação; obediência aos Princípios de Defesa da Concorrência; garantia da qualidade e do bom uso da informação; uso e divulgação da informação que não seja pública; conflitos de interesse; aderência ao próprio Código de Ética, com instruções sobre como agir para notificar eventuais condutas antiéticas; e explicações sobre penalidades.

A disseminação do Código tem entre os principais objetivos estratégicos diminuir o grau de subjetividade das interpretações pessoais acerca de determinados assuntos e formalizar as referências para uma conduta profissional ética, minimizando eventuais riscos de conflitos de interesse. Além disso, as diretrizes também visam assegurar que o comportamento ético e as boas práticas na gestão empresarial sejam considerados, inclusive do ponto de vista da sustentabilidade, para fazer frente à pressão pelo aumento da lucratividade, da eficiência operacional e da competitividade.

Desde a primeira edição, em 2004, o documento já foi atualizado por quatro vezes. Na revisão de 2009, foram incorporados alguns exemplos de comportamentos (aceitáveis e não), acompanhados das devidas explicações, como forma de evitar má interpretação ou desentendimento sobre as informações divulgadas. A edição também oficializou o *site* **Canal Aberto Ultra** como veículo para o encaminhamento de denúncias e reclamações (resguardado o sigilo dos autores) sobre comportamentos que contrariem ou violem quaisquer diretrizes do Código de Ética.

Os colaboradores têm acesso à íntegra do Código, por meio da rede intranet, ou pelo *link* Investidores, no *site* **www.ultra.com.br**. Por sua vez, logo que ingressam na companhia, os novos contratados também recebem uma cópia impressa do documento, ocasião em que assumem o compromisso de seguir o conjunto de diretrizes.

### Comitê de Conduta

Na revisão de 2013 do Código de Ética, o Comitê de Ética Ultrapar, criado em 2004, passou a ser chamado de Comitê de Conduta. Porém, seu objetivo permanece o mesmo: acolher, analisar, arbitrar e endereçar questões que envolvam suspeitas ou denúncias de violação do Código de Ética. Composto por quatro membros indicados pelo Conselho de Administração, três deles têm assento fixo, uma vez que o quarto integrante necessariamente tem de ser o principal executivo da área sob a qual recai a suspeita de irregularidades. Outra atribuição importante é a de esclarecer dúvidas dos funcionários sobre a conduta mais adequada a ser adotada diante de situações previstas no Código.

As denúncias encaminhadas ao Comitê de Conduta são acolhidas em caráter confidencial, sem a identificação pública do informante. O relato dos incidentes e a verificação do andamento dos processos podem ser feitos por meio do *site* **www.canalabertoultra.com.br**. Há ainda um telefone disponível para ligações gratuitas: 0800 701 7172.

### Ouvidoria UltragaZ

A Ouvidoria UltragaZ atua em linha com o Comitê de Conduta. Com essa dinâmica, também recebe e encaminha às áreas responsáveis as demandas e solicitações de diferentes públicos com os quais a companhia se relaciona cotidianamente, entre eles, os próprios colaboradores e clientes, além de fornecedores, acionistas e a população que reside nas vizinhanças das unidades da empresa. Nesse caso, os contatos podem ser feitos pelo telefone (11) 3177-6481, de 2ª a 6ª feira, no horário das 8h às 17h.





No balanço de 2013, o número de contatos recebidos cresceu, assim como o de reclamações — um total de 3.118 registros, contra 1.388, em 2012. A despeito desse quadro, a Ultragaz não figura nas listas do Procon, órgão de defesa do consumidor.

Embora a quantidade de reclamações seja insignificante, em face do número global de atendimentos da empresa (aproximadamente 85 milhões, ou seja, sete milhões por mês), o aumento observado no período se deve, principalmente, a dois fatores: o maior acesso das pessoas às mídias sociais e à maior abertura e divulgação de canais de comunicação e denúncia; e à maior consciência dos consumidores com relação a seus direitos e possibilidades de reclamação.

Ainda assim, considerando o universo de consumidores atendidos pela Ultragaz — que comercializa em torno de 8 milhões de botijões de Gás LP por mês e mantém uma carteira com mais de 45 mil clientes empresariais —, o aumento no número de reclamações permanece dentro de limites aceitáveis. No entanto, a companhia segue empenhada em adotar medidas para aprimorar os serviços comerciais, seja no âmbito domiciliar ou empresarial, em parceria com a rede de revendedores autorizados.

#### BALANÇO DO ATENDIMENTO REALIZADO PELA OUVIDORIA ULTRAGAZ

Tipo de registro	2011	2012	2013
Total de contatos recebidos	4.081	4.189	5.521
Número de reclamações recebidas	1.208	1.388	3.118

#### Prevenção da corrupção

No final de 2013, a Ultrapar iniciou, em todas as suas unidades de negócios, um mapeamento das atividades que envolvam relacionamento com órgãos públicos e que estejam abrangidas pela Lei Anticorrupção, sancionada em agosto pela presidência da República. Esse mapeamento buscou reavaliar a eficiência do seu ambiente de controle e do programa de monitoramento em relação à nova lei. Ao término dessa iniciativa, a Ultrapar e suas empresas promoverão um amplo ciclo de treinamento que reforçará suas diretrizes éticas, normas e controles internos, bem como seus programas de monitoramento e *self assessment*, reforçando a base de seu programa de *compliance* à nova legislação.

Caso seja constatado algum indício de corrupção, a diretriz da Ultragaz prevê o encaminhamento ao Comitê de Conduta, para adoção dos devidos trâmites legais.

#### Canais de Comunicação

Comitê de Conduta

[www.canalabertoultra.com.br](http://www.canalabertoultra.com.br)

Telefone 0800 701 71 72 (ligação gratuita)

Ouvidoria Ultragaz

(11) 3177-6481 (segunda a sexta, das 8h às 17h)

## Gestão da sustentabilidade



A preocupação com as práticas sustentáveis tem origens históricas na Ultragaz. O apoio institucional e a realização de projetos socioambientais têm evoluído, ano após ano, na longa trajetória de mais de 75 anos da companhia, desde que se iniciou com o envolvimento pessoal de Margarida Igel, esposa do fundador, Ernesto Igel.

A gestão socioambiental, integrada aos resultados econômico-financeiros, ganhou novo impulso a partir de 2009 — ano que marcou a divulgação da **Política de Sustentabilidade Ultragaz**. Desde o início das discussões, a iniciativa inédita contou com o apoio e o envolvimento da alta direção e das lideranças da companhia.

Na época, também foi lançado o selo *Ultragaz faz sustentável. E quer fazer sempre mais*, materializando o posicionamento da companhia, que passou a ser utilizado, como nova identificação visual, em todas as ações corporativas relacionadas à sustentabilidade. O tema tornou-se ainda um dos Princípios Operacionais da empresa.

O documento, cuja íntegra está disponível no site [www.ultragaz.com.br](http://www.ultragaz.com.br), aborda temas como direitos fundamentais nas relações de trabalho; equidade de gêneros; valorização da diversidade; combate à discriminação, ao assédio moral e sexual, às práticas de trabalho infantil e ao forçado ou compulsório; redução dos impactos ambientais pelas operações da empresa e uso racional dos recursos naturais, entre outros aspectos de governança e de relacionamento com os públicos estratégicos.

O Comitê de Excelência de Gestão (Comissão de Sustentabilidade Ultragaz) foi designado para colocar em prática as diretrizes da Política de Sustentabilidade. Assim, no plano interno, as ações desenvolveram-se com base em aspectos de quatro pilares: Meio Ambiente, Comunidade, Bem-Estar e Gestão Responsável.

Ainda no âmbito da governança, a Ultragaz criou, em 2010, a Gerência de Sustentabilidade, que se reporta diretamente à Diretoria de Operações. Desde então, a área tem atuado como um fórum aglutinador das práticas sustentáveis realizadas tanto dentro quanto fora da companhia, na interlocução diária com diferentes *stakeholders*.

### MISSÃO DE SUSTENTABILIDADE ULTRAGAZ

A Política de Investimento Social, divulgada em 2008, também estabeleceu a Missão de Sustentabilidade da companhia: *“Contribuir com o desenvolvimento socioeconômico das comunidades, investindo em projetos educativos, culturais e de preservação ambiental, com foco em sustentabilidade do negócio.”*





## Diálogos públicos

A disseminação das diretrizes e dos conceitos reunidos na Política de Sustentabilidade de UltragaZ ganhou espaço e novos adeptos, no decorrer do tempo. Hoje, as mensagens são mais bem compreendidas e assimiladas pelo conjunto dos funcionários, em um novo ambiente que reflete todo um trabalho de conscientização e comunicação, desenvolvido sistematicamente desde 2009, quando o documento ainda parecia apenas uma lista de novas regras que deveriam ser seguidas à risca, sem uma relação orgânica com todos os colaboradores, os gestores e as respectivas chefias.

Nesse contexto de participação coletiva e de troca de experiências, a UltragaZ tem incentivado, cada vez mais, a ampliação do diálogo, via canais estruturados de comunicação, com os diversos públicos de relacionamento, entre eles dois grupos de *stakeholders* estratégicos: os revendedores (da rede autorizada) e os fornecedores.

Desde a criação do Portal Revenda, canal direto de comunicação *online*, em 2012, o relacionamento com os revendedores tem sido mais próximo e constante, facilitando a divulgação das principais ações da UltragaZ, como as iniciativas relacionadas à gestão da sustentabilidade, também disponíveis no portal eletrônico (*mais informações sobre as ações realizadas em 2013 no capítulo Pacto Global*).

No caso dos fornecedores, o destaque do ano foi a realização do *II Encontro de Fornecedores de Materiais e Serviços Críticos*, dando sequência à programação inaugurada em 2012. A iniciativa também visa estreitar o relacionamento entre a companhia e seus parceiros comerciais, alinhando expectativas e demandas futuras.

O evento, realizado no dia 9 dezembro de 2013, reuniu mais de 40 fornecedores estratégicos e permitiu a interação de representantes de algumas áreas vitais da cadeia produtiva: Normatização e Qualidade; Segurança, Saúde e Meio Ambiente (SSMA); Sustentabilidade; e Centro de Serviços Compartilhados (CSC). Além disso, colaboradores da UltragaZ ministraram palestras aos participantes sobre assuntos de interesse comum, relacionados ao tema da reunião (*saiba mais sobre os resultados do encontro no capítulo Pacto Global*).



### Visão 2013–2022



Lançado em maio de 2013, o projeto **VIS10N** tem como principal objetivo definir o caminho a ser percorrido pela Ultragaz até 2022, a partir do planejamento estratégico que será desenvolvido, em conjunto, pela liderança e pelos colaboradores — focado no processo de crescimento e de inovação das operações da companhia.

Na primeira fase, a iniciativa exigiu a pesquisa e a análise para o entendimento de diferentes aspectos do negócio, divididos em três pilares principais: perfil e hábitos de consumo dos clientes da Ultragaz; cenários de oferta e demanda de gás e energia; e avaliação dos diferenciais competitivos em relação aos concorrentes nacionais e do mercado externo. Os estudos têm como propósito indicar um novo direcionamento para os gestores da companhia, com base em uma avaliação criteriosa dos projetos em desenvolvimento e dos que deverão ser iniciados, visando aproveitar as oportunidades que se apresentam no contexto de um cenário futuro de maior oferta de gás no Brasil.

Para envolver os colaboradores e estimular os gestores a enfrentar os desafios intrínsecos ao projeto, coordenado pela Gerência de Desenvolvimento, também foi criada uma nova plataforma colaborativa: **VIS10N Ideias**. O objetivo é que a ferramenta *online* receba sugestões de todas as equipes, enviadas por diferentes áreas





da empresa, como forma de contribuir para a construção de um amplo e detalhado planejamento estratégico que passará a guiar a atuação da Ultragaz, no período de dez anos. O canal, aberto à participação coletiva desde junho de 2013, traz informações atualizadas sobre o VIS10N, além de um espaço exclusivo para esclarecer as dúvidas dos usuários. A postagem é bastante simples e intuitiva, sendo que todas as ideias apresentadas serão analisadas e respondidas, periodicamente, por uma equipe de apoio ao trabalho.

A segunda fase de atividades do VIS10N teve o apoio de consultoria externa, que, além auxiliar na estruturação dessa etapa do projeto, também organizou *workshops* para discussões temáticas com executivos da Ultragaz e do Grupo Ultra, orientados por especialistas de diversos setores da economia. Os debates realizados durante os encontros tiveram a finalidade de levantar novas ideias, considerando fatores internos e externos ao próprio *core business* (modelo de negócio) da empresa.

Ao todo, cerca de 100 pessoas participaram diretamente da formatação do VIS10N, incluindo os executivos da companhia, além de integrantes de outras unidades de negócio da Ultrapar. O trabalho foi consolidado com a indicação de diversas iniciativas, nos segmentos empresarial e domiciliar, com o propósito de potencializar o planejamento estratégico e incorporar inovações ao setor de atuação da Ultragaz.

## TRABALHO RECONHECIDO

**E**m 2013, a Ultragaz conquistou importantes prêmios e reconhecimentos de destaque pelo trabalho que tem desenvolvido, ano após ano, em busca da excelência no mercado de distribuição e Gás LP. A seguir, as principais premiações recebidas.

### Top Of Mind Baixada Santista

Realizado pelo jornal *A Tribuna*, de Santos (SP), o prêmio reconhece as marcas mais lembradas pelos consumidores da cidade e região.

### Top Of Mind Feira de Santana

Premiação que valoriza e reconhece as marcas mais importantes e mais lembradas do mercado baiano indicadas pelos consumidores.

### Top Of Mind Salvador

O Top of Mind Salvador é a mais importante premiação de marcas do mercado baiano, que reconhece as 40 empresas mais lembradas pelos consumidores.

### Prêmio TOP de Sustentabilidade ADVB

Criado pelo Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental, reconhece a importância dos projetos e das ações das empresas, reforçando os seus compromissos com a sociedade e o meio ambiente.

### Top Vale

Promovido pela revista *Valeparaibano*, o prêmio reconhece as empresas e marcas mais lembradas pelos consumidores de Taubaté, São José dos Campos e Jacaré (SP).

### Prêmio Cozinha Profissional

As marcas mais lembradas do *food service*.

Referência no setor de alimentação fora do lar, o Prêmio Cozinha Profissional – Marcas de Destaque reconhece as empresas que atuam no segmento e são as mais lembradas pelos consumidores.

PPQG – Prêmio Paulista de Qualidade da Gestão – Categoria Ouro (Mercado Empresarial Centro)

PPQG – Prêmio Paulista de Qualidade da Gestão – Categoria Ouro (Mercado Domiciliar Interior de São Paulo)

PQRIO – Prêmio Qualidade Rio – Categoria Ouro (Mercado Rio de Janeiro)

PPQG – Prêmio Paulista de Qualidade da Gestão – Categoria Prata (Mercado Domiciliar Campinas)

Prêmio de Excelência em Gestão de Goiás (PEGG) – Categoria Prata (Mercado Domiciliar Goiás)

PCE – Prêmio Catarinense de Excelência – Categoria Bronze (Núcleo Empresarial Santa Catarina)

Prêmio As 100 Melhores Empresas em IDHO – Indicador de Desenvolvimento Humano Organizacional 2013 Concedido pela Revista *Gestão&RH* às empresas com melhores práticas em gestão de Recursos Humanos.



## Mercado aquecido

As vendas de Gás LP no mercado nacional mantiveram a tendência de alta, no decorrer de 2013, totalizando 7,3 milhões de toneladas — um novo patamar recorde —, ante 7,1 milhões de toneladas, em 2012. Segundo a série histórica de dados da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), pelo menos desde 2010 os volumes do produto envasado e a granel crescem de maneira proporcional, tendo alcançado 5,2 milhões e 2,1 milhões de toneladas, respectivamente, no último exercício.

No período recente, o mercado de Gás LP, mais conhecido pelo uso de botijões de cozinha (envasados de 13 kg), passou a receber maiores investimentos das empresas que atuam no setor, liderado pela Ultragaz. A estratégia comercial visa aumentar a presença em regiões de menor atuação, por exemplo, em estados do Norte e Nordeste, além de consolidar a infraestrutura necessária para garantir a entrada no mercado industrial, que apresenta grande potencial de crescimento nos próximos anos.

Desde a aquisição da Repsol, em 2011, a Ultragaz tem ampliado a base de clientes, a maior parte de pequeno e médio porte, e focado a interiorização das vendas, impulsionadas pelo ritmo da atividade econômica e o maior consumo de Gás LP pelo setor industrial.

A distribuição representa um elo importante da cadeia de abastecimento de Gás LP, presente hoje em 95% dos domicílios, considerados todos os municípios brasileiros.

No balanço de 2013, as vendas de Gás LP pela Ultragaz alcançaram 1,696 milhão de toneladas, volume 1% acima do registrado em 2012. O desempenho foi influenciado, principalmente, pelos investimentos para a conquista de novos clientes, em particular nos segmentos de condomínios residenciais e de pequenas e médias empresas.

### Receita líquida

A receita líquida da empresa totalizou R\$ 3.982 milhões, um aumento de 4% em relação aos R\$ 3.847 milhões contabilizados em 2012. O resultado também foi impulsionado pelo desempenho positivo das vendas de Gás LP a granel, no quarto trimestre, destinadas a condomínios e ao setor industrial.

### EBITDA cresce

Depois de avançar 16% no quarto trimestre de 2013 em relação a igual período de 2012, a Ultragaz terminou o exercício com EBITDA (lucro antes de juros, impostos, depreciações e amortizações) de R\$ 281 milhões, um avanço de 14% sobre o resultado do ano anterior. A *performance* anual também foi impactada pelos efeitos da greve nas distribuidoras de Gás LP, ocorrida no estado de São Paulo, no quarto trimestre de 2012, com impacto estimado de R\$ 5 milhões, parcialmente compensado pela concentração de custos com requalificação de botijões, nos últimos três meses do exercício.

O desempenho obtido em 2013 revela a continuidade do plano de recuperação de resultados da companhia, decorrentes das iniciativas comerciais adotadas, ao longo dos trimestres anteriores, e do maior volume de Gás LP comercializado no período.

### Novos investimentos

O plano de investimentos da Ultrapar para 2014 totaliza R\$ 1,484 bilhão (exclui aquisições), apontando para a continuidade de boas oportunidades de crescimento por escala e ganhos de produtividade, além da modernização das operações.

No caso da Ultragaz, os investimentos previstos devem somar R\$ 184 milhões. Os recursos se concentrarão em três frentes: construção de uma nova base de engarrafamento em São Luís (MA); UltraSystem (granel de pequeno e médio porte), com a perspectiva de conquista de novos clientes; e reposição/aquisição de vasilhames.

A expectativa da empresa é que os benefícios propiciados pelos investimentos recentes na recepção a novos clientes e o foco voltado para a gestão de custos e das despesas contribuam para a continuidade da trajetória de crescimento dos negócios.

COM TENDÊNCIA DE ALTA, AS VENDAS DE GÁS LP ATINGIRAM O RECORDE DE 7,3 MILHÕES DE TONELADAS EM 2013 E FAVORECERAM O DESEMPENHO DA ULTRAGAZ NO EXERCÍCIO



## ULTRAGAZ – DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO

IFRS (R\$ mil)

	2011	2012	2013
RECEITA LÍQUIDA	3.766.766	3.847.087	3.982.300
Envasado	2.326.233	2.336.740	2.388.145
Granel	1.421.515	1.490.452	1.571.142
Utingás	19.018	19.895	23.013
CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	(3.213.539)	(3.313.293)	(3.398.226)
LUCRO BRUTO	553.227	533.794	584.073
DESPESAS OPERACIONAIS	(387.714)	(409.604)	(432.438)
Vendas e comerciais	(271.625)	(291.040)	(299.118)
Gerais e administrativas	(116.089)	(118.564)	(133.320)
OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS, LÍQUIDOS	(1.101)	(328)	711
LUCRO OPERACIONAL <sup>1</sup>	164.412	114.282	147.034
EBITDA <sup>2</sup>	281.874	243.237	280.522
Total de depreciação e amortização	117.462	131.441	133.489
VOLUME (000 tons) <sup>2</sup>	1.652	1.681	1.696
Envasado	1.134	1.133	1.134
Granel	518	548	562
PREÇO (R\$/ton) <sup>2</sup>	2.268	2.277	2.334
Envasado	2.051	2.062	2.106
Granel	2.744	2.721	2.794
LUCRO BRUTO/ton	335	318	344
LUCRO OPERACIONAL <sup>1</sup> /ton	100	68	87
EBITDA/ton	171	146	165
MARGEM BRUTA (%)	14,7	13,9	14,7
MARGEM EBITDA (%)	7,5	6,4	7,0

<sup>1</sup> Antes do resultado na alienação de bens.

<sup>2</sup> Antes do resultado na alienação de bens. Exceto quando indicado de maneira diferente, a partir de 2010, os números referentes ao EBITDA, ao longo do relatório, consideram o resultado na venda de bens e equivalência patrimonial, conforme instrução nº 527 da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

## Desempenho Econômico

Em 2013, os investimentos do Grupo Ultra definidos para a Ultragaz somaram R\$ 151 milhões, sendo direcionados, principalmente, a novos clientes do segmento a granel, à reposição de vasilhames e manutenção das bases de engarrafamento.

### Gestão de riscos

Na posição de empresa líder no mercado brasileiro de distribuição de Gás LP — com participação relevante na receita líquida da Ultrapar —, a Ultragaz adota as melhores práticas na gestão de riscos inerentes às suas atividades. A estratégia, alinhada às diretrizes estabelecidas pelo Grupo, tem como um dos principais objetivos manter as condições que assegurem a perenidade dos negócios, com o desempenho favorável e equilibrado das operações, considerando os aspectos econômicos, sociais e ambientais.

O Comitê de Riscos e Aplicações Financeiras, criado há mais de uma década, representa uma das principais iniciativas da governança para minimizar os riscos empresariais. Além disso, desde 2009, a Ultrapar tem aprimorado o escopo de um modelo inovador de controles internos, que já obteve o reconhecimento do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), com o Prêmio IBGC de Governança Corporativa, edição 2009, destacando-se na categoria Inovação. Em 2013, a empresa recebeu outras três importantes premiações e reconhecimentos.



O **UltraSystem**, sistema inovador de abastecimento de Gás LP a granel, implantado pela primeira vez no Brasil em 1995, destinado ao atendimento de condomínios residenciais e clientes comerciais e industriais, também tem contribuído para suportar o desempenho das vendas da companhia. A tecnologia empregada garante o fornecimento ininterrupto do energético, tornando o processo de abastecimento muito mais prático, ágil e seguro, uma vez que dispensa o manuseio de botijões.

### GOVERNANÇA RECONHECIDA

Eleita em 1º lugar no prêmio “As Melhores Companhias para os Acionistas”, na categoria empresas com valor de mercado superior a R\$ 15 bilhões.

*Revista Capital Aberto*

Reconhecida pelo relacionamento com investidores, incluindo melhor CFO, Gerente de RI e equipe de RI, por analistas *buy side*, e melhor CFO e Gerente de RI, por analistas *sell side*, do segmento de Óleo, Gás e Petroquímicos.

*Institutional Investor*

Escolhida uma das 100 empresas mais inovadoras do mundo pelo prêmio *The World's Most Innovative Companies*.

*Forbes*

### Riscos operacionais



Para monitorar os riscos operacionais, a Ultragaz utiliza a LVSS (Lista de Verificação de Segurança e Saúde Ocupacional), ferramenta de apoio ao gerenciamento das condições de segurança e saúde no trabalho, que visa minimizar os riscos de acidentes e doenças laborais.

A LVSS, utilizada em todas as bases de produção, permite identificar, antecipadamente, fatores que eventualmente possam resultar em acidentes no local de trabalho, bem com algumas medidas para combatê-los. Cada área recebe, anualmente, a visita de profissionais especializados que verificam a efetividade das ações desenvolvidas pela empresa.

### Programa Escalada da Segurança



Instituído a partir de 2009, o programa tem como desafio reduzir a ocorrência de acidentes nos processos de distribuição e envase, bem como difundir conceitos de prevenção de acidentes, considerando aspectos de organização, de limpeza, do uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e das condições de trabalho. Em 2013, as ações desenvolvidas no âmbito do programa contribuíram para reduzir em 15% o índice de frequência de acidentes com afastamento.

### Atuação responsável




A Ultragaz também promove campanhas educativas de prevenção de acidentes, como forma de orientar os consumidores sobre a maneira correta de manusear os botijões e seus acessórios (*leia mais no capítulo Desempenho Social*).

A gestão de riscos inclui ainda um aspecto importante relacionado às mudanças climáticas: as emissões de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), decorrentes do uso de petróleo como matriz energética, nas etapas de produção, distribuição e constituição de Gás

LP. Para mitigar os impactos de suas operações, a Ultragaz desenvolve uma série de ações internas (*leia mais no capítulo Desempenho Ambiental*).

A Ultragaz está integrada ainda às atividades patrocinadas pelo World Liquefied Petroleum Gas Association (WLP GAS) e pela Associação Ibero-Americana de Gás Liquefeito de Petróleo (AIGLP). Em ambas, a empresa tem participado ativamente, por meio de grupos de trabalho e de discussões setoriais, para analisar as condições da conjuntura e os cenários que ofereçam alternativas à evolução dos negócios, no atual contexto de urgência de redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE).

### Repressão às vendas ilegais

 O combate à informalidade nas vendas de Gás LP avançou, em 2013, como resultado de ações integradas, conduzidas em conjunto por representantes do Ministério Público em diversos estados, dos Procons estaduais e municipais, do Corpo de Bombeiros, das polícias civis e das prefeituras locais, além de entidades setoriais, como o Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Gás Liquefeito de Petróleo (Sindigás), em parceria com a Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), no âmbito do **Programa Gás Legal**.

O trabalho realizado por esses agentes, apoiado também pela Ultragaz, não se limita a reprimir o comércio irregular de Gás LP. Há ainda toda uma orientação aos comerciantes para que atuem dentro da legalidade, sem prejuízo da própria sociedade.

Antes da atuação em parceria entre órgãos públicos, entidades do setor privado e a ANP, iniciada em setembro de 2010, 74,5% dos municípios brasileiros tinham vendas legalizadas. Atualmente, são 92,5%. Segundo dados da ANP, o total de vendas legalizadas — 35 mil antes das iniciativas de combate ao comércio ilegal — soma, hoje, mais de 53 mil estabelecimentos em todo o país.



### EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E SAÚDE

O Gás LP mostra-se muito mais econômico para diversas aplicações no agronegócio em relação a outras fontes energéticas, o que reduz custos com as safras e faz com que os produtos cheguem ao mercado com preços mais competitivos. Tudo isso sem provocar malefícios à saúde humana e ao meio ambiente, como acontece na queima de lenha, que libera fumaça com resíduos cancerígenos e muito gás carbônico, e cujo manuseio provoca inúmeros acidentes de trabalho.

Fonte: Balanço 2013 - Sindigás

## Desempenho Econômico

Em pouco mais de três anos, os números revelam um quadro bastante positivo, com mudanças significativas em relação ao comércio de Gás LP. Ao todo, foram fiscalizados mais de 8,5 mil estabelecimentos e lavradas cerca de 2,5 mil autuações, sendo que 140 abastecedores de pontos de comércio informais e 1.100 revendas foram interditados. A estimativa é que as vendas ilegais já tenham recuado 76%.

(Fonte: Sindigás)

### Aumento da oferta

A Ultragaz tem mantido os investimentos em novas tecnologias para ampliar os usos do Gás LP, reforçando um posicionamento estratégico diante da perspectiva de novas oportunidades de aumento de produção com o avanço das operações na camada do pré-sal. A oferta do energético também deverá aumentar a partir da inauguração, prevista para 2014, da Refinaria Abreu e Lima (RNest), instalada na cidade de Ipojuca, região metropolitana do Recife (PE). Além de óleo diesel (o carro-chefe da unidade), será produzido, entre outros derivados, o Gás LP. Os produtos da nova planta deverão abastecer, prioritariamente, os mercados do Norte e Nordeste.

Com a produção das novas Unidades de Processamento de Gás Natural, a disponibilidade dessa fonte de energia para atender à demanda interna deverá alcançar o superávit a partir de 2016, permitindo até a suspensão das importações. A medida também resultaria em um grande impulso para a permissão de novos usos de Gás LP.

O Gás LP é um dos energéticos mais limpos, com grandes possibilidades de expansão no país. As estimativas do Sindigás são de que a disponibilidade interna do produto deverá dobrar até 2025 — saindo de um patamar de 7 milhões para 14 a 15 milhões de toneladas por ano.

Nesse horizonte, a aplicação do Gás LP se mostra ainda mais promissora em diversos segmentos industriais que ainda utilizam óleos combustíveis e energia elétrica, sem considerar as vantagens competitivas da associação do insumo à matriz energética.

O dinamismo do agronegócio, impulsionado também pela criação de outras frentes agrícolas, abre novos nichos de mercado para o uso mais intensivo de Gás LP. No campo, essa fonte de energia pode ser utilizada, por exemplo, para substituir a lenha queimada no processo de secagem de grãos e sementes, ou mesmo no combate de pragas e ervas daninhas que atacam as lavouras. A Ultragaz tem atuado pioneiramente, incentivando o uso de queimadores próprios em muitas lavouras onde se pratica uma agricultura mais saudável. Nesse caso, ainda há uma demanda crescente, a ser atendida nos próximos anos, em benefício de agricultores e consumidores, com o aumento da oferta de alimentos orgânicos, livres de defensivos agrícolas e outros insumos químicos.

### Novas frentes



Com o projeto *Desenvolvimento de Novas Aplicações do Gás LP*, em andamento desde 2006, a Ultragaz definiu novas frentes de trabalho para as quais criará ações específicas, até 2015, visando estimular o aumento do consumo. As atividades envolvem, por exemplo, o aquecimento e a higienização de criadouros de aves e de suínos; o controle da temperatura interna em estufas de plantas, flores e frutas; e a esterilização de áreas de armazenagem da produção agrícola.

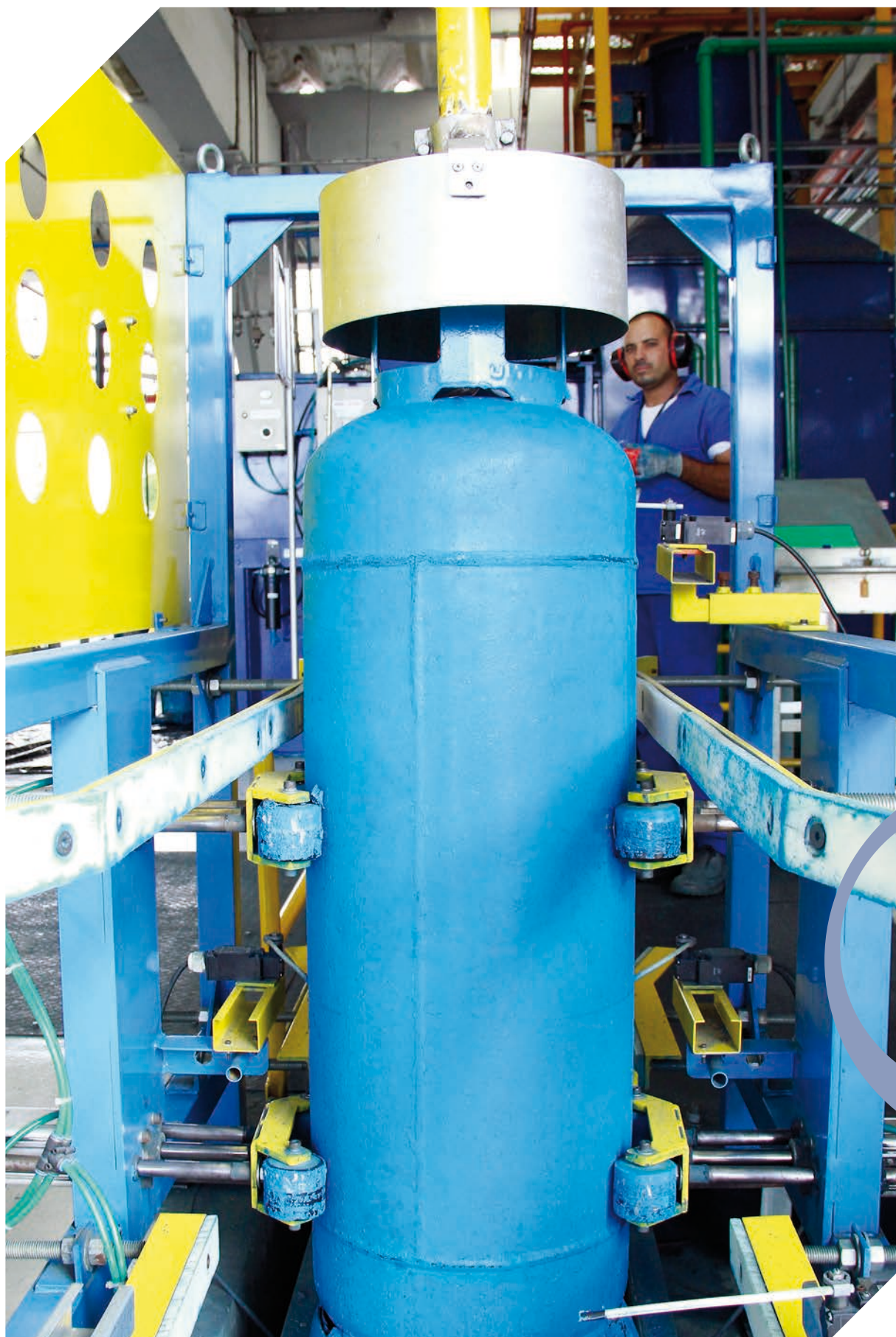
No caso de clientes do segmento corporativo, o desenvolvimento de novas aplicações para mercados empresariais da Ultragaz, em diferentes regiões do país, busca criar diferenciais competitivos, por meio de tecnologias inovadoras que contribuam para o ambiente de negócios da companhia e a sociedade em geral, com o estímulo à adoção de práticas mais sustentáveis.

A busca por novas soluções energéticas com o uso do Gás LP, visando à melhor eficiência, viabilidade econômica e redução de impactos ambientais, também tem sido bem-sucedida. Entre os principais resultados, destacam-se: substituição de óleos combustíveis mais poluentes; aumento da eficiência energética em processos de geração de água quente; maior controle no processo de secagem de grãos; aumento da eficiência energética e controle de processo em usinas de asfaltos; e substituição de processos produtivos que utilizam a eletrotermia para esse tipo de derivado de petróleo.

#### GÁS LP É...

... uma mistura de hidrocarbonetos com alta pressão de vapor, obtida do gás natural em unidades de processo especiais, mantida na fase líquida, em condições especiais de armazenamento na superfície (Portaria ANP nº 9, de 21/01/2000)













## Desempenho Social

GRI LA1, LA2, LA3, LA4, LA6, LA7, LA8, LA10, LA14, SO1, PR2, PR5 e PR9

Pacto Global



## Valores humanos

A Ultragaz vem aumentando sua presença no mercado brasileiro de distribuição de Gás LP, ano após ano. Com esse movimento, a expansão dos negócios tem exigido da companhia maior responsabilidade e uma atuação sempre ética perante os diferentes públicos com os quais tem interagido e conquistado a confiança nos relacionamentos.

No plano interno, a interlocução dos dirigentes com o conjunto de funcionários, nas relações cotidianas interpessoais e de trabalho, orienta-se pelo respeito aos direitos e deveres, de parte a parte, como forma de propiciar o melhor ambiente corporativo.

A companhia mantinha um quadro de 3.698 colaboradores, em 31 de dezembro de 2013. O total, que não inclui estagiários nem menores aprendizes, ficou 6% abaixo do contingente de igual período de 2012 (3.934 pessoas). Todos são contemplados por acordos formais de negociação coletiva de suas respectivas categorias profissionais.

Considerando a distribuição geográfica, os colaboradores se concentram na região Sudeste. No mesmo período, eram 2.339, o equivalente a 63,3% do total, seguidos pelos funcionários das unidades do Nordeste (739) e do Sul (467) do país.

Na comparação anual entre 2013 e 2012, a taxa de rotatividade (*turnover*) apresentou ligeira queda no período, ao passar de 16,3% para 15,2%. O resultado foi determinado pelo aumento observado na região Norte (de 10% para 30%), já que, no Sul, a variação permaneceu praticamente estável, e o índice recuou nas demais regiões.

COM FOCO NO DESENVOLVIMENTO E NO BEM-ESTAR PESSOAL, A ULTRAGAZ AMPLIA O DIÁLOGO E AS AÇÕES VOLTADAS A DIFERENTES PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

### GRI LA1 – TOTAL DE TRABALHADORES, POR REGIÃO – 2011/2013\*

Região	2011	2012	2013
Centro-Oeste	134	136	143
Nordeste	798	765	739
Norte	7	10	10
Sudeste	2.708	2.558	2.339
Sul	475	465	467
<b>Total</b>	<b>4.122</b>	<b>3.934</b>	<b>3.698</b>

\*Não inclui estagiários e aprendizes.

### Benefícios

A política de benefícios da Ultragaz tem como diretriz não apenas atender às necessidades mais imediatas dos colaboradores, mas também propiciar o apoio necessário ao desenvolvimento das carreiras profissionais, visando suportar a atuação da companhia, em um mercado cada vez mais competitivo, estratégico e disputado.

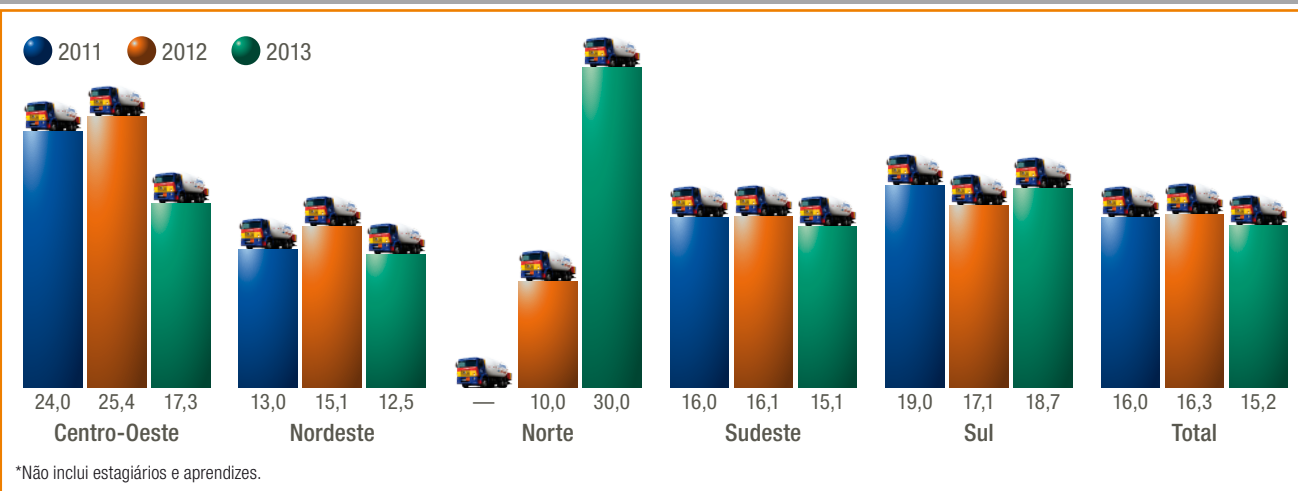
A lista contempla desde benefícios trabalhistas, como subsídios de despesas com alimentação e transporte, até planos de previdência complementar, seguro de vida e a participação nos resultados, com a distribuição proporcional de lucros, realizada desde 2006. Nesse caso, os pagamentos são vinculados ao alcance de determinadas metas, definidas no planejamento anual da companhia. As políticas desenvolvidas pela área de gestão de pessoas podem ser acessadas por todos os colaboradores, por meio da rede intranet.

O plano de saúde destaca-se entre os benefícios oferecidos pela empresa. Com ampla cobertura médico-hospitalar, disponibiliza os serviços de uma extensa rede credenciada para a realização de consultas, exames e diagnósticos. Além disso, um canal telefônico exclusivo 0800 e uma equipe dedicada de assistentes sociais esclarecem as dúvidas dos colaboradores, orientando-os nos encaminhamentos.

Em 2013, esse benefício foi estendido aos maridos das funcionárias da Ultragaz, que agora podem ser incluídos como dependentes nos planos de assistência médica



## GRI LA2 – EVOLUÇÃO DA TAXA DE ROTATIVIDADE (%) – 2012/2013\*



e odontológica da empresa — uma ação que busca padronizar os benefícios na companhia, alinhando-se às iniciativas de promoção da qualidade de vida dos funcionários e suas famílias.

### Diversidade inclusiva

Com a preocupação de criar um ambiente de trabalho inclusivo e favorável à diversidade social, considerando a realidade e as características da própria sociedade, a Ultragaz tem pela frente pelo menos dois grandes desafios: a contratação de pessoas com deficiência e a equidade das condições de trabalho entre homens e mulheres.

Nesse contexto, algumas soluções têm sido debatidas e adotadas, no âmbito do *Programa Diversidade Ultragaz*, instituído em 2007. A iniciativa tem a finalidade de incluir as pessoas com deficiência aos quadros da companhia, para desempenharem funções que nem sempre são destinadas a esse grupo social, em função dos objetivos e das regras definidas nos processos de contratação de muitas empresas.

Outra preocupação da companhia refere-se à equiparação salarial entre homens e mulheres que desempenham as mesmas funções na empresa. Como forma de buscar um maior equilíbrio na remuneração entre os gêneros, a evolução dos salários pagos é monitorada sistematicamente, permitindo avaliações precisas para eventuais correções.

### Treinamento e qualificação

O desenvolvimento profissional também concentra as atenções da Ultragaz, uma vez que se trata de um aspecto essencial para disseminar os valores corporativos e as diretrizes da cultura da organização aos colaboradores. Além disso, possibilita o engajamento e renova os estímulos na realização do trabalho em equipe — uma maneira de assegurar a competitividade e o alcance das metas definidas pelo planejamento.

As iniciativas relacionadas a programas de capacitação e de treinamento são planejadas e desenvolvidas sob a coordenação geral da **Academia Ultragaz** — a

## GRI LA14 – PROPORÇÃO DE SALÁRIO-BASE ENTRE HOMENS E MULHERES, POR CATEGORIA\*

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

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

universidade corporativa. Em alguns casos, também são realizadas em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), Fundação Instituto de Administração (FIA), Fundação Dom Cabral, ESPM e Kellogg School of Management.

Os programas abrangem capacitações técnicas e comportamentais e uma série de treinamentos voltados à formação profissional, além de cursos de línguas e mestrado. São dirigidos a todas as áreas (liderança, corpo técnico e administrativo), inclusive estagiários e *trainees*, além dos profissionais das revendedoras autorizadas.

O *Programa de Fóruns* consiste na realização de encontros entre executivos, gestores e funcionários para discutir uma lista dos principais temas estratégicos que impactam o negócio e os caminhos para a atuação da companhia. Em 2013, foram organizados cinco eventos.

### Capacitação para área Comercial



Em 2013, a Ultragaz iniciou dois novos programas de capacitação profissional. O primeiro, denominado *Academia Comercial*, destina-se ao treinamento de consultores comerciais, promotores de vendas e supervisores de projeto. O principal objetivo é criar equipes de alto desempenho, visando aos melhores resultados para a companhia.

Com duração de um ano (até junho de 2014) e abrangência nacional, o programa foca a capacitação da equipe comercial do segmento domiciliar, dividindo-se em cinco módulos: Identidade; Finanças; Negociação e Gestão do Tempo; Marketing e Vendas; e Acesso ao Mercado e Desenvolvimento. Ainda que não tenha sido concluída, a iniciativa já apresenta alguns resultados previstos, envolvendo 217 pessoas, no módulo I, e outras 192, no módulo II. No total, já foram realizadas 9.816 horas de atividades.



O segundo programa, *Academia Empresarial*, também tem como público-alvo os consultores da área comercial que atuam em São Paulo. A ideia é oferecer a todos eles ferramentas de educação continuada, como forma de disseminar conhecimento e desenvolver as equipes da Diretoria Empresarial, por meio de treinamentos técnicos, comerciais e de processos internos de apoio. As medidas visam contribuir para alcançar resultados sustentáveis e o desenvolvimento de equipes de alta *performance*.

O projeto engloba desde a revisão de conceitos e de processos internos até o alinhamento de papéis e de responsabilidades, além da visão sistêmica da cadeia de negócios. O treinamento baseia-se na aplicação de técnicas de vendas, organizado em cinco módulos: Identidade e Disciplina de Execução; Acesso ao Mercado e Processo de Vendas I; Análise de Investimentos; Gestão de Contas I e II; Ciclo de Vendas e Processos de Vendas II. Um grupo de 194 consultores já foi treinado no módulo I e outros 187 consultores, no módulo II.

## Treinamento para os revendedores



No âmbito da **Academia Ultragaz Revenda**, em 2013, a Ultragaz realizou a segunda etapa do programa *Formação em Gestão de Revendas*, destinado aos revendedores da categoria Diamante Azul de todo o Brasil. O programa de capacitação visa aumentar o nível de conhecimento em gestão de negócios no varejo, de modo a ampliar a visão comercial desses parceiros.

O conteúdo abrange temas como marketing de serviços, controladoria e logística, e gestão de pessoas, apresentados e debatidos com os participantes durante encontros presenciais, na sede da companhia, em São Paulo. No ano, um grupo de 102 revendedores foi capacitado, e a atividade correspondeu a 2.281 horas de treinamento.

O programa *Somar* (Soluções de Marketing Aplicadas à Revenda) aumentou em quase 65% a carga horária de treinamento, em relação a 2012. E o programa Especialista em Atendimento, criado em 2009, foi retomado em 2013 (*veja número de horas e participações na tabela LA10*). Em função disso, o **Somar Sustentabilidade**, cuja implantação começaria em 2013, deverá ser oferecido ao longo de 2014.

### GRI LA10 – MÉDIA ANUAL DE HORAS DE TREINAMENTO, POR CATEGORIA PROFISSIONAL\*

Categoria	2011	2012	2013
Liderança	15,8	9,6	15,2
Técnico e administrativo	11,7	5,2	15,6
Operacional	5,5	2,7	4,0
Estagiário/Aprendiz	13,4	16,8	15,7
Média anual horas/homem	9,0	4,2	10,1
<b>ACADEMIA REVENDA</b>			
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Horas de treinamento Somar	4.856	3.832	6.311
Número de participações Somar (revendas)	417	726	541
Horas de treinamento – Programa de Formação em Gestão de Revendas	3.024	3.125	2.281
Número de participações – Programa de Formação em Gestão de Revendas	32	32	102
Horas de treinamento – Especialista em Atendimento	–	–	1.060
Número de participações – Especialista em Atendimento	–	–	530

\*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.





### Jovens talentos

O tradicional *Programa de Estágio*, mantido há 20 anos pela Ultragaz, reuniu em 2013 um grupo de 36 jovens talentos, de diversas regiões do país. A iniciativa visa à formação profissional de estudantes dentro do ambiente corporativo, para que possam assumir, no futuro, uma nova função em cargos executivos, nos quadros da companhia. A expectativa é que toda a equipe seja efetivada ao final do calendário de atividades.

No período de um ano e meio (18 meses), tempo de duração do Programa de Estágio, os participantes são estimulados a desenvolver um projeto relevante para o negócio da companhia. Para tanto, passam por algumas etapas de capacitação, na Academia Ultragaz, tendo acesso a várias áreas de conhecimento, tais como gestão de projetos, matemática financeira, técnicas de apresentação, inovação e criatividade.

A Ultragaz mantém outras duas frentes de capacitação voltadas para os jovens: o *Programa de Aprendiz* e o *Programa de Trainees*, este realizado a cada dois anos, destinando-se à capacitação de jovens líderes.

### Programa de Aprendiz

O objetivo é oferecer alternativas de inserção social para jovens de famílias de baixa renda, formando uma mão de obra mais qualificada para atuar temporariamente na área Administrativa. Um grupo de 70 aprendizes prestou serviços à empresa, em 2013.

### Comunicação interna

A interlocução da Ultragaz com o conjunto de funcionários tem se aprimorado, com o passar dos anos, apoiando-se em um leque diversificado de ferramentas desenvolvidas especialmente para a comunicação estratégica das principais mensagens da empresa. Nesse circuito de mão dupla, a disseminação das informações, por meio de canais coletivos, tem contribuído não apenas para fomentar o interesse e a participação dos colaboradores em relação às questões diretamente ligadas ao negócio, mas também valorizado o próprio relacionamento entre os integrantes das diferentes equipes.

A seguir, os principais canais e as mídias interativas criadas pela empresa:

**Revista Ultragaz** – publicação trimestral que traz informações acerca das atividades da companhia, novos projetos, boas práticas e matérias sobre os funcionários.

**Mural de Notícias** – painel atualizado a cada semana com informações a respeito das ações, das campanhas corporativas e dos principais eventos realizados pela empresa.

**Ultragaz Express** – canal eletrônico que veicula, rapidamente, os comunicados mais importantes e de interesse geral dos colaboradores.

**Ultragaz Acontece** – informativo eletrônico que divulga, todo mês, os eventos e os fatos de maior interesse do público interno sobre os negócios e as atividades da empresa.




**Ultragaz Gerencial** – veículo eletrônico de circulação mensal, que aborda com mais profundidade e análise alguns temas de interesse das equipes de gestores.

**Intranet** – plataforma *online* que veicula internamente notícias e serviços de interesse geral de toda a empresa.

**Campanhas** – ações de abrangência interna para a divulgação de temas estratégicos, visando promover a integração de todos os funcionários.


**Revista Ultragaz Revenda** – publicação impressa, com periodicidade semestral, destinada à rede de revendedores credenciados.

### Programa Viver Bem

 Coerente com as iniciativas desenvolvidas no plano interno, a Ultragaz também está atenta ao contexto social de seus funcionários. Por isso, apoia e investe em ações que visam melhorar a qualidade de vida dos colaboradores.

A empresa realiza ações preventivas e de incentivo a hábitos mais saudáveis que procuram engajar e conscientizar os funcionários sobre a necessidade de praticar esportes e consumir uma alimentação balanceada.

### Segurança responsável

 A segurança nas operações representa uma das maiores exigências do negócio da Ultragaz, que manipula (envase) e comercializa (distribuição) grandes quantidades de um produto altamente inflamável. A responsabilidade no manuseio do Gás LP, em qualquer etapa operacional, reflete-se na adoção de uma série de procedimentos que seguem, com absoluto rigor, elevados padrões de conduta para prevenir a ocorrência de acidentes, como os definidos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).



A Ultragaz intensificou, em 2013, a gestão voltada ao comportamento seguro, com o treinamento das diferentes equipes, além de campanhas educativas de orientação aos consumidores sobre os procedimentos corretos no manuseio de botijões de Gás LP.

Os tradicionais botijões azuis, carro-chefe do portfólio, comercializados nos volumes de 2, 5, 13, 20, 45 e 90 kg, são fabricados com chapa de aço especial, mais resistente a altas temperaturas e à pressão, sendo revisados e trocados periodicamente. Os equipamentos possuem lacre de proteção, além de um rótulo com informações que orientam o consumidor sobre como proceder para garantir a segurança no momento da instalação e do manuseio do produto e os contatos dos serviços de assistência técnica.

O envase de Gás LP é realizado em unidades (17 bases engarrafadoras e 22 de estocagem e distribuição) credenciadas pela norma ISO 9001, referência internacional para a certificação de sistemas de gestão da qualidade. O documento reconhece o empenho de diferentes organizações em assegurar a conformidade de seus produtos e/ou serviços, a satisfação dos clientes e o processo de melhoria operacional contínua.



Além de se manter atualizada em relação às novas tecnologias de segurança, e incorporá-las às operações, a Ultragaz tem contribuído para a abordagem do tema em manuais e cartilhas de orientação ao consumidor, desenvolvidas com o apoio do Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Gás Liquefeito de Petróleo (Sindicagás) e do Corpo de Bombeiros. As publicações trazem informações didáticas sobre a manutenção e o manuseio correto dos botijões, alertando para a necessidade, por exemplo, de se efetuar a troca periódica das mangueiras plásticas que levam o Gás LP até o ponto de queima (fogões, por exemplo).

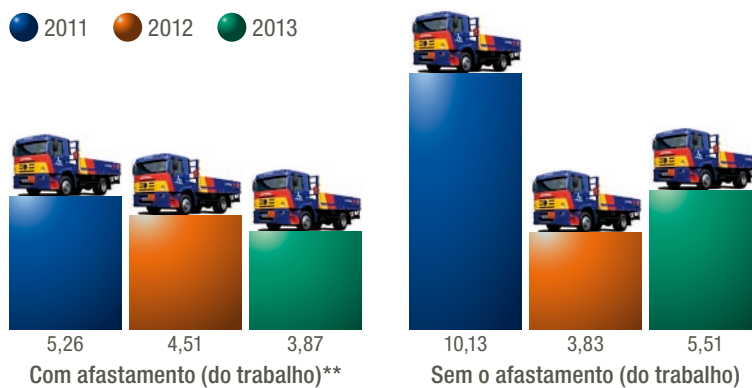
## Gestão preventiva



O incentivo à prática do comportamento seguro, nas diferentes áreas da Ultragaz, foi reforçado, a partir de 2012, com o *Programa de Escalada de Segurança*. A iniciativa teve início em 2009, então como uma campanha interna de conscientização, lançada com o desafio de reduzir os acidentes de trabalho. A estratégia alia-se ao programa *Aprendendo com os Acidentes*, cuja principal mensagem transmitida por meio de dinâmicas de grupos aos colaboradores é que, em princípio, qualquer acidente pode ser evitado, desde que respeitadas as medidas de prevenção, principalmente nas atividades do processo de envase, armazenamento e distribuição. Com o reforço desse projeto, em 2013, houve 15% de redução no número de acidentes com afastamento.

Na prática, a estratégia voltada à saúde e à segurança no ambiente de trabalho, aliada às medidas preventivas, como os programas de treinamento das equipes, tem

## GRI LA7 – TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES DE TRABALHO (%)\*



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


mostrado resultados positivos. Em 2013, foram registrados 80 acidentes (com e sem afastamento da vítima do local de trabalho), contra 85 casos, em 2012.

Com o propósito de ampliar o conhecimento sobre os procedimentos internos, com base em requisitos legais e nas diretrizes corporativas estabelecidas para a área, a Ultragaz também focou, em 2013, a norma internacional OHSAS 18001. O documento consiste em uma série de normas que orientam a criação de um sistema de gestão e certificação da segurança e saúde ocupacionais. Na prática, configura uma importante ferramenta que oferece informações relevantes sobre quais organizações podem ser avaliadas pelas práticas adotadas em relação à saúde e à segurança do trabalho.

A meta da área de Segurança, Saúde Ocupacional e Meio Ambiente da Ultragaz é alinhar as 17 bases engarrafadoras às diretrizes da OHSAS 18001, sigla em inglês para *Occupational Health and Safety Assessment Services* (Série de Avaliação da Segurança e Saúde no Trabalho). A verificação e análise das atuais condições operacionais do parque de envasamento de Gás LP, realizadas no decorrer de 2013, permitiram aos gestores uma visão geral da área e dos procedimentos adotados, com a identificação de oportunidades de melhoria e de boas práticas em segurança e saúde ocupacionais.

A norma prevê requisitos mínimos para um sistema de gestão da segurança e saúde ocupacionais, por meio do qual a empresa poderá avaliar os perigos e os riscos aos quais os funcionários (próprios ou terceirizados) podem estar expostos. O sistema de gestão proposto também pode ser integrado aos sistemas de gerenciamento ambiental e aos sistemas de qualidade, mas sua funcionalidade independe dos demais.

### Diálogos para integração

 As preocupações com a manutenção de um ambiente saudável e seguro na Ultragaz estimulam o debate, com a troca de ideias e de experiências entre os colaboradores, no fórum *Diálogos de Segurança, Saúde e Meio Ambiente* (DSSMA). Os encontros diários, com duração aproximada de 15 minutos, são marcados pela informalidade e descontração, o que torna a iniciativa mais amigável e interessante aos participantes.

Outro espaço de discussão de questões ligadas ao tema é assegurado pela Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), instalada na matriz, em São Paulo, e em todas as bases produtivas (engarrafadoras, estocagem e distribuição), além das lojas próprias. Como previsto pela legislação trabalhista, todos os colaboradores são representados formalmente nos comitês de segurança e saúde e nas diversas CIPAs.

As edições da *Semana Interna de Prevenção de Acidentes* (SIPAT) – *Atitude Nota 10* também têm se revelado um bom momento para abordar diversos temas relacionados à qualidade de vida dos colaboradores, que se refletem no desempenho e no bem-estar no ambiente de trabalho. Em 2013, o evento teve como tema principal questões relacionadas à ergonomia.

A área de Segurança, Saúde Ocupacional e Meio Ambiente tem como meta alinhar as 17 bases engarrafadoras às diretrizes da OHSAS 18001 (sigla de *Occupational Health and Safety Assessment Services* ou Série de Avaliação da Segurança e Saúde no Trabalho).



### Direção defensiva



A necessidade de se manter hábitos saudáveis também exige mudanças em relação a determinados comportamentos, seja no trabalho ou na vida pessoal. No caso dos motoristas de veículos pesados (caminhões) da Ultragaz, os condutores são estimulados a refletir — e orientados a manter uma postura responsável no trânsito — durante os treinamentos organizados e desenvolvidos no âmbito do *Programa de Direção Defensiva*. Os encontros permitem discutir questões como prevenção de acidentes, economia de combustível e manutenção veicular, entre outros temas.

A equipe de motoristas da empresa terceirizada de transporte também é treinada com base nas atividades do *Programa de Transporte de Materiais Perigosos*, iniciativa da Ultragaz desenvolvida em parceria com o governo federal.

### Consulta aos clientes



A Ultragaz também orienta suas ações e toma determinadas decisões com base em pesquisas exclusivas de satisfação de clientes aplicadas regularmente, com um intervalo máximo de seis meses, no caso de revendas e consumidor final (ver tabela PR5). Os levantamentos sempre trazem informações relevantes que permitem identificar eventuais oportunidades de melhoria, aprimorar o conhecimento sobre as necessidades e as aspirações dos consumidores, colaboradores e parceiros comerciais. Além disso, servem também para validar os produtos, os serviços oferecidos e as práticas de gestão. Portanto, representam instrumentos que contribuem para um maior engajamento e a aproximação da empresa com os diferentes públicos estratégicos de relacionamento.

O Índice de Satisfação do Cliente (ISC) é definido a partir dos resultados obtidos por meio de uma escala com quatro intervalos — de “insatisfeito” a “muito satisfeito” —, apresentada aos entrevistados. Estes, por sua vez, são selecionados com base em critérios estatísticos, de modo a garantir a representatividade das amostras de campo.

Para ser classificada na categoria “bom fornecedor” pelo ISC, a companhia deve alcançar um percentual mínimo de 80% na escala de satisfação. Sempre que o índice se situa abaixo desse patamar, os analistas da pesquisa entram em campo para checar quaisquer eventuais inconformidades. Por vezes, os resultados determinam a adoção de ações corretivas e/ou preventivas, visando aprimorar os processos operacionais.

Os resultados de 2013 mostram que todos os segmentos pesquisados mantêm índices de satisfação acima de 80%, exceto as revendas, que, ainda assim, tiveram um desempenho melhor que o registrado em 2012. A categoria segue abaixo do patamar de referência (80%), entre outros fatores, pelo fato de a pesquisa também incluir questões sobre critérios comerciais, por exemplo, quanto ao “aspecto visual da embalagem”.

A realização das pesquisas está a cargo das Unidades de Apoio ao Cliente (UAC), além dos serviços telefônicos 0800, sendo aplicadas com base na norma ABNT 5426.

### GRI PR5 – PRÁTICAS RELACIONADAS À SATISFAÇÃO DE CLIENTES

Pesquisas de satisfação*	Índice de Satisfação – ISC (%)		
	2011	2012	2013
Assistência técnica (empresarial)	90,1	93,0	94,2
Clientes ativos (empresarial)	90,1	95,7	95,1
Novos clientes (empresarial)	90,1	96,1	96,7
Revendas (domiciliar)	50,7	47,1	56,6
Consumidor final (domiciliar)	87,8	90,8	84,7

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



Além da pesquisa de satisfação, a Ultragaz realizou, em 2013, uma pesquisa de mercado com dados quantitativos e qualitativos sobre hábitos e atitudes dos consumidores brasileiros de Gás LP. A iniciativa, alinhada ao projeto VIS10N e conduzida pela área de Marketing, trouxe informações valiosas sobre comportamento e expectativas dos clientes empresariais, domiciliares e também dos revendedores, com o objetivo de nortear as ações mercadológicas futuras da companhia. A pesquisa foi realizada pelo Instituto Gallup em 18 cidades brasileiras de 8 estados e ouviu 2.583 consumidores do mercado domiciliar, 500 do canal empresarial e 247 revendas.

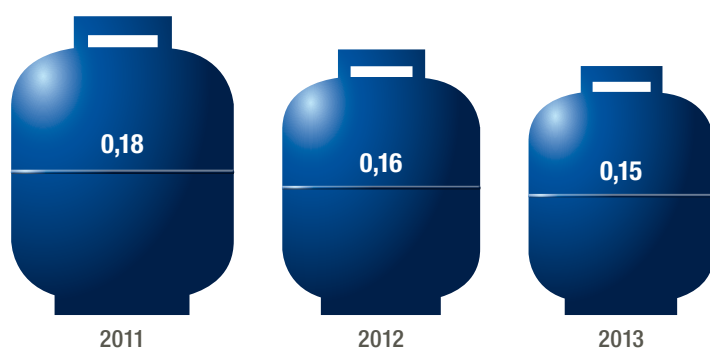
### Conformidade

A Ultragaz recebeu, em 2013, autuações no valor de R\$ 2 milhões, aplicadas pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), cifra que representa mais de 300% de aumento em relação a 2012. Esse crescimento significativo, no entanto, se deu em função do estabelecimento de uma força-tarefa na ANP para solucionar processos mais antigos ainda pendentes de julgamento — o que resultou na aplicação das respectivas multas. Por conta da organização desse trabalho, iniciado em 2012, o julgamento de processos relativos àquele ano também diminuiu, com a consequente redução na aplicação das multas, em 2012 — contribuindo, assim, para uma diferença ainda maior na relação comparativa de valores dos últimos dois anos.

No mesmo período, a companhia foi autuada em R\$ 621 mil por sanções promovidas pelo Inmetro, valor 56% inferior ao registrado no ano de 2012.

A maior parte das multas refere-se ao descumprimento de algum aspecto normativo ou regulatório, sendo que a maioria decorre de infrações observadas nas revendas — tendo em vista que, na Ultragaz, o índice de não conformidade de produtos vem decrescendo a cada ano, ficando em 0,15%, em 2013, na relação com a quantidade de botijões inspecionados. Embora a rede de revendas atue com base nas diretrizes corporativas e orientações operacionais da Ultragaz, as ocorrências são resultado do não atendimento a determinada norma ou exigência do órgão regulador, como, por exemplo, a comercialização de botijões sem a devida requalificação.

#### GRI PR2 – CASOS DE NÃO CONFORMIDADE E IMPACTOS CAUSADOS POR PRODUTOS E SERVIÇOS (%)\*



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

#### GRI PR9 – VALOR DE MULTAS (SIGNIFICATIVAS) POR NÃO CONFORMIDADE COM LEIS E REGULAMENTOS NO FORNECIMENTO E USO DE PRODUTOS E SERVIÇOS (EM R\$)

Categoria	2011	2012	2013	Variação (%) 2012/2013
ANP	1.256.422,20	648.914,48	2.010.844,08	309,87
Inmetro	615.762,49	1.103.190,13	621.843,47	-56,36

### Cultura e cidadania



A atuação da Ultragaz ultrapassa os limites do negócio e tem incorporado ao planejamento anual atividades socioeducativas e culturais, desenvolvidas com recursos próprios ou incentivados, que se destinam, sobretudo, às populações das comunidades localizadas ao redor das unidades operacionais da companhia, em todo o Brasil.

Os recursos investidos direta ou indiretamente pela empresa são crescentes, tendo alcançado R\$ 4,39 milhões, em 2013, valor 10% acima do contabilizado em 2012. No conjunto, os projetos sociais (incluindo doações) conduzidos pela Ultragaz abrangem 28.895.340 pessoas, ante 383.641 atendidas no ano anterior (quando não houve campanhas educativas desenvolvidas em parceria com o governo federal).

Além das ações culturais e educativas, as comunidades passaram a ter acesso a informações sobre a importância da conservação dos recursos naturais e de se manter bons hábitos de higiene e alimentação para assegurar saúde e bem-estar. Os projetos têm um desafio comum: despertar em cada pessoa a consciência de cidadania.

Projeto criado e mantido com exclusividade pela companhia, o **Ultragaz Cultural (Carreta Cinema)** conta com recursos previstos pela Lei Federal de Incentivo à Cultura, a chamada Lei Rouanet. As atividades acontecem em espaços públicos e de livre acesso (ruas, praças, largos), nas cidades visitadas.

Iniciado há 14 anos como **Ultragaz Cultural**, o mais antigo projetos sociocultural da companhia tinha inicialmente, como propósito, o incentivo à divulgação das expressões artísticas de diferentes regiões, de modo a valorizar a diversidade cultural do país. A programação incluía sessões gratuitas de cinema, de teatro e música, além de eventos educativos, como o incentivo à leitura entre crianças alfabetizadas, nas comunidades de baixa renda. Desde 2008, quando iniciou a exibição de filmes, a iniciativa, apoiada por escolas e instituições públicas, órgãos de governos municipais e ONGs, já contemplou cerca de 117.000 pessoas, que participaram de 1.300 sessões, em 22 estados brasileiros.

#### Parcerias socioambientais

Aprovados em 2012, a Ultragaz desenvolve três projetos sociais financiados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Destinados às comunidades de algumas regiões vizinhas de unidades da companhia, têm objetivos distintos, mas todos contribuem para a melhoria da qualidade de vida das populações.

Em 2013, o total investido pela Ultragaz (direta ou indiretamente) em projetos sociais alcançou R\$ 4,39 milhões, 10% a mais do que em 2012, impactando cerca de 29 milhões de pessoas.





O foco dos projetos e a definição das cidades a serem atendidas foram embasados nos resultados da *Pesquisa de Necessidades do Entorno das Bases de Produção Ultragaz*, encomendada em 2010 pela companhia a um instituto independente. E resultaram nos programas detalhados a seguir.

As **Campanhas Educativas** — projeto que vem sendo desenvolvido pela empresa, desde 2008, em parceria com o governo federal por meio do Ministério da Saúde — têm por objetivo divulgar informações preventivas de utilidade pública. Com a participação dos revendedores de Gás LP, em 2013 foram distribuídos panfletos à população, com orientações sobre os cuidados com a saúde, em três campanhas nacionais — “Combate à Dengue”, “Saúde do Homem” e “Hepatites B e C — sem perceber, você pode ter”.

O trabalho envolve colaboradores da Ultragaz que, apoiados nas orientações pelos funcionários do Ministério, replicam os conhecimentos sobre os temas focados aos revendedores da rede credenciada da companhia, às equipes de vendas e aos clientes.

Com o apoio de funcionários e revendedores, o projeto **Desenvolvimento de Cooperativas de Materiais Recicláveis** busca incentivar a preservação ambiental, melhorando a infraestrutura e a capacitação dos colaboradores desses estabelecimentos, em regiões próximas às unidades da Ultragaz. Até junho de 2014, a iniciativa contemplará seis cooperativas, localizadas nas cidades de Brumadinho (MG), Goiânia (GO), Rio de Janeiro (RJ), Ribeirão Pires (SP), Camaçari (BA) e Aracaju (SE).







O terceiro projeto apoiado pelo BNDES, **Nossa Escola é Dez**, tem pela frente o desafio de melhorar a qualidade do ensino infantil em escolas públicas de Ipojuca (PE). A iniciativa, organizada em parceria com a Prefeitura Municipal e a Secretaria de Educação, encontra-se atualmente em fase de desenvolvimento, implantação e capacitação dos coordenadores pedagógicos, para o estabelecimento de uma nova política de educação infantil para o município.

Ao mesmo tempo, quatro escolas rurais de Ipojuca (PE) estão sendo reformadas. As obras deverão estar concluídas até março de 2014.

### Iniciativas patrocinadas

A Ultragaz também apoia as atividades de projetos de ação social, com investimentos específicos de patrocínio. Uma das iniciativas contempladas é o **Junior Achievement**, organização internacional com quase um século de atuação em 120 países, inclusive o Brasil, onde está presente em todos os estados e no Distrito Federal.

O trabalho desenvolvido pela instituição visa facilitar a entrada de jovens de baixa renda no mercado de trabalho, depois de serem capacitados por meio de programas práticos, conduzidos pelos funcionários voluntários das empresas apoiadoras. Em 2013, a Ultragaz destinou R\$ 300 mil ao programa, assegurando a participação de 294.472 estudantes de escolas públicas de 12 estados, com o apoio voluntário de 114 colaboradores da empresa.

O **Pluga Cuca**, projeto de inclusão digital criado por educadores da ONG Pedra Bruta, é outra iniciativa patrocinada pela Ultragaz. Em 2013, a empresa fez um aporte de R\$ 50,8 mil em apoio às atividades de ensino, cuja metodologia utiliza a internet como principal ferramenta para o aprendizado autoinstrutivo dos usuários.



Com a prática da monitoria *online*, o principal objetivo é a exposição, sempre no ambiente *web*, de aulas de reforço escolar, cujo conteúdo pode ser acessado pelos alunos em diferentes lugares — em casa, na própria escola, em ONGs, nos centros comunitários, nas *lan-houses* ou quaisquer outros que disponibilizem um computador.

O Instituto Avisa Lá, com o programa *Pátio Além do Lanche*, adota o método da formação continuada de educadores e demais profissionais da área de Ensino Infantil na região de Mauá/SP. Desde 1986, a ONG tem contribuído para qualificar a prática pedagógica das redes públicas de educação de crianças, sendo que, a partir de 2002, também passou a atuar nas séries iniciais do Ensino Fundamental, desenvolvendo atividades nas áreas de leitura, escrita e matemática.

A Ultragaz aportou R\$ 72 mil, em 2013, destinados à capacitação de 4.201 pessoas, entre alunos e educadores. E iniciou contato com as Secretarias de Educação de Aracaju/SE e Caucaia/CE para levar para esses municípios, em 2014, o projeto *Formar em Rede*, também do Instituto Avisa Lá.



## Desempenho Social

A **Recriarte/CARE**, criada pela cooperativa de materiais recicláveis CARE, de Aracaju (SE), também atua com foco na inclusão social. O programa é direcionado às crianças e aos adolescentes do bairro Santa Maria, que antes sobreviviam como catadores de lixo, sem contar com qualquer apoio de outros projetos sociais. O patrocínio da Ultragaz começou em 2011 (R\$ 42 mil, abrangendo 120 crianças, filhas dos cooperados). No ano seguinte, foram destinados R\$ 53,1 mil, que contemplaram 260 crianças; em 2013, o aporte em benefício do projeto foi de R\$ 50,8 mil, com 260 atendimentos.

Por sua vez, a ONG **Ação Comunitária**, com sede na capital paulista, promove atividades destinadas a crianças e jovens adolescentes moradores de regiões pobres, com uma realidade de alta vulnerabilidade social, da zona sul da cidade. Por meio de





repasso do Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (Fumcad), a Ultragaz contribuiu com um aporte de R\$ 150 mil, em 2013, quando o projeto atendeu um total de 3.996 pessoas, beneficiadas pelos recursos provenientes da renúncia fiscal do Imposto de Renda (IR), a principal fonte de arrecadação do fundo social.

O trabalho desenvolvido pela **Associação Santo Agostinho (ASA)**, voltado à profissionalização de jovens e adultos em cursos certificados pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), também tem recebido o apoio da Ultragaz, que, em 2013, destinou R\$ 58,1 mil. O projeto *Pão de Casa*, que oferece formação profissional gratuita nas áreas de panificação e de confeitaria, está entre as atividades patrocinadas.

### Projetos regionais

Embora em menor escala, os mercados regionais da Ultragaz também desenvolvem e apoiam projetos nas comunidades de seu entorno. No Ceará, o **Aprender para Crescer**, em parceria com o Lions Club de Caucaia, oferece cursos gratuitos de informática a jovens carentes do município, visando à inclusão digital e ao atendimento das necessidades do mercado de trabalho local. Em 2012, 30 alunos haviam sido capacitados, número elevado para 45, distribuídos em seis turmas, em 2013. O investimento foi de cerca de R\$ 8.500,00.

Já em Sergipe, a base da Ultragaz na capital é parceira da **Casa das Domésticas**, que oferece cursos profissionalizantes, atendimento jurídico, creche e escola para os filhos das 1.200 empregadas domésticas cadastradas na instituição. Além disso, funcionários da Ultragaz promovem palestras mensais sobre o manuseio seguro do gás de cozinha. Em 2013, a companhia também investiu R\$ 50.000,00 na reforma da cozinha comunitária, entregue em setembro. E, em parceria com a Universidade de Tiradentes (UNIT) de Aracaju, ofereceu treinamento em culinária para 80 domésticas.

#### INVESTIMENTOS POR PROJETOS SOCIAIS DESENVOLVIDOS EM 2013

Projetos	Fonte dos recursos	Valor investido (R\$)
Pega Pilhas, Baterias e Celulares*	Ultragaz	73.908,00
Associação Santo Agostinho (ASA)	Ultragaz	58.080,00
Instituto Avisa Lá	Ultragaz	72.000,00
Reciarte/CARE	Ultragaz	50.820,00
Ultragaz Cultural	Lei Rouanet	1.166.000,00
Junior Achievement	Ultragaz	300.000,00
ONG Pedra Bruta	Ultragaz	50.820,00
Ação Comunitária	Fumcad	150.000,00
Nossa Escola é 10	Ultragaz	505.000,00
Projeto Desenvolvimento de Cooperativas de Materiais Recicláveis	Ultragaz	587.852,50
Campanhas Educativas	Ultragaz	287.378,50
Outras doações	Ultragaz	1.090.420,60
<b>Total</b>		<b>4.392.279,60</b>

\*Leia sobre este programa no capítulo Desempenho Ambiental.

### Avaliação de impacto dos projetos sociais

Em 2013, a Ultragaz contratou os serviços de um instituto de pesquisa para avaliar o grau de satisfação de representantes das comunidades atendidas pelos projetos sociais que apoia e patrocina. As informações consolidadas no relatório final têm servido para orientar a estratégia da companhia em relação às iniciativas que precisam ser aprimoradas — e terão continuidade em 2014. Do mesmo modo, também indicam as que não apresentaram os efeitos esperados e que, por esse motivo, serão redesenhadas ou mesmo encerradas, com os recursos destinados a outros projetos.

## Desempenho Ambiental

GRI EN3, EN8, EN16, EN21, EN22 e EN29

Pacto Global



## Visão de futuro

AÇÕES INTEGRADAS  
PERMITEM AVANÇOS NA  
GESTÃO AMBIENTAL PARA O  
MONITORAMENTO DE IMPACTOS  
DAS OPERAÇÕES INDUSTRIAIS

As atividades desenvolvidas no âmbito do projeto de vistorias periódicas, adotado pela Ultragaz desde 2012, avançaram em 2013, mostrando resultados consistentes no monitoramento e na mitigação de impactos das operações para o meio ambiente. Com o objetivo de verificar o grau de aderência das bases produtivas às diretrizes de responsabilidade ambiental seguidas pela companhia, as ações de gestão operacional contemplam, prioritariamente, seis aspectos: efluentes; resíduos sólidos; requisitos legais; emissões atmosféricas; gerenciamento de produtos químicos; e gestão ambiental.

Em 2013, a empresa também realizou uma ampla checagem operacional nas 17 bases de produção, para verificar os procedimentos internos, de acordo com os requisitos legais e adotados por iniciativa própria, visando obter a certificação ISO 14001. A partir de uma visão geral das bases produtivas, a estratégia consiste em buscar oportunidades de melhoria, com o objetivo de incorporar as melhores práticas ambientais.

### Balanço de emissões

No saldo do ano, as emissões de gases de efeito estufa (GEE) relacionadas às viagens aéreas totalizaram 1.226 tCO<sub>2</sub>e (toneladas de carbono equivalente), situando-se 12,4% acima do volume de 1.078 tCO<sub>2</sub>e registrado em 2012.

Em contrapartida, medidas vêm sendo tomadas no sentido de mitigar as ocorrências de GEE, como o uso de dez novas salas de videoconferência, cuja instalação foi concluída em 2013. A iniciativa irá facilitar o contato dos diversos interlocutores, minimizando a necessidade do transporte aéreo — um dos grandes responsáveis pelas emissões atmosféricas.

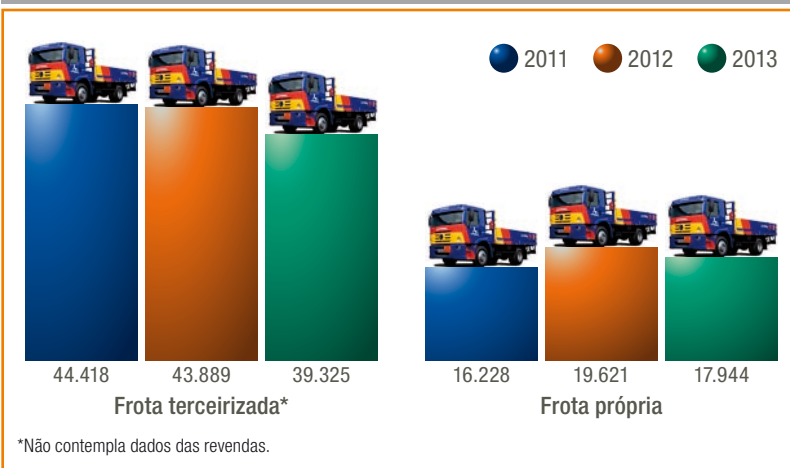
### Frota renovada



Outra medida favorável à queda das emissões de GEE, entre 2012 e 2013, se deve à continuidade do processo de modernização da frota de veículos da empresa, além da maior racionalidade na definição dos itinerários de entrega de Gás LP, em todo o país.

Desde 2010, quando a Ultragaz iniciou a substituição de veículos da frota operacional — incluindo caminhões — por modelos mais novos, com motores mais eficientes, houve redução de 10% nas emissões de gases poluentes e de efeito estufa. Até o final de 2013, 250 veículos da frota domiciliar e outros 151 da empresarial

### GRI EN29 – IMPACTOS AMBIENTAIS SIGNIFICATIVOS DO TRANSPORTE DE PRODUTOS E OUTROS BENS MATERIAIS UTILIZADOS NAS OPERAÇÕES, INCLUSIVE TRANSPORTE DE PESSOAL (EMISSIONES ULTRAGAZ EM tCO<sub>2</sub>e/ANO)



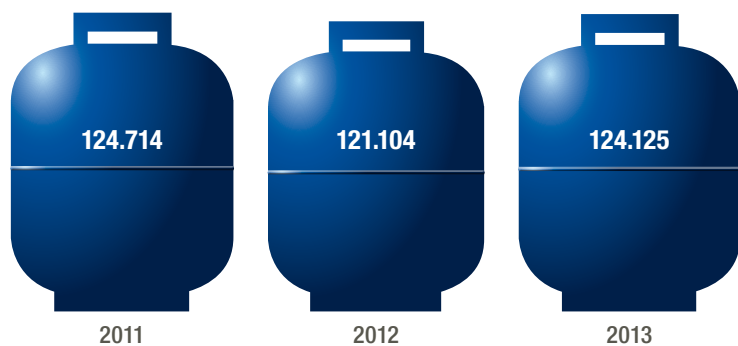


havam sido trocados. Hoje, a empresa possui 581 veículos pesados, 70% (401) com menos de cinco anos.

### Inventário ampliado

Os resultados do primeiro Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), concluído em 2010, passaram a orientar as ações estratégicas da Ultragaz, na busca pela redução consistente das emissões atmosféricas, em decorrência das atividades de transporte e de distribuição de Gás LP. O levantamento mostra que cerca de 47% delas têm origem no transporte rodoviário, alcançando um patamar próximo de 97% se computadas as revendas, em que ocorrem totalmente durante a etapa de distribuição do produto; os outros 3% do total das emissões resultam do processo produtivo.


#### GRI EN16 – EMISSÕES TOTAIS DIRETAS E INDIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA, POR PESO (EM tCO<sub>2</sub>e)



Como desdobramento da auditoria do Inventário de Emissões de GEE 2012, a metodologia foi aprimorada em 2013. Com isso, a partir das recomendações do plano de ação, novas fontes de emissões foram incorporadas à contabilização geral. No período, a produção de Gás LP também aumentou em torno de 1%, exigindo o uso de mais recursos naturais, o que também elevou o volume de gases emitidos na atmosfera.

Outros dois fatores que explicam esse quadro foram os aumentos de 16% no número de viagens aéreas, em 2013, e de 27% na participação dos revendedores no preenchimento das planilhas de emissão de GEE, refletindo no aumento da amostra das revendas e, por consequência, das emissões.

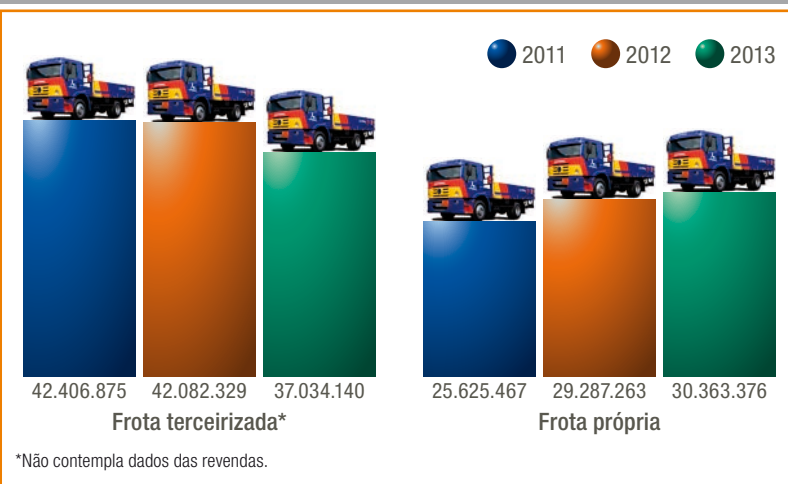
### Eficiência logística

 A Ultragaz também está empenhada em alcançar a eficiência logística, adotando processos que otimizem cada vez mais o total de viagens pelos veículos da frota, com a redução do consumo de combustível e da quilometragem percorrida durante as operações de distribuição de Gás LP, entre outros aspectos. Como forma de assegurar tais objetivos, a empresa estabeleceu duas frentes principais de atuação: o Projeto Monitoramento Remoto e o sistema Roadnet, que, combinados, têm contribuído para diminuir o prazo das entregas, com maior segurança e eficiência dos serviços.

O **Projeto Monitoramento Remoto** permite realizar a gestão racional de estoques, associada ao UltraSystem, que indica qual o momento mais adequado (ou necessário) para reabastecer a quantidade de Gás LP consumida pelos clientes corporativos. Já o sistema **Roadnet** consiste em uma ferramenta de gerenciamento das rotas de transporte, mostrando o melhor trajeto para a entrega do combustível aos clientes empresariais.

Como parte dos resultados de eficiência logística, em 2013, aproximadamente 5 milhões de quilômetros deixaram de ser percorridos pela frota de veículos terceirizada, na comparação com 2012 — o que corresponde a quase 126 voltas completas ao redor da Terra.

## DISTÂNCIAS PERCORRIDAS PELA FROTA DE VEÍCULOS (EM QUILOMETROS)



### Compensação de emissões

Integrando a iniciativa *Plantio para Compensação das Emissões de Gases de Efeito Estufa* (GEE), em 2013 foram compensadas as emissões resultantes de três projetos socioculturais executados pela companhia em 2012: *Ultraz Cultural (Carreta Cinema)*, *Museu Itinerante Ultraz* e *Um Piano pela Estrada* (estes dois últimos não aconteceram em 2013). Para tanto, foram plantadas 181 mudas de árvores, em parceria com a Iniciativa Verde, uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP). As emissões relativas ao Ultraz Cultural, em 2013, também já foram calculadas em 7,8 tCO<sub>2</sub>e. Para compensá-las, serão plantadas 50 novas árvores, em 2014.

A Ultraz já havia compensado, anteriormente, 82,52 toneladas de GEE, com o plantio de um lote de 522 árvores nativas da Mata Atlântica. Nesse caso, as emissões — medidas pela metodologia *GHG Protocol Initiative* — resultaram da queima de combustível pela carreta de cinema utilizada nas atividades do projeto, bem como pelo gerador de energia e pelo aparelho de ar-condicionado, no período de 2008 a 2011. Durante dois anos, a companhia responderá pela manutenção da área plantada, no município de Formosa do Oeste (PR), devendo monitorar as condições locais pelos próximos 30 anos.

Como reconhecimento das iniciativas de compensação das emissões de GEE pela OSCIP, a Ultraz recebeu da organização o selo de qualidade *Carbon Free*.

### Consumo de água

A Ultraz registrou aumento no consumo total de água, em 2013, para cerca de 209 mil m<sup>3</sup>, ante aos 207 mil m<sup>3</sup> de 2012, uma diferença de 2 mil m<sup>3</sup>, que resultou do aumento da produção no período. Os dados também refletem uma mudança inédita na captação do insumo pela empresa, que se elevou no caso de poços artesianos em relação às demais fontes de abastecimento (ver tabela EN8). A extração subterrânea, monitorada desde 2011, ganhou importância, em 2013, com o aumento de 14 mil m<sup>3</sup> sobre o ano anterior, respondendo por 41,6% do consumo total.

#### GRI EN8 – TOTAL DE ÁGUA RETIRADA POR FONTE (em m<sup>3</sup>)

	2011	2012	2013
Água subterrânea (poço artesiano)	102.504	72.567	86.769
Abastecimento da rede municipal (Concessionária)	121.498	113.990	111.390
Outras fontes (galão para consumo humano + caminhão-pipa)	1.218	20.409	10.503
<b>Total</b>	<b>225.220</b>	<b>206.966</b>	<b>208.663</b>

No entanto, as diferentes unidades da Ultragaz ainda têm, na rede pública, sua principal fonte de captação de água, responsável por mais da metade de todo o volume consumido. Com participação relativa menor, o abastecimento das unidades da empresa é complementado, ainda, por caminhões-pipa, nas localidades onde não há poços artesianos ou em que a demanda não é totalmente atendida pelo serviço público.

Contudo, a gestão de recursos hídricos segue com o propósito de incentivar ações que visam ao aproveitamento de água nas operações da companhia (tempo de recirculação) e medidas de tratamento, para que se tornem ainda mais eficientes.

A despeito do resultado anual, o consumo de água também foi favorecido por melhorias nos processos de reúso. Um dos alvos foram os testes hidrostáticos, uma obrigatoriedade legal, para a manutenção de tanques de armazenamento de Gás LP, as bases de produção satélite e as instalações de clientes corporativos. Em cada teste chegam a ser utilizados cerca de 120 m<sup>3</sup> de água por tanque, embora seja possível reutilizar o líquido até 12 vezes, observados os procedimentos técnicos específicos.

#### GRI EN21 – DESCARTE TOTAL DE ÁGUA, POR QUALIDADE E DESTINAÇÃO (em m<sup>3</sup>)

	2011	2012	2013
Descarte total de efluentes líquidos	16.736	13.345	10.227
Total de toneladas de produtos comercializados	1.625.210	1.681.092	1.696.260
Descarte de efluentes por tonelada de produto comercializado (m <sup>3</sup> por tonelada)	0,010	0,008	0,006

#### Descarte monitorado

O descarte de efluentes industriais concentra esforços na Ultragaz, sempre atenta às soluções viáveis que possam reduzir seus impactos operacionais ao meio ambiente. Com base na legislação em vigor, são realizadas análises químicas, antes da destinação de efluentes para as estações de tratamento (ETEs) — próprias ou de empresas parceiras. Além disso, a empresa tem conseguido reduzir o volume de descarte de efluentes líquidos, por conta das ações voltadas à economia de água (*ver tabela EN21*).

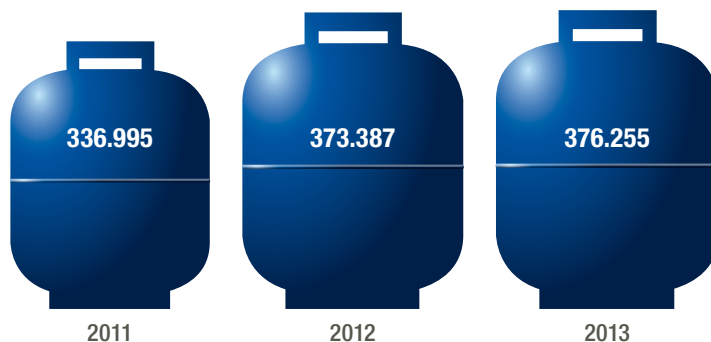
#### Programa Economize

Lançado em 2012, o Programa Economize tem como propósito conscientizar os colaboradores sobre a importância e a necessidade de se manter uma atitude cotidiana que priorize a economia no consumo dos recursos naturais, sobretudo água, papel e energia elétrica, tanto do ambiente de trabalho quanto doméstico.





### GRI EN3 – CONSUMO DE ENERGIA DIRETA, POR FONTE DE ENERGIA PRIMÁRIA (em gigajoules)



No decorrer de 2013, a divulgação das iniciativas foi ampliada, por meio dos diversos canais de comunicação corporativos — *folders*, *e-mail marketing*, comunicados na intranet e nos quadros de aviso. Embora ainda não estivessem estabelecidas metas corporativas para o programa, algumas filiais alcançaram resultados positivos. Isto contribuiu para evitar que o aumento global no consumo de recursos naturais pela empresa, no ano, fosse ainda maior, em função do aumento na produção verificado em 2013.

### Eficiência energética

A eficiência energética representa um dos principais aspectos da Política de Sustentabilidade Ultragaz, bem como uma grande meta a ser alcançada pelas ações de gestão ambiental da companhia, que se encontra em processo de expansão.

No período de 2011 a 2012, o aumento na produção também foi acompanhado pelo maior consumo de energia, que chegou a 373.387 gigajoules (GJ). O mesmo aconteceu em 2013, quando o consumo cresceu cerca de 3.000 GJ, somando 376.255 GJ.

O **Programa de Redução no Consumo de Energia**, instituído em 2011, tem como metas reduzir custos, melhorar os sistemas de controle e combater o desperdício. A partir do monitoramento informatizado, nas bases de produção, é possível verificar o consumo em tempo real, obtendo as informações necessárias para colocar em prática medidas que resultem na desejada eficiência energética dos equipamentos.





### Borra de tinta



Depois de iniciado o projeto-piloto, em julho de 2012, a Ultragaz avançou, ao longo de 2013, no reprocessamento da borra de tinta empregada na pintura dos botijões — uma das iniciativas do **Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos**. A escolha levou em conta as características do resíduo, classificado como perigoso (Classe I) pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), o que exige cuidados especiais desde o manuseio, internamente, até a disposição final, fora da companhia.

O projeto contemplou, inicialmente, três das 17 bases produtivas — nas cidades de Paulínia, Capuava e Barueri, no interior paulista. Em 2014, a iniciativa será estendida às unidades de Santos, São José dos Campos e Ribeirão Preto. Nas demais, o resíduo da borra de tinta ainda tem como destino o tradicional método da incineração.

Em 2013, o volume de borra reprocessada totalizou 21,5 toneladas, transformadas em cerca de 8,5 mil litros de tinta, ante 25 toneladas (10 mil litros) obtidas no ano anterior. Com o mesmo rendimento da tinta nova, o produto reaproveitado pode reduzir o custo final da operação em torno de 30%.

Na área de pintura de botijões, por meio do **Projeto Pintura**, desenvolvem-se outras iniciativas que igualmente visam diminuir o desperdício de material e o volume de resíduos. Entre as medidas adotadas estão a modernização das cabines de pintura, com linha e bomba individualizadas, a readequação dos procedimentos técnicos, o reposicionamento e a regulagem das pistolas (que pulverizam a tinta), além do treinamento dos operadores.

A Ultragaz já obteve uma economia de R\$ 1,5 milhão, como resultado do reprocessamento da borra de tinta utilizada na pintura dos botijões.



As melhorias na rotina do setor já resultaram em uma economia da ordem de R\$ 1,5 milhão, no período 2012/2013. Além disso, as ações têm contribuído para diminuir a emissão de compostos orgânicos voláteis (VOCs, na sigla em inglês), material em suspensão dentro das cabines de pintura.

### Lavagem de recipientes



As 17 bases de produção da Ultragaz são o alvo de um novo projeto, iniciado em 2013, na unidade de Capuava, com o objetivo de reduzir o volume de resíduos sólidos gerados no processo da lavagem de recipientes P-13 (botijão de 13 Kg, de uso doméstico).

A iniciativa consiste em um teste operacional do equipamento compacto (filtro prensa), com o uso do processo de filtragem, para reter os minúsculos particulados durante um tempo maior de reutilização da água de lavagem dos botijões.

Como resultado, obteve-se uma redução de oito para três tambores de um tipo de resíduo aquoso de difícil retenção nos processos de filtragem. A análise dos resíduos revelou que se trata de um material de Classe II, não perigoso, o que também reduz os custos de destinação, de acordo com testes realizados.

O novo sistema possibilita ganhos financeiros e ambientais, uma vez que reduz o consumo de água, que agora pode ser reutilizada por mais tempo. Além disso, como a produção de resíduo é menor, o custo da destinação (frete) também tende a ser menor.

### Nova etiquetagem



A Ultragaz passou a utilizar, em 2013, novas etiquetas biodegradáveis, desenvolvidas e testadas, durante 2012, em parceria com um fornecedor especializado. Trata-se de um item absolutamente indispensável aos botijões, que traz alguns dados sobre a empresa, além de orientações para o uso correto e seguro pelo consumidor final.

As antigas etiquetas, confeccionadas com plástico tradicional — cuja decomposição na natureza pode levar mais de um século, com fortes impactos ambientais —, ainda continuarão a ser recolhidas à base de produção, de onde são enviadas às empresas parceiras que fazem a reciclagem do material. Nas localidades em que esse tipo de destinação não é possível, as etiquetas recolhidas são incineradas.

### Coleta inteligente

O **Programa de Coleta Seletiva**, que começou a ser implantado pela Ultragaz em 2006, consolidando-se em 2010, contempla as áreas administrativas de escritórios da companhia, as 17 bases engarrafadoras, as 22 bases de estocagem e distribuição, além da rede de lojas próprias. Todas as atividades envolvidas no recolhimento e na destinação do material (papeléis, plásticos, vidros) passou a ser documentada pela empresa e seus parceiros comerciais, para uma eventual comprovação perante os órgãos de fiscalização ambiental das etapas de reciclagem.

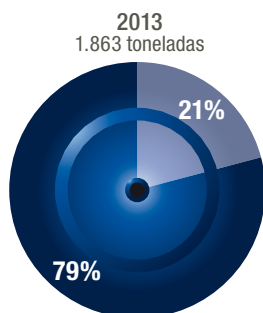
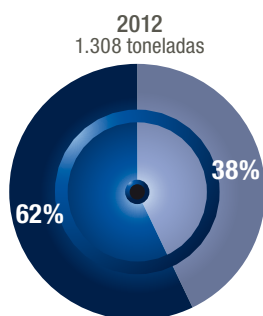
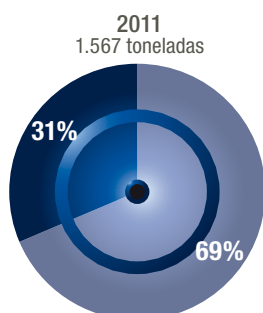
No caso dos botijões de aço, um dos principais itens comercializados pela empresa, o reaproveitamento pode ocorrer apenas uma vez. Com vida útil estimada em 15 anos, prorrogáveis por mais 10, um novo envasamento somente será permitido depois de submetidos ao processo de requalificação, uma das exigências da legislação. Vale ressaltar que, no ano de 2013, a Ultragaz investiu cerca de R\$ 40 milhões em requalificação de recipientes.

A Ultragaz também instituiu o **Programa Pega Pilhas, Baterias e Celulares** para recolher esses materiais descartados pelos colaboradores e clientes. A coleta é realizada por caminhões da companhia e nas revendas integradas à iniciativa. Atualmente, o serviço acontece em oito cidades: São Paulo, São Caetano do Sul, Barueri, Ribeirão Preto e Guarujá (SP), Betim (MG), Salvador e Feira de Santana (BA).

Com o programa, a Ultragaz tem contribuído para a destinação ambientalmente correta desses itens, encaminhados para reprocessamento ou reciclagem. No período de agosto de 2011 a dezembro de 2013, já foram recolhidas 2.656,8 toneladas de resíduos.

#### GRI EN22 – PESO TOTAL DE RESÍDUOS, POR TIPO E MÉTODO DE DISPOSIÇÃO

● Perigosos ● Não perigosos\*



\*Valores diferentes dos publicados em anos anteriores em função da revisão no cálculo do indicador, em 2012.



## Óleo reciclado em parceria com a Bunge

Em 2013, a empresa aderiu à campanha *Junte Óleo, Utragaz Coleta, Soja Recicla*, uma parceria do Instituto Triângulo e da Bunge Brasil, com o objetivo de evitar a contaminação ambiental pelo descarte inadequado de óleo comestível (pós-consumo).

A coleta do óleo usado é feita por caminhões da Utragaz e pelas revendas que também aderiram à iniciativa. Para divulgar a campanha, os veículos de entrega de Gás LP da frota da Utragaz receberam faixas adesivas com informações de utilidade pública; e os clientes, folhetos informativos e um funil plástico, utensílio que ajuda a armazenar o produto. Uma vez recolhido nos pontos de coleta, o insumo é transportado até a usina de reciclagem do Instituto Triângulo para ser transformado em sabão ecológico. A matéria-prima excedente é comercializada para usinas de biodiesel.

A população entrega o óleo usado em garrafas PET de dois litros — material plástico resistente, inquebrável e reciclável. Em troca, recebe duas barras de sabão biodegradável, fabricado com o óleo reciclado (principal matéria-prima). Isso incentiva a criação de uma rede de benefícios entre todos os envolvidos no projeto.

O projeto-piloto iniciou-se, em 2013, em Ourinhos e Ribeirão Preto, no interior paulista, e nas cidades de Fortaleza e Caucaia, na região metropolitana da capital cearense. A Utragaz avaliará os resultados, em meados do ano de 2014, para planejar a expansão das atividades. A iniciativa abre espaço para a destinação sustentável do óleo de cozinha pós-consumo, que, se não for descartado corretamente, pode acarretar o entupimento da rede de esgotos e contaminar rios, além da proliferação de baratas e ratos, atraídos por restos de alimentos presos na borra das tubulações.

## Revenda sustentável

Concluída em 2012, a primeira revenda sustentável da Utragaz tinha inauguração prevista para 2013. Entretanto, em função dos trâmites para a obtenção do certificado de autorização de operação da ANP, o início das atividades foi adiado para maio de 2014.

Situada em São Paulo, a nova loja utiliza Gás LP no aquecedor de passagem, tem mecanismos para captação de água de chuva e sistema de coleta seletiva de materiais. A plataforma de acondicionamento dos botijões é dotada de cobertura especial para evitar as altas temperaturas, as janelas possuem painéis para controlar a incidência da luz do sol (brise) e exaustor para facilitar a circulação do ar.

A revenda sustentável foi toda construída de acordo com os padrões e orientações da USGBC (US Green Building Council) e está em processo de certificação LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).





## Compromisso coletivo



A Ultragaz decidiu apoiar e tem contribuído para difundir o conjunto de dez princípios do **Pacto Global** desde 2009. Criada pelo ex-secretário geral, Kofi Annan, a iniciativa é liderada pela Organização das Nações Unidas (ONU) e vem mobilizando a comunidade empresarial, ao redor do mundo, para se engajar no desafio de incorporar aos negócios novas práticas de gestão, orientadas por valores fundamentais ligados aos direitos humanos, às relações de trabalho, ao meio ambiente e ao combate à corrupção.

A iniciativa conta com a participação de agências das Nações Unidas, empresas, sindicatos e organizações não governamentais, entre outros parceiros envolvidos na construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. Hoje, já são mais de 5,2 mil organizações signatárias, que se articulam por meio de 150 redes, em todo o mundo.

Na prática, o Pacto Global representa um movimento voluntário que oferece algumas diretrizes importantes para a promoção do crescimento sustentável e da cidadania, com a participação de lideranças corporativas comprometidas e inovadoras. Em 2013, a Ultragaz foi convidada a participar do grupo de Comunicação do Pacto Global, sendo representada por sua Gerência de Sustentabilidade.

Nesse contexto, a Ultragaz continua empenhada em disseminar boas práticas de saúde, segurança e respeito ao meio ambiente para os integrantes de sua cadeia de valor, desenvolvendo ações voltadas a fornecedores e demais parceiros de negócios, com o objetivo de assegurar a transparência nas relações comerciais. Uma das grandes preocupações refere-se ao combate do trabalho infantil e análogo ao escravo. Por esse motivo, a atenção foi redobrada no caso do monitoramento das atividades dos fornecedores “críticos”, ou seja, com maior potencial para protagonizar ocorrências contrárias às diretrizes de governança e aos valores corporativos da companhia.

Com base em aspectos que envolvem relações trabalhistas e de direitos humanos, a empresa também elegeu alguns temas relevantes e passou a exigir dos fornecedores documentos formais que comprovem práticas de combate à discriminação e de prevenção ao assédio moral; investimentos diretos em projetos sociais; análises de risco do negócio; e iniciativas de valorização da diversidade no ambiente de trabalho. Ao final do ano de 2013, 70% dos fornecedores críticos estavam formalmente comprometidos com a **Política de Sustentabilidade Ultragaz**.

Os mesmos temas também permearam as discussões do **II Encontro de Fornecedores de Materiais e Serviços Críticos**, no início de dezembro de 2013. Pelo segundo ano consecutivo, o evento reuniu mais de 40 parceiros estratégicos, que mais uma vez tiveram a oportunidade de se atualizar quanto às expectativas e às demandas futuras da companhia, no desenvolvimento do mercado e de novas oportunidades de negócio.

Ao final do encontro, os fornecedores receberam, a título de *feedback*, suas respectivas avaliações, consolidadas em 2013, e souberam quais foram considerados os melhores do ano. A lista dos eleitos foi elaborada a partir dos critérios de avaliação previstos pelo Índice de Qualidade de Fornecimento (IQF), gerenciado pela Ultragaz. O indicador insere-se no contexto do **Programa de Qualificação de Fornecedores**, instituído em 2010, e do **Projeto de Qualificação de Fornecedores Ultragaz**, iniciado há mais de uma década, que passou a monitorar aspectos como pontualidade na entrega e desempenho dos produtos oferecidos pelas empresas contratadas.

A companhia mantém ainda o **Programa de Qualificação das Revendas**, que cuida da padronização das revendas Ultragaz e também incentiva seus revendedores a realizar ações sociais e ambientais nas comunidades em que estão presentes e interação com os moradores.

COM O APOIO AOS PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL, A EMPRESA TAMBÉM PROCURA ENGAJAR OS PARCEIROS COMERCIAIS PARA MULTIPLICAR PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

## Ecos da Rio+20

A Ultragaz também foi signatária, em 2012, da carta-compromisso *Contribuição Empresarial para a Promoção da Economia Verde e Inclusiva*, que vem conquistando a adesão de dezenas de empresas desde as discussões ocorridas no Fórum de Sustentabilidade Corporativa, durante a Conferência Rio+20, em junho de 2012, no Rio de Janeiro. O megaevento foi a mais importante conferência multilateral da ONU, desde a Eco-92, totalmente focada na promoção do desenvolvimento sustentável.

O documento reflete um posicionamento coletivo de empresas e organizações signatárias do Pacto Global das Nações Unidas no Brasil, decididas a contribuir de maneira efetiva para superar os obstáculos em prol da sustentabilidade, debatidos por ocasião da Rio+20. Assim, os dez compromissos assumidos por todas as organizações que o subscrevem representam um ponto de partida para o planejamento organizado de ações empresariais estruturantes voltadas ao desenvolvimento sustentável.

Para ler o documento na íntegra, acesse: <http://www.pactoglobal.org.br/Artigo/73/Contribuicao-empresarial-para-a-promocao-da-economia-verde-e-inclusiva>

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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



Pacto Global  
Rede Brasileira



# Índice Remissivo GRI

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

## PERFIL PÁGINA

### ESTRATÉGIA E ANÁLISE

1.1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização sobre a sustentabilidade	4 e 6
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	4 e 6

### PERFIL ORGANIZACIONAL

2.1	Nome da organização	14
2.2	Principais serviços	14
2.3	Estrutura operacional	19
2.4	Localização e sede da organização	15
2.5	Países em operação	19
2.6	Tipo e natureza jurídica	20
2.7	Mercados atendidos	14
2.8	Porte da organização	20
2.9	Principais mudanças referentes a porte, estrutura ou participação acionária	22
2.10	Prêmios e reconhecimentos	31

### PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO

#### Perfil do relatório

3.1	Período coberto pelo relatório	10
3.2	Data do relatório anterior	10
3.3	Ciclo de emissão de relatórios	10
3.4	Dados para contato	68


#### Escopo e Limite do Relatório

3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório	11
3.6	Limite do relatório	12
3.7	Limitações de escopo e limite do relatório	12
3.8	Base para a elaboração do relatório	11
3.9	Técnicas de medição de dados e base de cálculos	11
3.10	Consequências de reformulações de informações	11
3.11	Mudanças significativas	12

#### Sumário de Conteúdo da GRI

3.12	Tabela que identifica a localização das informações	66 e 67
------	---	---------

## NÍVEL DE APLICAÇÃO GRI

	C	C+	B	B+	A	A+
Autodeclarado						
Examinado por terceiros						
Examinado pela GRI						

## GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO

4.1	Estrutura de governança da organização	24 e 25
4.2	Principais executivos	24 e 25
4.3	Conselheiros independentes	24 e 25
4.4	Canais de comunicação com o Conselho	27
4.6	Processos para evitar conflitos de interesse	26
4.8	Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos	8, 9 e 26
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas que a organização subscreve	64
4.13	Participação em associações e/ou organismos	20
4.14	Engajamento de <i>stakeholders</i> *	11 a 13
4.15	Base para identificação de <i>stakeholders</i>	13
4.16	Abordagens para engajamento de <i>stakeholders</i>	11 a 13
4.17	Principais temas e preocupações levantados por <i>stakeholders</i>	11 a 13

## INDICADORES DE DESEMPENHO

### Desempenho Econômico

EC2	Implicações financeiras, riscos e oportunidades advindos das mudanças climáticas	36
-----	--	----

### Desempenho Ambiental

EN3	Consumo de energia direta	60
EN8	Total de retirada de água	58
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	57
EN21 (parcial)	Descarte total de água, por qualidade e destinação	59
EN22	Peso total de resíduos	62
EN29	Impactos ambientais no transporte de produtos	56

### Desempenho Social – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

LA1 (parcial)	Total de trabalhadores por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	40
LA2	Número total e taxa de rotatividade – <i>turnover</i>	41

\*Partes interessadas ou públicos de interesse da empresa

LA3 (parcial)	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	40
LA4	Total de trabalhadores abrangidos por acordos de negociação coletiva	40
LA6	Empregados representados em comitês de saúde e segurança	47
LA7 (parcial)	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região	46
LA8	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco para empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves	45
LA10	Média de horas de treinamento	43
LA14	Proporção de salário base entre homens e mulheres	41

#### Desempenho Social – Direitos Humanos

HR2 (parcial)	Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e às medidas tomadas	64
HR6 (parcial)	Operações de risco de ocorrência de trabalho infantil	64

HR7 (parcial)	Operações de risco de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo	64
------------------	--	----

#### Desempenho Social – Sociedade

S01	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades	55
S03 (parcial)	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização	26 e 27
S04	Medidas tomadas em caso de corrupção	27

#### Desempenho Social – Responsabilidade pelo Produto

PR2 (parcial)	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante o ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado	49
PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação	48
PR9	Valor monetário de multas (significativas) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços	49



O **Relatório de Sustentabilidade Ultragaz 2013** foi produzido sob a coordenação da Diretoria de Operações (Plínio Laerte Braz) e Gerência de Sustentabilidade (Daniela Gentil, Heloisa Helena de Faria Torres e Cleide de França Santos), com a participação das seguintes áreas da empresa: Comercial (Domiciliar e Empresarial), Desenvolvimento Empresarial, Engenharia, Logística, Planejamento Financeiro, Qualidade, Produção, Marketing, Recursos Humanos, Relações Institucionais e Ouvidoria, Saúde, Segurança e Meio Ambiente, Relações com Investidores e Comunicação Institucional do Grupo Ultra. **Concepção, consultoria e texto:** Ideia Sustentável. **Projeto gráfico:** Cesar Mangiacavalli. **Fotos:** Pisco Del Gaiso, Mari Vaccaro, Silvia Zamboni, Marco Antonio Sá e Banco de Imagens Ultragaz. Solicitações de informações adicionais, sugestões ou comentários, envie e-mail para [sustentabilidade@ultragaz.com.br](mailto:sustentabilidade@ultragaz.com.br).





*E quer fazer sempre mais*



 *especialista no que faz*

Cia. Ultragaz S/A.  
Av. Brigadeiro Luis Antônio, 1.343, Bela Vista  
01317-910, São Paulo, SP  
Informações: [sustentabilidade@ultragaz.com.br](mailto:sustentabilidade@ultragaz.com.br)  
[www.ultragaz.com.br](http://www.ultragaz.com.br)