





SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
Mensagem do presidente	7
PERFIL	10
Modelo de negócios	16
Parcerias para inovar	18
Estratégia de sustentabilidade	20
GOVERNANÇA	24
Governança corporativa	25
Ética e integridade	27
Privacidade de dados	32
Gestão de riscos	34
GESTÃO AMBIENTAL	36
Mudança climática	37
Ecoeficiência	42
Proteção do solo e da água	46
VALOR COMPARTILHADO	48
Proximidade da rede e dos consumidores	49
Incentivo à mobilidade urbana	56
A cadeia de fornecimento	57
Comunidades do entorno	60
GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS	64
Relações de trabalho	65
Diversidade	70
Saúde e segurança	72
RESULTADOS 2020	74
CRÉDITOS	78



INTRODUÇÃO

SOBRE ESTE RELATÓRIO

GRI 102-50, 102-54

Como parte do seu compromisso com o avanço da agenda da sustentabilidade, a Ipiranga lança seu primeiro Relatório Integrado, que destaca suas principais iniciativas tanto de negócio como de gestão ambiental, social e de governança (ASG). O documento segue as principais práticas de relato, buscando oferecer uma comunicação objetiva e uma visão holística da organização, as práticas de gestão da sua operação e da sua cadeia de valor, além dos principais impactos e desafios.

O relatório foi preparado em conformidade com as normas Global Reporting Initiative (GRI), opção Essencial, e incorporou elementos de Relato Integrado conforme definidos pelo International Integrated Reporting Council (IIRC). O conteúdo da publicação se orienta, ainda, pelos 13 temas materiais definidos após consulta aos públicos com os quais a organização se relaciona (*leia mais na pág. 22*), pela Política de Sustentabilidade e pelas diretrizes do Grupo Ultra. O escopo geral dos indicadores considera todas as unidades próprias da Ipiranga, excluindo a ICONIC: Operações Ipiranga de combustíveis, lojas AmPm, unidades Jet Oil, Mercado Empresarial, Tropical Transportes e Pró-Frotas. Exceções são sinalizadas junto com o indicador específico.



MATERIALIDADE

Para definir os principais temas críticos do seu negócio, tanto sob a ótica da empresa como a partir do olhar dos públicos de interesse, a Ipiranga concluiu um estudo de materialidade em 2020. O processo contou com a consulta a mais de nove diferentes grupos de *stakeholders* internos e externos, análise de documentos setoriais e estratégicos da companhia. **GRI 102-40, 102-42**

PARA LER O RELATÓRIO

Os conteúdos GRI são apresentados com a marcação do indicador correspondente. Uma seção complementa informações GRI e está disponível no site da Ipiranga <https://portal.ipiranga>

Confira nas páginas 22 e 23, a relação entre os temas materiais e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), indicando como a Ipiranga espera contribuir com a Agenda 2030 da ONU.

A materialidade integrou um processo mais amplo, de construção da estratégia de sustentabilidade da Ipiranga, que adotou uma metodologia de avaliação da maturidade da companhia em cada um dos temas, classificados em uma régua evolutiva. A abordagem considerou ainda uma análise de diferentes *players* de mercado sobre os principais temas de impacto.

Esse processo definiu 13 temas materiais que, além de orientar a produção deste Relatório Integrado, estão sendo incorporados à gestão da companhia, com governança, equipes responsáveis e plano de ação definidos para que a empresa possa continuamente avançar sua gestão (*leia mais na pág. 22*).

MENSAGEM DO PRESIDENTE

TODOS ABASTECIDOS

GRI 102-14

O ano de 2020 foi intenso. Precisamos nos adaptar a uma nova realidade, ter humildade para saber que não tínhamos todas as respostas e nos abrir para descobertas. Em primeiro lugar, quero reconhecer a dedicação dos nossos colaboradores, incansáveis para manter em operação os serviços essenciais que prestamos à sociedade. O mesmo empenho da nossa rede de revendedores e franqueados permitiu que chegássemos a 2021 mais fortes e melhor preparados para o futuro.

Nossa prioridade foi cuidar das pessoas, protegendo nossos times, trabalhadores terceiros e funcionários dos nossos clientes, apoiar nossos revendedores e franqueados, além do sistema de saúde. Logo no início da quarentena, em março, lançamos pacotes de auxílio financeiro para revendedores, franqueados e transportadores, oferecendo suporte e adaptando a relação comercial. E nos engajamos no apoio ao sistema público de saúde e à sociedade, com ações para profissionais de saúde e caminhoneiros, entre outras.



A pandemia impactou nosso desempenho econômico, assim como dos demais setores. A receita líquida foi R\$ 66,1 bilhões, 12% abaixo de 2019, impactada principalmente pela queda no volume de combustíveis do ciclo Otto (veículos leves), enquanto o diesel se mostrou mais resiliente, associado ao transporte de mercadorias e ao agronegócio.

Nosso compromisso com a eficiência e a consistência da nossa estratégia, porém, ajudaram a compor parte desse resultado.

Aceleramos a digitalização de processos internos e do relacionamento com clientes e consumidores finais. O projeto A Jornada do Revendedor, iniciado em 2019 e fortalecido em 2020, foi decisivo para nos guiar nas escolhas estratégicas de nossa rede de revendedores. Lançamos uma nova proposta de valor para franquias AmPm e Jet Oil apoiados no relacionamento mais próximo com clientes. No segmento empresarial, reforçamos nosso posicionamento de oferecer eficiência à logística de grandes clientes com serviços de gestão do consumo de combustíveis. A partir do varejo de conveniência, vemos novas oportunidades de diversificação e promoção de uma experiência digital avançada com a plataforma Km de Vantagens e seus 34 milhões de usuários, e o app abastece aí, que se tornou uma iniciativa independente para expandir seu potencial como meio de pagamento e carteira digital.

“RECONHEÇO A DEDICAÇÃO DOS NOSSOS COLABORADORES, INCANSÁVEIS PARA MANTER A OPERAÇÃO E A ESSENCIAL CONTRIBUIÇÃO DO NOSSO NEGÓCIO NO ABASTECIMENTO DO PAÍS. O MESMO EMPENHO ENCONTRAMOS EM NOSSOS PARCEIROS DE NEGÓCIO”

Esse cenário se deu em um momento de transformação significativa da Ipiranga e do setor de *downstream* (que inclui refino e distribuição de combustíveis), com a abertura do segmento de refino após anúncio de desinvestimentos da Petrobras. Estamos avaliando essa janela de oportunidades de investimentos da cadeia, que pode trazer

ainda mais eficiência aos nossos negócios e a nossos clientes e consumidores. E pode, também, ampliar sinergias com os demais negócios do Ultra.

O ano de 2020 marcou ainda o início efetivo do RenovaBio e das metas de compra de CBios (Créditos de Descarbonização por Biocombustíveis), uma política pública para impulsionar a produção combustíveis renováveis. A estratégia é fundamental para o futuro do país, que aproveita a vocação do agronegócio e a tecnologia já desenvolvida para se tornar competitivo na transição da matriz energética.

Somos signatários do Pacto Global desde 2013 e nos mantemos atentos para capturar tendências e os desafios da sociedade e do futuro

Assim como fomos pioneiros na instalação de carregadores elétricos, que devem se expandir conforme demanda da frota elétrica, nossa expectativa também é acompanhar a diversidade de novas tecnologias e fontes de energia para propulsão automotiva que vão surgir nas próximas décadas.

Outros marcos importantes desse ano foram o lançamento da nossa Política de Sustentabilidade e a definição dos temas materiais que darão prioridade a nossas ações estratégicas. Como signatários do Pacto Global desde 2013, nos mantemos atentos para capturar tendências e desafios da sociedade e do futuro.

Essa ambição integra o nosso propósito de inspirar a sociedade a evoluir e buscar novos caminhos. Questionamos a todo o momento como podemos oferecer mais conveniência às pessoas a partir da nossa paixão, com produtos e serviços que apoiem a mobilidade e facilitem suas jornadas diárias.

Por tudo isso, este ano de 2021 nos reserva uma agenda desafiante. Voltar a crescer, de forma mais rentável e sustentável. Vamos olhar para as novas formas de consumo, para a inovação tecnológica, para a inclusão e o desenvolvimento profissional e pessoal do nosso time. Esse é o legado que queremos deixar para a sociedade.

Convido você a conhecer o nosso primeiro Relatório Integrado Ipiranga, que será anualmente publicado, com o detalhamento dos nossos resultados e ações, reforçando nossa transparência.

Boa leitura!

Marcelo Araujo
Presidente da Ipiranga



PERFIL

NESTE CAPÍTULO

Modelo de negócios	16
Parcerias para inovar	18
Estratégia de sustentabilidade	20

CADA VEZ MAIS COMPLETO E DIGITAL

GRI 102-2, 102-4, 102-6, 102-7

Oferecer conveniência em produtos e serviços que ajudem a jornada diária das pessoas é o que move a Ipiranga há mais de 80 anos. Em 2019, a empresa conseguiu traduzir essa missão com o propósito de inspirar a sociedade a evoluir, com a sua paixão por facilitar a vida e a mobilidade das pessoas.

O ecossistema Ipiranga conta com 7.107 postos que oferecem de combustíveis e lubrificantes a alimentos e bebidas. A empresa é líder no segmento de lojas de conveniência, com mais de 1.800 franquias AmPm, possui produtos de marca própria e tem a maior rede de padarias do país, a Padaria AmPm, com aproximadamente 800 unidades. Ainda conta com uma rede de serviços automotivos, o Jet Oil, com cerca de 1.200 unidades e uma linha diversificada de lubrificantes.

A Ipiranga atua como um relevante fornecedor de combustíveis e de gestão de abastecimento para grandes indústrias nacionais, em diferentes segmentos de Mercado Empresarial, com mais de 5 mil clientes B2B. A força da sua marca também é expressa pelo maior programa de fidelidade do Brasil, o Km de Vantagens, com mais de 34 milhões de participantes.

A empresa tem 3.355 colaboradores, número que considera todos os negócios do segmento de combustíveis do Ultra, e gera outros 50 mil empregos indiretos por meio das revendas e franquias. Possui infraestrutura competitiva, com 85 bases e *pools*, pontos intermediários que conectam o combustível vindo das refinarias às bombas dos postos em todo o país.

Mantém, ainda, participação acionária na ConectCar (empresa de meios de pagamento eletrônico em pedágio e estacionamentos) e na Transportadora Sulbrasileira



PERGUNTA LÁ
Com uma rede exclusiva e presença em todos os estados brasileiros, a Ipiranga é uma das maiores distribuidoras de combustível do Brasil

de Gás, em que detém 25% de participação no gasoduto Transportadora Sulbrasileira de Gás. A Ipiranga é controladora da ICONIC uma *joint venture* com a Chevron que é líder no mercado brasileiro de lubrificantes.

PRÓ-FROTAS: GESTÃO DIGITAL

A Ipiranga é a principal parceira da Pró-frotas, a *startup* que oferece a primeira solução 100% digital de gestão de abastecimento. Ela vem evoluindo para se tornar um novo negócio de serviços para o mercado empresarial.

SEGMENTOS DE NEGÓCIO GRI 102-2

Postos de combustíveis: revendedores

Conveniência pra você e seu veículo: franquias AmPm e Jet Oil



Oferta de eficiência à logística brasileira: clientes do mercado empresarial

Maior Programa de Fidelidade do Brasil: Km de Vantagens e o abastece aí, pioneiro meio de pagamento digital do setor



KM DE VANTAGENS: O PIONEIRO EM FIDELIDADE NO SETOR

Com mais de uma década de atuação e maior programa de fidelidade do país, o Km de Vantagens tem seu valor reconhecido por mais de 34 milhões de usuários. É o maior programa de fidelidade do Brasil. Em 2020, por conta da pandemia e das restrições à mobilidade de muitos brasileiros, a validade dos pontos acumulados foi estendida. O KmV Caminhoneiro também viabilizou mais de 1 milhão de refeições a caminhoneiros, que foram trocadas por pontos do programa na rede Ipiranga.

ABASTECE AÍ COM MAIS BENEFÍCIOS

Desenvolvido pela a Ipiranga como aplicativo para pagamento digital nos postos e lojas da rede, o abastece aí evoluiu para se tornar uma carteira digital, em 2020, levando mais benefícios, vantagens e *cashback* para as pessoas.

Em julho de 2020, o Grupo Ultra anunciou a mudança de gestão do negócio, que adquiriu auto-

AUTONOMIA E FOCO PARA
ACELERAR CRESCIMENTO
E APROVEITAR NOVAS
OPORTUNIDADES EM
PRODUTOS FINANCEIROS

As bases e *pools* são pontos intermediários que conectam o combustível vindo das refinarias às bombas dos postos em todo o país.¹

BASES PRÓPRIAS ■
 ESCRITÓRIOS ▲
 POOL ●

1. Em nove municípios, a Ipiranga mantém também gestão de cessões de espaço em terceiros.

nomia em relação à Ipiranga, com foco e os recursos necessários para estruturar seu crescimento e aproveitar novas oportunidades em produtos financeiros. A Ipiranga se mantém como a principal parceira do abastece aí, que pode ser utilizado para pagamento de abastecimento, troca de óleo e compras nas lojas AmPm, acúmulo de pontos Km de Vantagens e *cashback*.

Criado em 2016, o aplicativo é ainda mais demandado na pandemia, por conta da facilidade de uso e por não precisar de contato físico e manipulação de dinheiro ou cartão. Em 2020, registrou 2 milhões de *downloads*.

Saiba +
abasteceai.com.br

PRODUTOS DA MARCA IPIRANGA GRI 102-2

Gasolina Original Ipiranga – marcador químico exclusivo para aferir a qualidade do produto.

DT Clean – gasolina aditivada com economia superior a 4%* no consumo de combustível.

Octapro – gasolina com 103 octanas, ideal para veículos de alta performance.

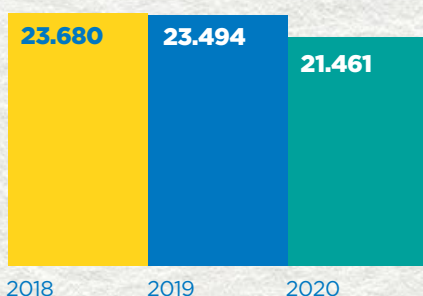
RendMax – diesel S10 Aditivado de última geração e economia de combustível superior a 3%*.

Lubrificantes – linha completa para segmento automotivo.

*Mais informações no site portal.ipiranga

DESTAQUES DO ANO

Venda de combustíveis (mil m³)



OPERAÇÕES

7.107
postos em
todo o país

1.804
lojas AmPm,
sendo 55 de
gestão própria

85
bases e *pools* em
todos os estados
brasileiros

4
Centros de
Distribuição AmPm

MERCADO EMPRESARIAL

Ipiranga Faz, toda a expertise em um serviço de operação e gestão do abastecimento de frotas comerciais

HUB TURBO

O Hub de Inovação da Ipiranga, que conecta empreendedores à companhia

12 startups contratadas

Lançamento da Política de Sustentabilidade, alinhada aos princípios do Pacto Global e aos ODS

Parceria para a construção e operação de usinas solares: piloto vai abastecer 300 Postos Ipiranga em RS, SP, PR, RJ e CE

Principais reconhecimentos 2020

Reconhecimento	Ranking	Entidade
O Melhor de São Paulo	1°	Jornal <i>Folha de S.Paulo</i>
Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente	1°	Grupo Padrão
Ranking Marcas +	1°	Jornal <i>O Estado de S.Paulo</i>
25 Marcas Brasileiras Mais Valiosas	13ª	Interbrand
50 Marcas mais Valiosas do Brasil	18°	Revista <i>Exame</i>
Ranking Valor de Inovação	132°	Jornal <i>Valor Econômico</i>
Profissionais do Ano, concedido à Agência Talent Marcel pela campanha Só Tem Lá	1°	Rede Globo
Prêmio Whow de Inovação	1°	Grupo Padrão
A Marca dos Cariocas	1°	Jornal <i>O Globo</i>
Melhores Serviços	1°	Jornal <i>O Estado de S.Paulo</i>
Prêmio Ouro na categoria Gestão de Terceirizados do Prêmio Proteção Brasil	1°	Revista <i>Proteção</i>

JUNTOS CONTRA A COVID-19

HERÓIS ABASTECIDOS

10% DE DESCONTO EM COMBUSTÍVEL PARA PROFISSIONAIS DE SAÚDE
+ de 300 mil transações

APOIO AOS SISTEMAS DE SAÚDE DO PAÍS

Auxílio à construção de hospital de campanha no Rio de Janeiro (RJ), com 200 leitos. Iniciativa com IBP, frente empresarial e Rede D'OR

Parceria para construção de hospital em Porto Alegre (RS). Erguido em tempo recorde, ficará como legado à população.

TRANSPORTADORES

ANTECIPAÇÃO DE PRAZOS DE PAGAMENTOS A MAIS DA METADE DAS TRANSPORTADORAS

CUIDADO COM AS PESSOAS

- 90% dos funcionários administrativos em *home office*
- Vacinação H1N1 para todos os funcionários e familiares
- Protocolos de saúde no ambiente de trabalho
- Canais exclusivos de apoio psicossocial a funcionários e familiares e para dúvidas e orientações sobre Covid-19
- Testes em massa de funcionários em municípios com maior criticidade
- Protocolos médicos e treinamentos no plano de retorno aos escritórios
- Condições de deslocamento seguro para os funcionários que precisaram trabalhar presencialmente

ATENÇÃO A REVENDEDORES E FRANQUEADOS

Suspensão de cláusulas de performance

Redução de custos do Plano de Marketing 2020, parcelamentos de custos

Antecipação de créditos de operações do abastece aí

Cartilhas de ações de contingências trabalhistas para orientar sobre as medidas provisórias

CAMINHONEIROS ABASTECIDOS

+ de 1,2 milhão de refeições resgatadas

PROGRAMA SAÚDE NA ESTRADA:

- 55 mil atendimentos em saúde
- 55 mil kits de higiene distribuídos
- 20 mil vacinas de H1N1 em rodovias de SP
- 4.900 testes rápidos de Covid-19

***Se Cuida Aí.
E Se Precisar,
Pergunta Lá.***

MODELO DE NEGÓCIOS

PROPÓSITO

Inspirar a sociedade a evoluir, com nossa paixão por facilitar a vida e a mobilidade das pessoas

RECURSOS INPUTS



OPERAÇÕES

85 bases e *pools*
Volume de vendas: 21.461 mil m³

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO



7.107 revendedores de combustíveis
1.804 lojas AmPm, 4 CDs AmPm e cerca de 1.200 unidades Jet Oil
Mercado empresarial
Km de Vantagens: 34 milhões de clientes



CAPITAL INTELECTUAL

P&D
Hub Turbo como plataforma de relacionamento com *startups*



CAPITAL FINANCEIRO

Patrimônio Líquido que viabiliza seus investimentos e crescimento futuro
Solidez financeira da *holding* *Ultrapar*, empresa aberta na B3 (São Paulo) e NYSE (Nova Iorque), e controladora de 100% de participação na *Ipiranga*



CAPITAL HUMANO

3.355 colaboradores*
50 mil VIPs - funcionários dos parceiros de negócios, frentistas, gerentes, franqueados e outros administradores



CAPITAL NATURAL

Consumo de água e energia

* Considera todos os negócios do segmento de combustíveis do Grupo Ultra.

TENDÊNCIAS CONTEXTO EXTERNO



CRESCIMENTO POPULACIONAL



TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA



DIGITALIZAÇÃO E CONSUMO CONSCIENTE

COMO A IPIRANGA AGREGA VALOR



GESTÃO DO RELACIONAMENTO
com consumidores, revendas e franquias



GESTÃO DA MARCA
Investimentos em marketing, reputação da marca



INOVAÇÃO
lançamento de produtos e serviços diferenciados



GOVERNANÇA
zela pelo mercado, práticas concorrenciais e qualidade dos produtos



DIGITALIZAÇÃO
meios de pagamento, relacionamento



EXCELÊNCIA OPERACIONAL

O QUE A IPIRANGA ENTREGA OUTPUTS E OUTCOMES

PARA A CADEIA DE VALOR



Contribui com a empregabilidade: 3.355 empregos* diretos e 50 mil indiretos (postos de combustíveis, AmPm e Jet Oil)



Conveniência para as pessoas e seus veículos



Proximidade por meio da presença em todo o território nacional



Eficiência logística para 5 mil clientes B2B



Retorno aos acionistas



Confiança e reputação de marca



Contribui para a diversificação da matriz energética a partir da distribuição de diferentes combustíveis e auxilia na expansão de pontos de recarga para veículos elétricos



Gera impactos relacionados ao consumo de combustível de origem fóssil

PRODUTOS E SERVIÇOS DE QUALIDADE



PARCERIAS PARA INOVAR

Pioneira em programas de fidelidade e meios de pagamentos digitais e no lançamento do primeiro programa de compensação de carbono do setor de distribuição, a Ipiranga busca reforçar seu DNA de inovação dentro do contexto de transformação dos setores de combustíveis e conveniência. Para evoluir seus negócios e soluções, a empresa lançou o Turbo em 2019, o Hub de Inovação e Novos Negócios que fomenta essa cultura internamente e reforça no mercado o posicionamento da empresa como marca inovadora.

Em 2020, o Turbo alcançou mais de 1.500 acessos a capacitações em métodos ágeis e pílulas de conhecimento, os Turbo Insights. Nos Turbo Talks, profissionais de referência apresentaram temas atuais e inspiradores, como antifragilidade, que também foram vistos mais de 1.500 vezes.

Para o público externo, o *hub* se relaciona por site e perfil do LinkedIn, divulgando as iniciativas de inovação da Ipiranga e sendo canal aberto a empreendedores, acadêmicos e a sociedade em geral.



RECONHECIMENTO

A Ipiranga foi incluída no ranking geral do Prêmio Valor de Inovação 2020 e foi a vencedora do Prêmio Whow! de Inovação 2020, em Distribuição de Combustíveis



<https://www.linkedin.com/company/turbo-ipuranga/>

Dentro do conceito de inovação aberta, o Turbo mapeou mais de 1.300 *startups* em temas de interesse, como mobilidade, energia, varejo, logística e eficiência operacional. Mais de 30 projetos de inovação foram desenvolvidos em 2020, entre contratações, parcerias e PoCs (provas de conceito). Ainda firmou parcerias com *players* como a Endeavor e a Liga Ventures e patrocinou grandes eventos, como o Silicon Valley Conference, da StartSe, e o Liga Summit, da Liga Ventures.

Como reconhecimento, a Ipiranga foi incluída pela primeira vez no ranking geral do Prêmio Valor de Inovação 2020, e foi a vencedora do Prêmio Whow! de Inovação 2020, no segmento de Distribuição de Combustíveis.

PARA SER REFERÊNCIA EM CIÊNCIA DE DADOS

O uso de tecnologias, ferramentas de *analytics* e o investimento em formação de profissionais rendem melhorias em processo permitindo automatizar análises estratégicas para a tomada de decisão e agilizar a avaliação.

Para promover a troca de conhecimento, a companhia realizou o III Data Meetup em 2020, em parceria com o Data Bootcamp, reunindo a comunidade de ciência de dados, profissionais e pessoas interessadas no tema. Os eventos contaram com a participação do Magazine Luiza, Ifood, OLX, Suzano e M4U.

A 1ª Semana de Ciência de Dados da Ipiranga, aberta a todos os colaboradores, buscou disseminar conhecimento, democratizar a cultura de dados e oferecer aos líderes da Ipiranga ferramentas para tomar melhores decisões a partir dos dados.

APOIOS E PARTICIPAÇÕES

Muitas organizações compõem o eixo de relações da Ipiranga, contribuindo para manter um olhar atento e ampliado sobre tendências, demandas e oportunidades.

- Associação Brasileira das Empresas Distribuidoras de Gás Canalizado (ABEGÁS)
- Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)
- Associação Brasileira de Downstream (ABD)
- Associação Brasileira de Franchising (ABF)
- Associação Brasileira dos Terminais Portuários (ABTP)
- Confederação Nacional da Indústria (CNI)
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)
- Fundação Getulio Vargas Energia (FGV Energia)
- Grupo de Líderes Empresariais – Rio de Janeiro (LIDE-RJ)
- Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (ETCO)
- Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP)
- Instituto Combustível Legal (ICL)
- Instituto de Estudos Empresariais (IEE)
- Rede Brasil do Pacto Global

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

Em busca de respostas para os desafios do negócio e para aqueles aspectos em que pode influenciar positivamente a sociedade, a Ipiranga deu início à jornada de construção da sua estratégia de sustentabilidade e de definição dos temas que serão focos da sua atuação nos próximos anos.

SUA ABRANGÊNCIA OFERECE À IPIRANGA OPORTUNIDADE ÚNICA PARA ATUAR COM A SOCIEDADE

O planejamento em sustentabilidade definiu 13 temas-chave, que estão sendo incorporados à gestão da companhia, com governança, equipes responsáveis e plano de ação definidos

Muito além da oferta de combustível de qualidade, a rede de relações da Ipiranga envolve a presença em todos os estados do Brasil, a proximidade com milhões de consumidores e a participação na cadeia de grandes empresas para mover a produção industrial do país. Essa abrangência oferece à Ipiranga uma oportunidade única para atuar com a sociedade no enfrentamento de questões como a transição energética e a promoção da diversidade e da inclusão social. Esses são dois dos temas para o futuro da cadeia de abastecimento previstos no Planejamento Estratégico 2025 do negócio, que incluiu a agenda da sustentabilidade como um de seus principais direcionadores. A nova estratégia e a política estão alinhadas às diretrizes do Ultra.



CONTRIBUIÇÃO AOS DESAFIOS GLOBAIS GRI 102-12

A Ipiranga mapeou as ações já realizadas e definiu as prioridades para 2020-2025. Há desafios importantes para o futuro do negócio, incluindo questões como a transição energética e a economia de baixo carbono, além de mudanças no perfil de consumo. A Ipiranga entende que há desafios e oportunidades para avançar no desenvolvimento de soluções. No fim de 2020, a empresa se juntou aos grupos de trabalho da *holding* e demais negócios para a definição de metas para 2030.

A Política de Sustentabilidade é um documento público, disponível no site¹ da Ipiranga, e suas diretrizes estão alinhadas a:

Signatária do Pacto Global desde 2013

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

ISO 26000

Princípios orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU

1. A política está disponível no portal Ipiranga: <https://portal.ipiranga/wps/portal/ipiranga/aempresa/sustentabilidade>

GOVERNANÇA DOS TEMAS MATERIAIS

De caráter técnico e formado por especialistas, coordenadores e gerentes, o grupo multidisciplinar se reúne mensalmente para debater e acompanhar os desafios. Como preparação para a tarefa, os participantes realizaram treinamento que aprofundou aspectos como geração de valor e gestão da mudança. À Diretoria de Pessoas e Sustentabilidade, cabe o relato do *status* dos planos de ação à Diretoria Executiva da Ipiranga. A disseminação da estratégia contou com dois eventos para o público interno, um deles específico para a liderança, com mais de 100 gestores.

PILAR: GOVERNANÇA

Ética e integridade

Compromisso com a promoção de ambiente de negócios regido pela conformidade e transparência nas relações comerciais; sensibilizar funcionários e terceiros sobre práticas anticompetitivas, suborno e favorecimentos ilícitos.



27-31

Privacidade de dados

Garantir a privacidade dos dados dos clientes mediante implementação de políticas e procedimentos internos de segurança da informação.



32-33

PILAR: PESSOAS E DESENVOLVIMENTO

Relações de trabalho

Promover iniciativas para o desenvolvimento do capital humano na organização e na cadeia de valor; assegurar bons níveis de atração e de retenção de talentos.



65-69

Diversidade e inclusão

Alavancar a diversidade como diferencial para inovação e oportunidade de inclusão social.



70-71

Saúde e segurança

Fortalecer a cultura de segurança na cadeia de valor; atuar preventivamente para redução de acidentes; impulsionar o trânsito seguro com iniciativas de conscientização sobre direção defensiva e legislação de trânsito.



72-73

PILAR: VALOR COMPARTILHADO

Proximidade com rede e consumidores

Garantir níveis de excelência na jornada dos revendedores, franqueados, clientes e consumidores.

-

49-55

Mobilidade urbana

Preparar a Ipiranga para a transformação em mobilidade; oferecer produtos e serviços que facilitam a vida das pessoas durante seus deslocamentos nas cidades e estradas.



56

Consumo consciente

Oferecer produtos e serviços alinhados às expectativas do consumidor consciente com impactos positivos ou que reduzam significativamente os impactos negativos no meio ambiente, para a saúde e a sociedade.



O tema é novo na estratégia da Ipiranga, que está aprofundando seu conhecimento e definirá sua abordagem.

Temas materiais/ Diretrizes estratégicas GRI 102-47	ODS	Saiba mais nas págs.
<p>Cadeia de fornecimento Assegurar as práticas trabalhistas, ambientais, éticas e de saúde e segurança na contratação de fornecedores; garantir a proteção aos direitos humanos, em especial, relacionada à violência sexual contra crianças e adolescentes e ao trabalho análogo ao escravo.</p>		57-59
<p>Relacionamento com o entorno Promover o impacto socioambiental positivo nas regiões de atuação da Ipiranga; pautar-se por programa corporativo de relacionamento comunitário, de investimento social privado e apoio voluntário que promovam o desenvolvimento local.</p>		60-63
PILAR: GESTÃO AMBIENTAL		
<p>Mudança climática Ser uma empresa competitiva em uma economia de baixo carbono, considerando que o aquecimento global implicará uma mudança estrutural de longo prazo nos sistemas de energia e substituição gradual de fontes de energia de origem fóssil por fontes renováveis.</p>		37-41
<p>Contaminação dos solos e da água Assegurar nível de excelência na gestão de riscos ambientais, minimizando danos causados aos recursos hídricos, solo e biodiversidade.</p>		46-47
<p>Ecoeficiência Ser referência em ecoeficiência na cadeia de valor; uso eficiente dos recursos e materiais em processos internos e na contratação de bens e serviços, incentivando práticas de redução no consumo e reúso de água, eficiência energética, reciclagem e destinação adequada.</p>		42-45



GOVERNANÇA

NESTE CAPÍTULO

Ética e integridade	27
Privacidade de dados	32
Gestão de riscos	34

GOVERNANÇA CORPORATIVA

GRI 102-1, 102-3, 102-5, 102-18

A Ipiranga Produtos de Petróleo S.A. tem sede administrativa no Rio de Janeiro (RJ) e integra a estrutura e as práticas de governança corporativa do Grupo Ultra. A *holding* tem capital aberto na B3 (Brasil, Bolsa, Balcão), de São Paulo, em que faz parte do segmento do Novo Mercado, e na NYSE (Bolsa de Valores de Nova Iorque).

É reconhecida pelo alinhamento entre os controladores e os acionistas minoritários, que têm direito a 100% de *tag along*¹, há mais de 20 anos.

O presidente da Ipiranga compõe a Diretoria Executiva do Ultra, por sua vez, subordinada ao Conselho de Administração da *holding*. Formado por 11 conselheiros, sendo seis independentes, o conselho define a estratégia de longo prazo, determina a alocação de capital e avalia o desempenho dos administradores da Ipiranga. Sua composição foi renovada em 2021, e combina um mix de competências e experiências alinhadas à diversidade de negócios e à estratégia.

Para assegurar a qualidade da supervisão e do acompanhamento de suas atividades e resultados, cada empresa do Ultra conta com um

1. Mecanismo previsto na Lei das Sociedades Anônimas que garante, no caso de mudança no controle da companhia, que o acionista minoritário receba 100% do valor por ação pago durante o processo de venda.



BOAS PRÁTICAS
A Ipiranga é vinculada ao Ultra, companhia aberta na B3, no segmento do Novo Mercado, de níveis mais elevados de governança

conselho consultivo. Na Ipiranga, esse grupo é formado pelo Presidente e pelo Diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Ultrapar, pelo Presidente da Ipiranga e por especialistas externos, que se reúnem mensalmente para refletir sobre a execução estratégica, com análise detalhada de resultados, operações, pessoas, estratégia e investimentos.

Cabe à Diretoria Ipiranga orientar a execução do planejamento estratégico e acompanhar a gestão operacional e financeira dos negócios e as questões ambientais, sociais e de governança (ASG).

LEIA +
sobre a governança
no Relatório
Integrado Ultra 2020
<https://ri.ultra.com.br>

O PRESIDENTE DA IPIRANGA COMPÕE A DIRETORIA EXECUTIVA DO ULTRA, POR SUA VEZ, SUBORDINADA AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Diretoria Executiva¹

Marcelo Araujo	Presidente
Bárbara Miranda	Diretora de Marketing e Desenvolvimento de Negócios
Francisco Ganzer	Diretor de Operações
Guido Rogerio Macedo Silveira Filho	Diretor Jurídico e de Relações Institucionais
John Suzuki	Diretor de Planejamento e Controle
José Vianna Sampaio Neto	Diretor Mercado Empresarial
Luciana Domagala	Diretora de Pessoas e Sustentabilidade
Leonardo Linden	Vice-presidente Comercial
Marcello Farrel	Diretor AmPm
Miguel Lacerda	Diretor Rede Ipiranga

1. Composição da diretoria em 2021.

Conselho consultivo

Frederico Curado
Eduardo de Almeida Salles Terra
Leocadio de Almeida Antunes Filho
Marcelo Araujo
Rodrigo Pizzinatto
Secretário: John Suzuki

ÉTICA E INTEGRIDADE

GRI 102-16, 102-18, 103-1, 103-2, 103-3



A Ipiranga adota as práticas de integridade do Grupo Ultra, comprometida com a promoção de um ambiente de negócios ético e franco com todos os *stakeholders*, a transparência nas relações comerciais e em linha com as mais estritas normas de conformidade. O Grupo Ultra possui um Programa de Ética e Compliance supervisionado pelo Comitê de Conduta, que contém diretrizes aprovadas pelo Conselho de Administração e disseminadas por meio do Código de Ética. Também há políticas corporativas para temas como anticorrupção e relacionamento com agentes públicos (aplicável também aos agentes privados) e práticas concorrenciais e de conflito de interesses.

Uma gerência própria é responsável pela execução do Programa de Ética e Compliance na Ipiranga e também atua nos pilares de riscos, controles e auditoria interna. Essa área ministra e gerencia treinamentos, estabelece o plano de comunicação, realiza as pesquisas reputacionais do negócio, faz a gestão de normativos, apura denúncias e implementa o programa de privacidade de dados.



CAPACITAÇÕES SOBRE PRÁTICAS ANTICORRUPÇÃO E O CÓDIGO DE ÉTICA ENVOLVEM PARCEIROS DE NEGÓCIO

PROGRAMA DE ÉTICA E COMPLIANCE

2020 GRI 103-1, 103-2, 103-3

A agenda do programa é definida anualmente. Em 2020, a digitalização de diversas frentes do programa avançou. No pilar de comunicação e treinamento, foram reforçadas as diretrizes do Código de Ética e os conceitos ligados a práticas anticorrupção e concorrenciais. Nesses dois temas, as capacitações e campanhas de sensibilização se estendem aos revendedores da Ipiranga, responsáveis pelo contato direto com os clientes finais. A avaliação de risco de corrupção envolve práticas antiéticas e ilegais, abrangendo toda a empresa. A matriz de controles anticorrupção é revisada periodicamente. **GRI 205-1**

A Ipiranga possui um processo de *background check* (pesquisas reputacionais) de clientes revendedores, fornecedores e beneficiários de doação e patrocínio para mitigar os riscos nesses relacionamentos. Em 2020, foram realizadas mais de 2.500 pesquisas, para apoiar a contratação de fornecedores, prestadores de serviços e parceiros de negócios, além do monitoramento contínuo sobre eventuais transações com partes relacionadas.

Os contratos possuem cláusula anticorrupção obrigatória. A cada dois anos, a empresa passa por uma avaliação do diagnóstico de *compliance*, que avalia a maturidade dessa cultura no ne-

gócio, a mais recente realizada em 2020. Entre as ações previstas para 2021, estão a atualização da Política de Conflito de Interesses e o início da revisão do Código de Ética e da Política Corporativa Anticorrupção, além de treinamentos para a liderança e terceiros, com foco em postos revendedores e fornecedores críticos.

TREINAMENTOS

A Ipiranga promove treinamentos obrigatórios para todos os funcionários e complementares para públicos específicos. Desde 2018, a empresa treina seus revendedores em *compliance* concorrencial, por um mercado mais saudável de livre concorrência e de combate ao cartel.

O número de treinamentos cresceu em 2020 com o uso de ferramentas virtuais, alcançando mais de 1.300 postos Ipiranga em encontros on-line. Periodicamente, são enviados a 100% dos funcionários pílulas de conhecimento e ações de reforço ao tema por meio das plataformas de comunicação. Todos eles foram comunicados sobre procedimentos anticorrupção. **GRI 205-2**

CANAL ABERTO

O Canal Aberto Ultra recebe consultas sobre as diretrizes de ética e integridade e notificações sobre eventuais desvios ao Código de Ética e às políticas corporativas. Gerenciado por uma empresa externa independente, o canal é disponibilizado aos colaboradores e *stakeholders* externos e tem garantia de anonimato e não retaliação. Os relatos são encaminhados à Diretoria de Riscos, Compliance e Auditoria, responsável pelas tratativas, com o suporte do Comitê de Conduta.

Em 2020, o canal recebeu um número expressivo de relatos, consequência dos questionamentos sobre as adaptações realizadas para manter as operações do Grupo Ultra durante a pandemia. Não houve nenhum caso de corrupção confirmado. **GRI 205-3**

CANAL ABERTO ULTRA

Na web:

www.canalabertoultra.com.br

Por telefone:

0800 701 71 72



TRANSPARÊNCIA

A Ipiranga mantém em seu site as principais políticas corporativas, entre elas, as de Sustentabilidade; Segurança, Meio Ambiente e Mudanças Climáticas; Incentivo Social Privado; e a Cartilha de Sustentabilidade para Fornecedores. O Código de Ética e a Política Anticorrupção também estão publicados.

COMBATE AO MERCADO IRREGULAR **GRI 102-13**

Para promover um ambiente de mercado ético e competitivo e que seja seguro para o consumidor final, a Ipiranga e seus pares atuam em um esforço conjunto para apoiar o combate ao comércio ilegal de combustíveis. Irregularidades como sonegação de impostos, adulteração de combustíveis ou fraudes volumétricas (adulteração da bomba e do volume de abastecimento) geram prejuízos a toda a cadeia: revendedores e distribuidoras perdem receita, o governo deixa de arrecadar impostos e essas práticas ainda podem gerar danos à saúde e à segurança dos consumidores por ter acesso a um combustível de baixa qualidade, que emite mais poluentes e ainda pode prejudicar o veículo que o utiliza.

A pandemia tornou esse ambiente mais desafiador por conta das limitações impostas aos órgãos de fiscalização. Segundo levantamento do Instituto Combustível Legal (ICL), o número de fraudes cresceu 5% entre março e setembro. O ICL é uma iniciativa setorial criada há cinco anos – se tornou instituto em 2020 – que visa apoiar as ações do poder público no combate às irregularidades, reunindo os principais distribuidores do país. Entre as ações, realiza visitas a postos para verificar irregularidades, que são denunciadas às autoridades competentes. Segundo o ICL, foram feitas mais de 2.300 visitas em 2020, com índice de não conformidade de 24%, que resultaram em mais de 2 mil denúncias, apoiando a retirada de 70 milhões de litros de combustível irregular do mercado.

Em 2020, a Ipiranga e as demais empresas associadas investiram mais de R\$ 1 milhão cada uma



para financiar as ações do instituto, como comunicação, conscientização e apoio às ações de fiscalização dos órgãos públicos.

COMBUSTÍVEL 100%

Para valorizar e garantir a qualidade dos seus produtos, a Ipiranga mantém o programa Combustível 100%, destinado a acompanhar os serviços prestados em diversas etapas da sua cadeia, assegurando a procedência, a conformidade e a qualidade dos combustíveis que carregam a marca da Ipiranga.

MAIS DE

R\$ 1 milhão

investido no combate ao mercado irregular

Em 2020, veículos equipados com laboratórios móveis realizaram 12.663 visitas, retornando mais de uma vez a postos com suspeita de práticas inadequadas, alcançando 88% das revendas. Mais de 50 mil amostras coletadas e 205 mil análises de procedência e conformidade em diferentes etapas da cadeia chegaram a um índice de conformidade de 96,7%. Se constatadas irregularidades, o revendedor está sujeito a penalidades que vão de multas à suspensão dos contratos de serviços.

Além dos postos, a verificação também é feita nas bases, assegurando a cobertura de toda a cadeia: recebimento, armazenamento, comercialização e uso. Um novo regulamento reforçou o fluxo de notificações e as penalidades em caso de infrações.

Para oferecer mais segurança aos consumidores na hora de abastecer, os postos que atendem às especificações recebem o Selo da Qualidade, sinalizando que a unidade passou por testes e teve seus padrões assegurados em conformidade com os critérios da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) e requisitos da Ipiranga.

O programa conta ainda com treinamentos para funcionários dos postos (VIPs) e comunicação constante com a rede revendedora.



PRIVACIDADE DE DADOS

GRI 103-1 – 103-2 – 103-3

Em setembro de 2020, entrou em vigor no Brasil a Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) –, que cria regras a respeito do tratamento de informações pessoais por parte de empresas e outros agentes. Entre as definições da nova legislação estão as hipóteses nas quais os dados pessoais podem ser tratados, as obrigações e diretrizes a serem seguidas pelos agentes de tratamento e os direitos dos titulares dessas informações pessoais.



Considerando as relações diretas e indiretas com titulares de dados pessoais e negócios cada vez mais digitais, a Ipiranga instituiu um grupo multidisciplinar em 2019, que possui interações diretas com a área corporativa do Ultra, para estudar o tema e adequar a empresa à LGPD. O processo incluiu mapeamento dos fluxos de tratamento de dados pessoais, análise de riscos e identificação dos pontos de atenção. Planos de ação foram desenhados para fazer ajustes contratuais ou sistêmicos, planos de comunicação e capacitação interna, elaboração ou revisão de políticas e procedimentos, assim como adequação de aspectos relacionados à segurança da informação. A Política de Privacidade do site da Ipiranga também



Foram realizados treinamentos e ações de conscientização dos colaboradores sobre privacidade e proteção de dados, entre outros temas

foi adequada aos requisitos da LGPD, e foram realizados treinamentos e ações de conscientização dos colaboradores. Para reforçar os aspectos de governança, está em estruturação o Escritório de Privacidade da empresa.

NOVA POLÍTICA

Além de já dispor da Política de Segurança da Informação, o Conselho de Administração do Grupo Ultra aprovou a Política Corporativa de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais, válida também para a Ipiranga. Ela estrutura o Programa de Privacidade de modo semelhante ao de Compliance, incluindo o Comitê de Proteção de Dados Pessoais, vinculado à Diretoria. Seguindo as exigências da LGPD, também foi designado um encarregado pelo tratamento dos dados pessoais, responsável por garantir o cumprimento das regras de privacidade e proteção de dados pessoais, em conjunto com as áreas de TI, Jurídica e de Compliance da *holding* e dos negócios.

GESTÃO DE RISCOS

GRI 102-11

A Matriz Sistêmica de Riscos é agrupada em seis famílias (veja na página ao lado) que perpassam todos os negócios do Ultra, com olhar interdependente e avaliações dinâmicas, mantendo o radar atento às transformações do ambiente de negócios e a resposta rápida sempre que novos tópicos com potencial de impacto são identificados. Em 2020, foram realizadas duas revisões no mapa de riscos, uma delas motivada pela pandemia. Os gestores se debruçaram sobre os

OLHAR SISTÊMICO

Famílias de risco

- **Estratégicos**
- **Financeiros**
- **Cibernéticos**
- **Operacionais**
- **de Compliance**
- **de Capital humano**

Temas

- **Política, economia e regulação**
- **Estratégia e alocação de capital**
- **Ambiente concorrencial**
- **Sustentabilidade**
- **Capital humano**
- **Segurança operacional**
- **Supply chain**
- **Relacionamento com clientes**
- **Segurança de dados**
- **Práticas ilegais ou antiéticas**
- **Finanças corporativas**

riscos para entender quais atividades poderiam ser mais impactadas dentro do cenário de crise sanitária e econômica e deveriam ter seus planos de ação atualizados.

A identificação e o monitoramento dos riscos são feitos pela Diretoria de Riscos, Compliance e Auditoria do Ultra, responsável por discutir os cenários de forma independente, quantificá-los em termos de impacto e vulnerabilidade, e elaborar os planos de mitigação.

RISCOS RELACIONADOS AO CLIMA GRI 201-2

Em um claro exemplo sobre o caráter sistêmico da gestão de riscos da companhia, os desafios relacionados à transição energética estão refletidos nos temas Sustentabilidade, Política, Economia e Regulação e Ambiente Concorrencial.

A partir de um estudo de riscos climáticos, realizado em 2017, a empresa aprofundou o conhecimento

Agenda setorial GRI 102-13

Além da atuação no Instituto Combustível Legal (ICL) em busca de uma cadeia de combustíveis justa e íntegra, a Ipiranga faz parte do Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP). A organização promove a competitividade da indústria e participa ativamente de discussões regulatórias e institucionais em pautas como reforma tributária, devedores contumazes e irregularidades fiscais e RenovaBio. A Ipiranga lidera a representação de *downstream*, de refino, logística e abastecimento. Também está presente na Associação Brasileira dos Terminais Portuários (ABTP).

sobre vulnerabilidades dos negócios e apontou fatores cujo monitoramento devem ser aperfeiçoados e direcionar o planejamento até 2040.

A aquisição de Certificados de Descarbonização (CBios), dentro do programa RenovaBio, é um efeito positivo do negócio, incentivando o mercado de produção de biocombustíveis, e que se soma a outras ações para a mitigação das emissões realizadas pela Ipiranga. Fontes menos intensivas e a adoção de produtos que assumirão o protagonismo no mercado de novos combustíveis são outras oportunidades para garantir a perenidade da companhia.

Em longo prazo outras ações podem incluir planejamento logístico, monitoramento de rotas de transporte rodoviário sob alto risco climático e revisão do plano de armazenagem para aumentar as condições da movimentação e a garantia de fornecimento e recebimento do combustível (*leia mais na pág. 37*).





GESTÃO AMBIENTAL

NESTE CAPÍTULO

Mudança climática	37
Ecoeficiência	42
Proteção do solo e da água	46

MUDANÇA CLIMÁTICA

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 201-1

Assim como o papel que desempenhou no setor de combustíveis derivados de petróleo ao longo de 80 anos, a Ipiranga definiu em sua estratégia a ambição de ser protagonista na transformação energética do país e na transição para uma economia de baixo carbono.

A redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE) e a tendência de mudança na matriz energética têm provocado transformações em toda a sociedade, e o setor de combustíveis é um dos mais afetados. O Brasil detém uma oportunidade estratégica por meio dos biocombustíveis, alternativa que aproveita a vocação para o agronegócio e uma tecnologia energética desenvolvida no país, com reflexos positivos também na geração de empregos e no aumento da renda no campo.

A Ipiranga acredita nesse mercado e na necessidade de crescimento da participação dessa fonte energética nos próximos anos. Entretanto, alguns desafios devem ser superados para tornar o mercado de combustíveis mais dinâmico, eficiente e transparente, como equalizar assimetrias tributárias e regulatórias, combinando mais liberdade de investimento, estabilidade jurídica e fiscalização. Um melhor ambiente competitivo, que estimule investimentos e inovação está conectado ao aumento

da oferta de biocombustível e à maior atratividade do produto ao consumidor final no Brasil.

Embora estabelecida no final de dezembro de 2019, foi em 2020 que a Política Nacional de Biocombustíveis (RenovaBio) tornou-se efetiva. Um dos principais mecanismos de indução dessa cadeia é a meta anual compulsória de compra de Créditos de Descarbonização (CBios) pelas empresas distribuidoras. A Ipiranga e seus pares devem comprar um volume de CBios emitido por produtores de biocombustível, calculado anualmente em função da sua participação no mercado. Os certificados são negociados na B3 (bolsa de valores) e cada CBio equivale a 1 tonelada de carbono evitada com a substituição de combustíveis fósseis por biocombustíveis. A Ipiranga adquiriu a totalidade das cotas impostas, de 2,9 milhões de CBios.

SAIBA MAIS
A gestão de riscos e as implicações no negócio relacionadas à mudança climática estão relatadas na **pág. 35**



CARBONO ZERO IPIRANGA GRI 103-1, 103-2, 103-3

A companhia criou o Programa Ipiranga Carbono Zero em 2007 para gerenciar as emissões de gases de efeito estufa (GEE) da operação própria e oferecer iniciativas de compensação das emissões a seus clientes. O Carbono Zero é baseado em três pilares: mensuração das emissões provenientes da operação, investimento em redução desse volume e compensação da parcela que não é possível reduzir.

Desde 2014, a Ipiranga é carbono zero, compensando todas as emissões diretas e indiretas (geradas pelo consumo de energia elétrica) via compra de créditos de carbono com certificação internacional. As emissões da equipe Ipiranga Racing nas provas da Stock Car e as iniciativas oferecidas aos clientes também fazem parte da compensação feita pela Ipiranga.

A IPIRANGA É CARBONO ZERO EM SUAS OPERAÇÕES, COMPENSANDO SUAS EMISSÕES DIRETAS E INDIRETAS, VIA CRÉDITOS DE CARBONO

No Km de Vantagens, o cliente pode trocar pontos por neutralização e, no Posto na Web, adquirir combustível já neutralizado. Usando os Cartões Ipiranga, as compras na rede de postos (exceto no app abastece aí) também são neutralizadas.

O inventário de emissões de GEE da Ipiranga passa por auditoria externa e segue as diretrizes internacionais do GHG Protocol, abrangendo as atividades provocadas direta ou indiretamente pelas operações da empresa.

Segundo o levantamento, o maior impacto da distribuição de combustíveis nas emissões de GEE está na logística, especialmente no transporte rodoviário, feito por empresas terceirizadas. Ampliar a atuação na cadeia, buscando formas de estimular a compensação das emissões indiretas da companhia geradas na etapa logística (Escopo 3), é um dos desafios da Ipiranga e uma ambição para os próximos anos.

Soluções de eficiência energética também são tratadas no âmbito do Programa de Logística Verde Brasil (PLVB). Reunindo outras grandes empresas, a iniciativa busca integrar, consolidar e aplicar conhecimentos para reduzir a intensidade de emissões de GEE e aprimorar a eficiência logística. A Ipiranga participou da publicação do *Guia de Excelência em Sustentabilidade: Boas Práticas para o Transporte de Cargas*, apresentando o case sobre influência de aspectos de direção econômica na redução de consumo de combustível, com dados de uma transportadora parceira.

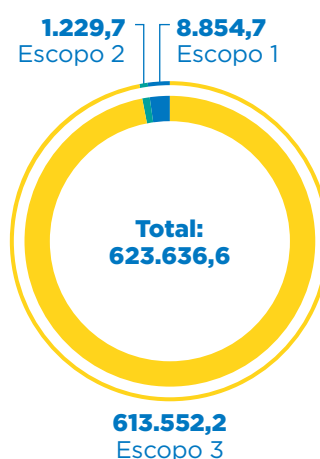
Em 2020, a operação da Ipiranga (Escopo 1 e 2) emitiu 10.084 tCO₂e, volume menor que o de 2019, quando foram registrados 13.711 tCO₂e. Com isso, a intensidade de carbono foi de 0,0006 tCO₂e por tonelada de produto. Esse desempenho foi influenciado pela pandemia, que reduziu o uso dos espaços administrativos e consequentemente o consumo de energia elétrica, além da redução do fator de emissão médio anual do grid nacional.

No Escopo 3, que mensura emissões relevantes não controladas operacionalmente pela Ipiranga, incluindo o transporte de produtos, deslocamento de colaboradores e geração de resíduos nas unidades, o volume cresceu cerca de 6%. Esse resultado se deve, principalmente, ao aumento em importação de derivados, realizada via

O Inventário de Emissões de GEE é publicado na plataforma Registro Público de Emissões do Programa Brasileiro GHG Protocol www.registropublicodeemissoes.com.br

Leia + Os números completos estão na seção Anexo GRI

Emissões de GEE, por fonte



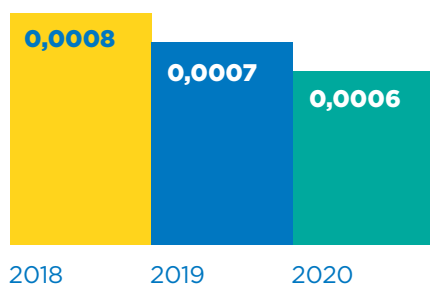
RECARGA ELÉTRICA

Em parceria com a BMW, a Ipiranga já oferece recarga elétrica automotiva em 44 postos da sua rede, além de mais seis postos na Rodovia Presidente Dutra que oferecem recarga rápida, em parceria também com a EDP, viabilizando viagens entre Rio de Janeiro e São Paulo com carros elétricos. Além de manter o serviço existente, em 2020, novas negociações foram iniciadas, para expansão da rede de recarga.

NEUTRALIZAÇÃO DAS EMISSÕES

Por meio da compensação das emissões de GEE, a Ipiranga investiu em projetos que não apenas geram recuperação e conservação de áreas verdes na Amazônia, como também desenvolvem comunidades locais. As ações abrangem desde o empoderamento local e a melhoria da qualidade de vida da população, até o monitoramento das espécies em situação de vulnerabilidade, criando um processo contínuo de conhecimento e acompanhamento da biodiversidade local. Desde 2007, a Ipiranga já adquiriu mais de 370 mil tCO₂e em créditos de carbono.

Intensidade de emissões¹ (tCO₂e/ produto) GRI 305-4



1. Considera emissões dos Escopos 1 e 2, que são aquelas fontes controladas operacionalmente pela Ipiranga.

transporte marítimo. Esse desempenho foi parcialmente compensado com reduções em distribuição, das viagens de negócio e do deslocamento dos funcionários entre casa e trabalho com a adoção do *home office* em parte das atividades.

MAIS EFICIÊNCIA

Além do mercado de biocombustíveis, outra contribuição para a redução do impacto ambiental é a melhoria da eficiência de motores e combustíveis. A Ipiranga investe em tecnologia e P&D para desenvolver os melhores combustíveis aditivados, que valorizam a paixão dos brasileiros por carros ao mesmo tempo que aumentam a eficiência e reduzem o consumo e a emissão de poluentes por km rodado.

É o caso da DT Clean, que com sua avançada tecnologia em aditivos promove a redução de mais de 4% do consumo comprovada em testes realizados no campo de provas de Millbrook, na Inglaterra. Esse atributo, permite o deslocamento do veículo do “ponto A ao ponto B” com menos combustível e, conseqüentemente, com menos emissões, proporcionando uma eficiência energética superior. E o Rendmax é o diesel S10 aditivado que gera 3% de economia de combustível se comparado a veículos movidos a Diesel S10 comum, desempenho comprovado pelo Instituto Mauá de Tecnologia. Os componentes utilizados também aumentam a vida útil do motor e reduzem custos com manutenção.



ECOEFIÊNCIA

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Por meio de um sistema de gestão robusto, criado há dez anos, a Ipiranga padroniza todos os processos de prevenção, mitigação e gerenciamento de impactos nas unidades operacionais, com metas anuais de melhoria de desempenho. Também monitora e faz a gestão de obrigações legais, incentiva a melhoria contínua e capacita funcionários, clientes e fornecedores sobre os aspectos ambientais.

ENGAJAR
Campanhas internas e palestras on-line chamam a atenção para temas como consumo consciente e ecoeficiência

Trata-se do SIGA+, Sistema Ipiranga de Gestão que estabelece os direcionadores para a gestão ambiental, de saúde, segurança, qualidade e responsabilidade social, com procedimentos alinhados a padrões e normas nacionais e internacionais.

As 85 unidades operacionais que servem de terminais intermediários na malha logística entre a Ipiranga e os mais de 7 mil postos em todo o país passam por auditorias anuais do SIGA+, que avaliam boas práticas e o compromisso com cada um dos temas visando à melhoria contínua.

Entre 2019 e 2020, a companhia avançou no Programa de Gestão de Indicadores de Meio Ambiente, focado na ecoeficiência, que conta com manuais de boas práticas para cada aspecto ambiental relevante. Ainda foram estabelecidas metas internas de desempenho nesses aspectos, acompanhadas periodicamente. As unidades são

SIGA+

O programa orienta o sistema de gestão a partir de três pilares: estrutural, operacional e processos e instalações.

- Avaliação contínua do desempenho: auditorias anuais
- Melhoria da pontuação atrelada ao Programa de Remuneração Variável das unidades operacionais

pontuadas no SIGA+ conforme o compromisso com a gestão de água, energia, resíduos e efluentes, além da evolução nos índices de eficiência de consumo por movimentação.

ENERGIA SOLAR PARA POSTOS

Parte dos esforços para aumentar a eficiência energética e consumir energia 100% renovável, o projeto Usina Solar Ipiranga propõe redução do impacto ambiental e do custo operacional dos postos por meio da geração de energia solar distribuída. Em 2020, a Ipiranga firmou parceria com empresa especializada no setor para viabilizar usinas solares na região de cinco distribuidoras de energia. Isso deve gerar mais de 50 mil MWh/ano a partir de meados de 2021. A energia gerada poderá abastecer até 300 postos e gerar economia de até 15% na conta de energia. A economia pode passar dos R\$ 70 milhões para os participantes, durante todo o projeto.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA GRI 103-1, 103-2, 103-3

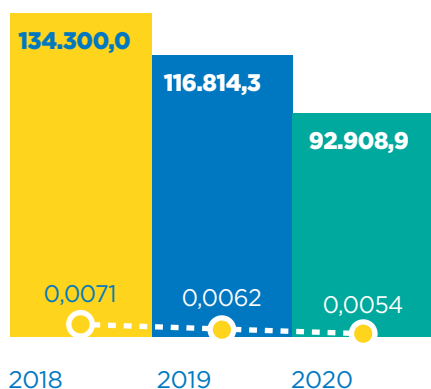
A Ipiranga atua desde 2016 para ampliar a eficiência nas suas operações e buscar novas fontes de energia. Com a migração para o Mercado Livre de Energia, que permite uma redução significativa de custos, e o perfil de consumo da Ipiranga, também foi possível a compra exclusiva de energia incentivada, que é proveniente de fontes renováveis. Depois de incluir o prédio da matriz, no Rio de Janeiro (RJ), em 2019, outras três unidades passaram a fazer parte deste modelo de contratação em 2020, negociando a energia diretamente com os geradores (base de São Caetano, *pool* de Paulínia e o prédio anexo à matriz).

Além disso, um Guia de Eficiência Energética fornece diretrizes para a otimização do consumo de energia elétrica nas unidades operacionais, incluindo oportunidades para otimização do uso de bombas para carga e descarga de produtos, responsável por 80% do consumo das unidades. Além das ações de conscientização, também são contínuas as trocas de iluminação interna e externa por equipamentos de LED, ajustes de temperatura de equipamentos de refrigeração, instalações de sensores de presença e movimento, entre outros.

No desempenho do ano, a intensidade energética foi de 0,0054 GJ/tonelada de produto, resultado 13% menor que 2019. Como consequência da pandemia e das restrições de movimentação, houve queda de 35% no consumo de energia, uma vez que o principal fator de impacto é o funcionamento dos sistemas de bombeamento de combustível. A redução do consumo de energia também ocorreu nos prédios administrativos e nas caldeiras que geram vapor do *pool* ferroviário de Paulínia (SP), devido à parada durante a manutenção dos dutos que transportam óleo combustível.



Consumo total de energia (GJ)



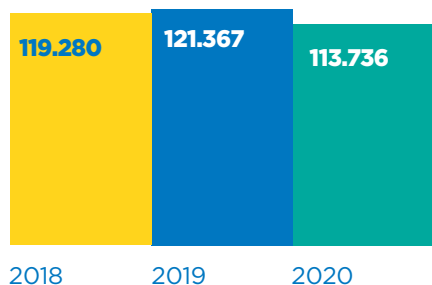
● Intensidade energética
(GJ/t produto comercializado)
GRI 302-3

OUTROS RECURSOS GRI 103-1, 103-2, 103-3, 306-1

O impacto mais significativo da Ipiranga na geração de resíduos está associado a materiais perigosos (classe I) típicos da atividade em terminais de armazenamento e distribuição de combustíveis. Procedimentos internos orientam a correta destinação e incentivam os princípios de redução, reutilização e reciclagem e definem responsabilidades e práticas de segregação, transporte e destinação de resíduos e efluentes.

Todas as unidades contam com coletores de recicláveis e, na matriz, uma central melhora a segregação e destinação dos recicláveis, que são doados a cooperativas de catadores. O Manual de Boas Práticas de Resíduos estimula a gestão eficiente dos resíduos perigosos para evitar a contaminação acidental com produto combustível nas unidades operacionais (*leia a seguir sobre recuperação de solo e água em caso de incidentes*).

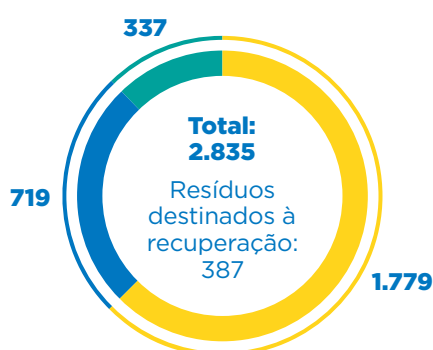
Consumo de água (mil litros)



O tratamento dos resíduos é feito por empresas contratadas, fora da companhia. Em 2020, 387 toneladas foram encaminhadas à reciclagem ou reúso. As empresas de transporte e destinação dos resíduos são homologadas pelo departamento de Segurança e Meio Ambiente e passam por controle de documentação, prazos de renovação de licenças e autoavaliação. **GRI 306-4**

Em relação à água, a atividade operacional não tem uso intensivo do recurso. A principal demanda está associada a testes de sistemas de combate a incêndio e abastecimento de tanques novos. Em 2020, o consumo de água caiu 6%, e totalizou 113,7 milhões de litros, 72% desse volume é fornecido por empresas de saneamento. A queda foi motivada pelo trabalho remoto em grande parte das atividades administrativas por conta da pandemia.

Gestão de resíduos (t)



- Perigosos (classe I)
- Não perigosos (classe IIA)
- Não perigosos (classe IIB - inertes)

Leia +
Dados completos sobre água, energia e resíduos estão na seção Anexo GRI

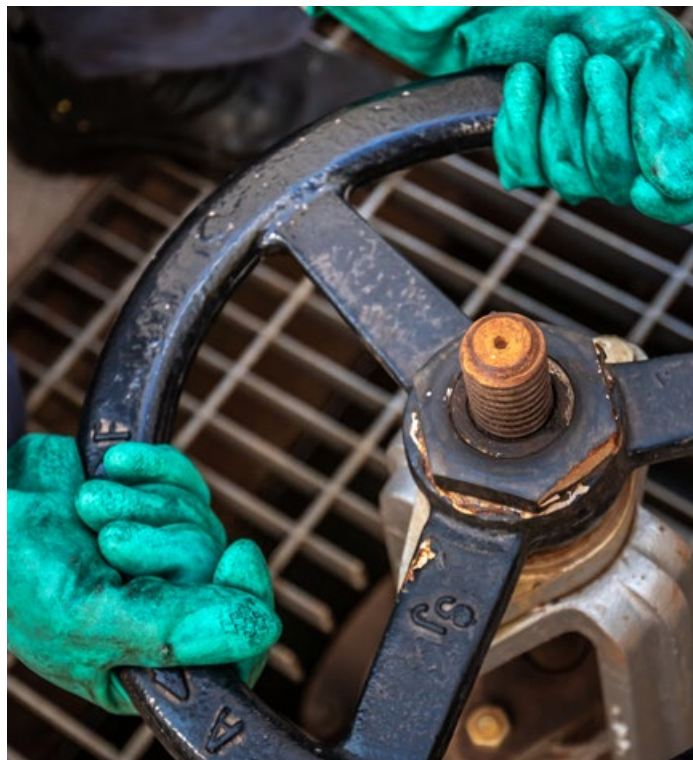
POSTO GESTÃO +

O Departamento de Segurança e Meio Ambiente também orienta e assessora a rede de clientes para promover melhorias em gestão. No Posto Gestão+, que será lançado em 2021 no Portal Rede Ipiranga para a revenda, serão oferecidas soluções tecnológicas, ferramentas, manuais e treinamentos interativos focados em meio ambiente e segurança operacional dos postos. Também estará disponível um canal direto com área técnica para esclarecimento de dúvidas.

PROTEÇÃO DO SOLO E DA ÁGUA

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Em função do tipo da atividade e dos produtos que transporta e armazena, o risco de potenciais vazamentos ou contaminações do solo e da água é uma preocupação constante, gerenciada por meio das melhores práticas de identificação e prevenção de riscos e tratamento de impactos ambientais. A maior exposição a esse tipo de incidente ocorre nos processos de transporte (em caso de acidentes/colisões), nas bases de armazenamento de combustível e nas operações dos clientes da Ipiranga, como postos revendedores.



A atuação preventiva contra vazamentos é parte do gerenciamento de riscos de processos. Um programa de auditoria mantém a vigilância adequada sobre a integridade das barreiras e dos sistemas de proteção, com o acompanhamento periódico de taxas de anomalias e acidentes de processo.

A empresa atua em parceria com os postos revendedores para prevenir contaminações do solo e da água subterrânea e presta assessoria em questões de segurança e meio ambiente por meio de campanhas de engajamento e apoio técnico. Manuais definem diretrizes necessárias para promover segurança e prevenir

acidentes no abastecimento e descarga de combustíveis. Planos de inspeção e manutenção em equipamentos e instalações para postos revendedores também fazem parte da gestão, assim como treinamentos específicos para áreas comerciais e operadores.



Com relação às transportadoras, cuidados para evitar acidentes e práticas de segurança durante carregamento e descarregamento estão descritos no Manual do Transportador Rodoviário Ipiranga (MTRI) e no Manual do Transportador Fluvial Ipiranga (MTFI). A Ipiranga realiza auditorias nas empresas contratadas, *workshops* e campanhas de comunicação para líderes das transportadoras e motoristas.

A Ipiranga atua continuamente na recuperação de áreas contaminadas. O ano 2020 foi encerrado com dois processos de remediação e dois processos com mudança de fase (de remediação para monitoramento pós-remediação) nas unidades operacionais. Em espaços dos clientes foram encerrados 20 processos de remediação.

Conformidade ambiental (R\$)¹ GRI 307-1	2018	2019	2020
Valor das multas significativas	32.692,12	50.000,00	Não houve
Total de sanções não monetárias	7	Não houve	Não houve
Processos movidos por meio de mecanismos de arbitragem	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

1. Informações consideram multas sem direito a recurso. A tabela não considera auto de infração aplicado em 2019, no valor de R\$ 22,5 milhões, decorrente de um acidente com vazamento de produto entre dois veículos de carga, um deles de uma contratada de transporte de combustível. Trata-se de processo relevante, no qual não houve contribuição da Ipiranga no incidente e houve a desproporcionalidade da multa frente à extensão do dano e aos trabalhos de remediação. O caso segue aguardando julgamento da defesa.



VALOR COMPARTILHADO

NESTE CAPÍTULO

Proximidade da rede e dos consumidores	49
Incentivo à mobilidade urbana	56
A cadeia de fornecimento	57
Comunidades do entorno	60

PROXIMIDADE DA REDE E DOS CONSUMIDORES

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-43

Um dos fatores que ajudam a fazer da Ipiranga uma das marcas mais admiradas pelo consumidor e sinônimo de local onde todo mundo encontra o que precisa é a sua rede de revendedores dos postos da marca e franqueados AmPm e Jet Oil. A empresa busca reconhecer e valorizar esse vínculo por meio de uma parceria próxima, íntegra e transparente, respeitando as diferentes características de cada unidade. E trabalha para seguir avançando nesse relacionamento, agregando valor aos seus negócios e para todos os parceiros, que são a ponte que conecta a Ipiranga a todos os brasileiros.

O POSTO COMPLETO

Os postos Ipiranga são operados por revendas formadas por empreendedores de diferentes perfis, com 7.107 postos, presentes em todos os estados do país.

Para além das medidas de enfrentamento da pandemia, uma das grandes preocupações do ano, o projeto Jornada do Revendedor buscou aumentar a proximidade da empresa com seus clientes e entender melhor as suas dores. Um grupo, representando a diversidade de revendedores por regiões, porte e tipo de gestão, foi criado em 2020 para se tornar um fórum permanente de comunicação. Com a participação de diferentes áreas da Ipiranga e renovação dos



representantes das revendas a cada dois anos, esse ambiente deve melhorar a percepção sobre os atritos na ponta e aperfeiçoar processos, como a dinâmica de lançamentos, promoções e atividades de marketing. Tudo isso busca oferecer o melhor posto de serviços para os consumidores.

Para manter os revendedores próximos e informados, a área comercial realizou encontros virtuais para debater questões como cuidados de saúde e os pacotes de apoio lançados pela Ipiranga. Houve, ainda, encontros com o objetivo de troca de experiências de revendedores com boas práticas úteis para o período de retomada de vendas e foco em rentabilidade do negócio, por exemplo. Em formatos de *live*, também contaram com a participação de executivos e especialistas externos.

APOIO PARA REVENDEDORES E FRANQUEADOS

Tão logo começaram as restrições de mobilidade por conta da pandemia, a Ipiranga lançou o primeiro pacote de apoio aos revendedores e franqueados da sua rede. A distribuição de combustíveis, atividade essencial para manter o abastecimento do país, não parou, porém os postos foram fortemente impactados pela redução de circulação das pessoas. Algumas lojas AmPm chegaram a fechar em função de legislações locais.

Anunciado em 1º de abril, uma semana após as medidas iniciais de restrição de comércio e circulação em vários estados, o primeiro conjunto de ações teve como foco preservar o capital de giro e a saúde financeira dos parceiros. Entre elas, reduções nas cobranças dos planos de marketing, financiamentos de aluguéis e outros custos desses parceiros. O pacote foi aceito por 3 mil revendedores. Três meses depois, um segundo pacote focou em medidas de estímulo a vendas e reforço do capital de giro. Esse pacote alcançou a marca de 4.400 revendedores inscritos. Algumas medidas foram oferecidas a toda a rede, como antecipações de recebíveis do abastecimento. A companhia ainda buscou facilitar o relacionamento desses parceiros com instituições financeiras que oferecem linhas de crédito.

AUXÍLIO

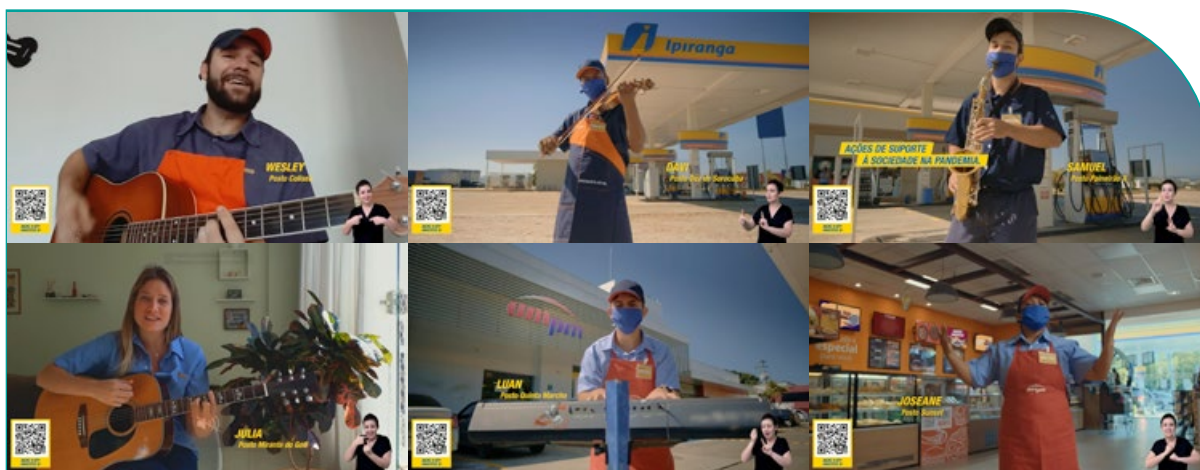
O pacote de apoio a revendedores e franqueados somou R\$ 56,9 milhões, contemplando parcelamentos e prorrogações. Objetivo foi buscar preservar o capital de giro e a saúde financeira dos parceiros

PRINCIPAIS MEDIDAS PARA APOIAR REVENDAS E FRANQUIAS:

- Maior comunicação na relação comercial;
 - Suspensão da cláusula de performance para bonificação postecipada;
 - Redução do custo do plano de marketing 2020 e do programa Rodo Rede;
 - Parcelamentos em aluguel, acomodações e financiamentos vigentes entre abril e maio;
 - Antecipação de créditos do abastecimento;
 - Parcelamento de *royalties* e outras concessões;
 - Manutenção de condições e taxas independentemente do faturamento mínimo no sistema Ipiranga On-line.
- Para a retomada**
- Extensão do prazo do pacote de suporte inicial por mais um mês;
 - Iniciativas para aceleração de vendas;
 - Incentivos para o revendedor, franqueado e VIP;
 - Reforço no capital de giro, com prazos especiais e suporte em linha de crédito.

Com a flexibilização da quarentena em diversos estados e a ampliação da circulação de pessoas e mercadorias, a Ipiranga lançou ainda um terceiro pacote para o último trimestre do ano com foco nas vendas, tanto na pista como nas franquias. Houve ainda um incentivo especial para a retomada de vendas em postos de menor galonagem, mais afetados pela pandemia. Nesses postos, as bonificações adicionais atreladas a resultados foram mais agressivas. Os consultores comerciais da Ipiranga também ajudaram no diálogo com a revenda, para compreender necessidades e demandas específicas.

Essas medidas ajudaram a preservar os postos, encerrando o ano com estabilidade no número de unidades. Índices de inadimplência e o nível de débitos vencidos também se mantiveram em patamares equilibrados. No caso das franquias AmPm e Jet Oil, a rede fechou com 1.804 e cerca de 1.200 unidades, respectivamente.



ESPERANÇA COMPARTILHADA

Vitais para manter o abastecimento do país, os trabalhadores dos postos e das franquias AmPm e unidades Jet Oil transmitiram esperança na campanha Acredita Aí. Em formato *live*, eles tocaram e cantaram no comercial da marca. Já a campanha Se Cuida Aí reforçou o cuidado e a atenção aos profissionais que estão na linha de frente para que o país não parasse.

AMPM E O VAREJO DE PROXIMIDADE

O ano de 2020 foi bastante desafiador para AmPm, acelerando uma revisão completa do seu pacote de oferta. Foi desenvolvido um novo conceito de loja física com diversos formatos e um pacote completo de *e-commerce* capaz de tornar digitais todas as jornadas de compra do consumidor.

Para dar luz a todas essas soluções, um estudo com o consumidor final resultou em um novo posicionamento de marca e consequente nova plataforma de comunicação de marketing. Os novos formatos de loja permitiram que a AmPm ultrapassasse a fronteira de operação nos postos da rede Ipiranga, explorando novos canais como lojas de rua, grandes centros comerciais e residenciais, terminais de passageiros e outros em desenvolvimento. Dentro desses formatos, também vale destacar o novo conceito de loja de rodovia, AmPm Estação, um projeto com mais de 2 mil metros quadrados que integrou

os públicos caminhoneiro e automobilista, com dependências específicas para cada perfil.

Os novos formatos e pacotes têm como foco gerar mais rentabilidade para o franqueado. Além disso, operações gerenciadas diretamente pela Ipiranga ajudam na compreensão aprofundada do modelo e geram insumos para essa gestão.

Para dar suporte aos franqueados, a AmPm conta com quatro centros de distribuição exclusivos e frota de 100 caminhões com três temperaturas, congelados, refrigerados e em temperatura ambiente. Além disso, uma estrutura de campo capacitada e adequadamente dimensionada atende a rede de franqueados.

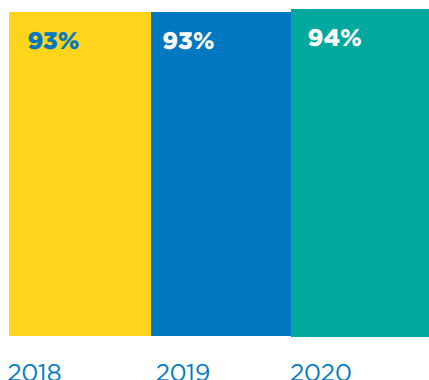
Todo o desenvolvimento se dá por meio de pesquisas com consumidores e cocriação com o conselho de franqueados, composto por dez franqueados que representam todo o território nacional. Os testes são previamente pilotados em um conjunto de lojas próprias que atuam como laboratórios de validação funcional e econômica.

INOVA 2030

Um projeto para buscar novas soluções para a gestão de resíduos em lojas AmPm foi selecionado pela Rede Brasil do Pacto Global para participar do programa Inova 2030. O novo modelo de gestão de resíduos em loja conta com a participação de um grupo multidisciplinar de jovens profissionais da unidade de negócio.



Índice de satisfação¹



1. Índice consolidado das notas médias de todos os públicos (revendedores, franqueados, mercado empresarial e consumidor final) nas centrais de atendimento.

ESCOLA DE VAREJO REFORMULADA

No âmbito da Universo Ipiranga, que engloba a universidade corporativa, a empresa incentiva o desenvolvimento e a aprendizagem dos parceiros de negócio. A Escola de Varejo oferece trilhas específicas para revendedores, franqueados e suas equipes, e programas de treinamento alinhados às necessidades de cada unidade de negócio.

Também disponibiliza conteúdos por público (VIPs, gerentes, revendedores e franqueados) em treinamentos presenciais e a distância. Uma das formações é o Programa de Educação Executiva para revendedores e franqueados, com módulos no Brasil e no exterior, e visitas a empresas de tecnologia e inovação do Vale do Silício (EUA). Em 2020, 24.279 pessoas concluíram cursos na Escola do Varejo, com 97.116 horas de formação.

AVALIAÇÃO DO ATENDIMENTO

Para aperfeiçoar a análise sobre a percepção dos clientes e dos consumidores finais sobre seus serviços e a sua marca, a Ipiranga está aperfeiçoando os mecanismos de mensuração do NPS (Net Promoter Score). Antes restrita à avaliação dos atendimentos, a análise agora é proativa, com envio de formulários de pesquisa à base de clientes, que inclui revendedores, franqueados e mercado empresarial.

Adotado no terceiro trimestre de 2020, esse novo modelo apresentou resultados iniciais que já inspiram planos de ação para o relacionamento com esses públicos estratégicos. O próximo passo é adotar um sistema semelhante para medir a percepção dos consumidores finais sobre a Ipiranga.

SERVIÇOS PARA O SEU CARRO

Uma das maiores redes de serviços automotivos do Brasil, o Jet Oil conta com cerca de 1.200 unidades, oferece os principais serviços voltados para veículos, além de uma linha diversificada de lubrificantes com a garantia de qualidade da Ipiranga.



Assim como nos clientes revendedores e na franquia AmPm, a jornada do franqueado Jet Oil foi mapeada, em busca de novas oportunidades para gerar valor ao cliente. Com base nesse diagnóstico, algumas iniciativas já estão sendo implementadas, como um novo sistema operacional mais funcional e intuitivo, que possui interface com o manual técnico do automóvel. Além de otimizar o atendimento ao consumidor, transmite mais confiança e transparência no serviço prestado.

O diagnóstico tem motivado uma revisão completa da franquia, que envolve o modelo de negócios, o *layout*, as oportunidades que a digitalização pode oferecer e os tipos de serviços oferecidos. Em 2020, o Jet Oil firmou uma parceria com a Heliar, marca de baterias líder entre as montadoras brasileiras, e passará a

comercializá-las e realizar o serviço de troca do produto em suas lojas. Outros grandes parceiros integraram o portfólio, como a Hella, de lâmpadas, e Autoimpact e Dyna, de palhetas.

O ano marcou, ainda, o início da operação própria Ipiranga para o Jet Oil. Cinco unidades foram inauguradas com esse perfil, em mais uma iniciativa para se aproximar da rede, aprimorar e fortalecer o negócio de franquia.

Com o apoio de um time de consultores especializados, foram inauguradas 40 unidades Jet Oil, mesmo em um cenário de pandemia.



INCENTIVO À MOBILIDADE URBANA

GRI 103-1, 103-2, 103-3

O crescimento das cidades gera impactos no trânsito e, com o avanço da digitalização dos serviços, aumenta o consumo de energia e a poluição nos centros urbanos. A Ipiranga entende que pode contribuir nesse cenário de evolução e transformação da mobilidade e do setor elétrico de forma mais estruturada a partir da sua capilaridade.

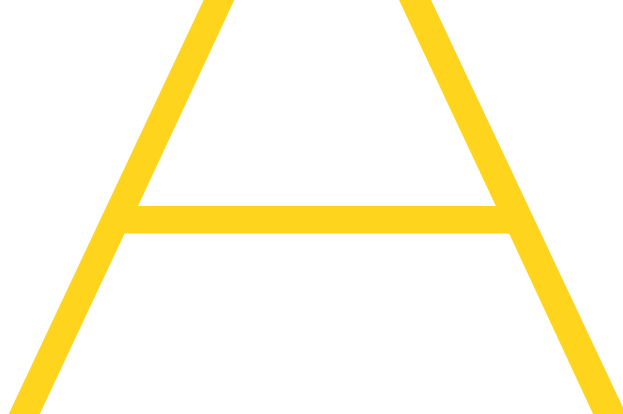
A estratégia de posto completo, com múltiplos serviços num único lugar já permite que o consumidor resolva demandas rotineiras com menos deslocamentos e mais conveniência. E facilitar o dia a dia e a mobilidade das pessoas se tornou uma das ambições do planejamento estratégico para os próximos cinco anos.



Para identificar essas oportunidades, a Ipiranga se aproxima de ambientes geradores de inovação e empreendedorismo, como fóruns nacionais e internacionais nos temas de energia e transportes, por exemplo. Em 2020, a Ipiranga patrocinou, por meio do Turbo, a primeira edição do Scale-up Endeavor Smart Cities, iniciativa da Endeavor, maior apoiadora do empreendedorismo e empreendedores de alto impacto. A iniciativa busca atrair e acelerar negócios com ideias que ajudem a resolver problemas urbanos, como energia, conectividade, planejamento urbano e mobilidade. Treze *startups* foram selecionadas para o programa de aceleração de quatro meses, que iniciará em fevereiro de 2021.

A CADEIA DE FORNECIMENTO

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-9, 102-43, 308-1, 408-1, 409-1, 414-1



A cadeia de compras da Ipiranga é formada por quase 2 mil fornecedores, incluindo as categorias de derivados, que envolvem refinarias e *traders* globais de óleo diesel e gasolina, e produtores de biocombustíveis, transporte rodoviário, ferroviário e fluvial e suprimentos indiretos, um grupo mais diverso que reúne fornecedores de obras e infraestrutura de postos, engenharia de bases e TI. Esse último segmento é o que reúne o maior grupo de empresas, cerca de 80% da base.



4.500

**caminhões-tanque
percorrem, em média,
25,8 milhões de km pelo
Brasil ao mês**

Dentro desse ecossistema, a Ipiranga elencou como prioridades de atuação a proteção dos direitos humanos e das práticas trabalhistas e a promoção de um ambiente seguro, ético e de diálogo constante. A Cartilha de Sustentabilidade para Fornecedores chama a atenção para a gestão financeira eficiente e o gerenciamento dos riscos e impactos socioambientais, tais como práticas concorrenciais, saúde e segurança, respeito ao trabalhador e proteção ao meio ambiente, indicando as leis às quais estão submetidos e apresentando boas práticas recomendáveis. A política e a cartilha estão disponíveis no site da Ipiranga.

APOIO NO COMBATE À COVID

Assim como os demais parceiros da empresa, mais de 50% das transportadoras contaram com o apoio da Ipiranga para enfrentarem os impactos da pandemia. Essas ações resultaram em incremento no faturamento para suportar o custo fixo de suas operações contratadas (aproximadamente R\$ 5 milhões), antecipação de prazo de pagamento (montante de R\$ 63 milhões), postergação no prazo de pagamento de débitos dos transportadores com a Ipiranga. Além disso, a Ipiranga forneceu orientações trabalhistas sobre as publicações governamentais, *webinar* sobre as medidas preventivas para combate à Covid-19 nas operações, entre outras iniciativas.

Os contratos possuem cláusulas anticorrupção, de direitos humanos, segurança da informação e responsabilidade social, incluindo práticas trabalhistas e ambientais, saúde e segurança ocupacional. Novos parceiros comerciais passam por análise de *background check*, visando mitigar o risco no relacionamento.

SEGURANÇA NO TRÂNSITO

A segurança dos motoristas que rodam o Brasil com o combustível da Ipiranga é um dos focos estratégicos no relacionamento com as empresas contratadas. O Manual de Transporte Rodoviário e o Manual de Transporte Fluvial padronizam e orientam a prestação de serviços associados à logística e tratam de questões como qualidade, saúde, segurança, meio ambiente e responsabilidade social.

As empresas passam por auditoria anual para o transporte fluvial e bienal para o transporte rodoviário. As novas transportadoras passam por auditoria obrigatória, conforme diretriz implementada em 2020. O processo resulta em planos de ação de melhorias que são acompanhados pela empresa e o reconhecimento das transportadoras com melhores índices.

O programa Segurança 360° realiza palestras, campanhas de comunicação e premiações para reforçar os cuidados dos motoristas e incentivar a adoção de boas práticas. No Padrinho da Segurança, lideranças operacionais e do corpo técnico das transportadoras se tornam multiplicadores dos cuidados no trânsito.

Os veículos da frota pesada contam com equipamentos de telemetria e até 2021 todos terão câmeras instaladas na cabine – em 2020, esse equipamento estava presente em 72% da frota própria. As informações permitem avaliar a forma de condução dos motoristas e embasam ações futuras de qualificação e conscientização.

Nas operadoras de transporte fluvial, o Programa Marítimo 5 Estrelas, para fortalecer a cultura de segurança e a operação segura, foi o vencedor da categoria Gestão de Terceirizados do Prêmio Proteção Brasil.



NA MÃO CERTA GRI 102-12

A exploração sexual de crianças e adolescentes é uma triste realidade nas rodovias brasileiras. A Ipiranga é signatária do Programa Na Mão Certa e do Pacto Empresarial Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras e atua para aumentar a consciência sobre o tema. Em 2020, a empresa reuniu lideranças das transportadoras e apresentou o Na Mão Certa, sensibilizando 98% deles a se engajarem como agentes de proteção dos direitos de crianças e adolescentes. Um mapeamento das ações existentes também vai ajudar a identificar novas oportunidades de atuação na Ipiranga.



COMUNIDADES DO ENTORNO

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-43, 413-1, 413-2

O relacionamento com as comunidades do entorno é estratégico para a Ipiranga, com suas 85 unidades operacionais, dos mais distintos portes, em 24 estados e no Distrito Federal. A presença da empresa nas localidades traz impactos positivos, como a geração de empregos diretos e indiretos, e negativos, como a movimentação de caminhões, a geração de ruídos e riscos de incidentes ou contaminações do solo, da água e do ar, ainda que as unidades estejam em grande parte concentradas em zonas industriais, com menor concentração populacional.

#SANGUE CIRCULANDO

A AmPm incentivou doações de sangue oferecendo lanches gratuitos aos doadores no mês de junho e promoveu campanha de conscientização nas redes sociais, alertando para a queda registrada nos hemocentros em todo o Brasil.

Todas as unidades operacionais realizam análise de riscos avaliando os impactos nas dependências, no público interno e nas comunidades do entorno, mensurando os seus níveis de vulnerabilidade ambiental e social. Nas bases e *poos* é realizado o monitoramento dos efluentes por meio de análises de qualidade periódicas.

O Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos, implementado em 100% das unidades, traz direcionamentos para práticas de redução, reutilização e reciclagem dos resíduos gerados. Os resíduos que não são recicláveis ou reutilizáveis são transportados e destinados por empresas devidamente licenciadas.

As unidades possuem poços de monitoramento para avaliar as condições do solo e da água subterrânea.

Para garantir a segurança das pessoas e a integridade das instalações, todas as bases operacionais contam com um Plano de Atendimento a Emergências e uma equipe de brigada devidamente treinada. Além disso, são realizados periodicamente exercícios simulados com os cenários críticos identificados. Em 2020, foi implementado um novo sistema de agendamento, que aprimorou o fluxo de recebimento dos combustíveis nas bases, diminuiu a circulação de caminhões em determinados horários e a consequente geração de ruídos no entorno, além de garantir mais eficiência ao processo. O Sistema Integrado de Gestão Aplicado (SIGA+) também estimula as interações, o compromisso com a responsabilidade social e o relacionamento com o entorno. Um canal 0800 recebe chamados e fica disponível para denúncias e relatos de situações de emergência.

Como mecanismo de avaliação, a auditoria do SIGA+ realizada periodicamente também verifica o relacionamento com o entorno, seguindo requisitos legais e normas internacionais. A auditoria é interna e dividida em duas etapas, uma realizada pela equipe de auditores e outra pela equipe de Meio Ambiente e Segurança a partir de dados relatados mensalmente. As unidades são certificadas conforme seu desempenho variando entre bronze e diamante. Todas as dependências são auditadas e, no último ano, 40 unidades obtiveram o selo diamante.

Para 2021 e os próximos anos, um dos objetivos é conduzir um diagnóstico socioeconômico nas áreas de influência, cujos resultados subsidiarão o desenvolvimento do programa corporativo de relacionamento com as comunidades.

APOIO AO SISTEMA PÚBLICO DE SAÚDE

Engajada no enfrentamento da pandemia, a Ipiranga se uniu a parceiros para apoiar a ampliação das estruturas de atendimento de saúde. Em Porto Alegre (RS), a empresa participou do grupo empresarial que construiu em tempo recorde uma expansão em um hospital, com 60 leitos de uso exclusivo do Sistema Único de Saúde (SUS) e ficará como legado para a cidade.



Junto com o Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP), participou de uma frente empresarial liderada pela Rede D'Or para a construção de um hospital de campanha no Rio de Janeiro (RJ), com 100 leitos de UTI e outros 100 de enfermaria. Também foram feitas doações de diesel a dois hospitais de campanha do município.

No Rio de Janeiro e em São Paulo, foram distribuídos 60 mil itens de higiene a famílias em situação de vulnerabilidade social em parceria com o Unicef e apoio da ICONIC Lubrificantes. Com o Grupo Ultra, 10 mil cestas básicas foram entregues em São Paulo.

Com o Sindicom, a Associação Brasileira de Transportes de Líquidos Perigosos (ABTLP) e a União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Única), a empresa ainda apoiou a mobilização para a distribuição de álcool 70 às unidades de saúde e hospitais do Brasil. A empresa doou o óleo diesel necessário para o transporte dessa carga às Secretarias Estaduais de Saúde, responsáveis pela distribuição dos itens em cada localidade.

HERÓIS ABASTECIDOS

Para apoiar o trabalho dos profissionais de saúde, a Ipiranga ofereceu desconto de 10% nos abastecimentos realizados na rede com a iniciativa abastece aí. Ao longo do ano, mais de 2 milhões de profissionais se cadastraram e 300 mil transações foram realizadas em todo o país.

SAÚDE NA ESTRADA

O programa Saúde na Estrada roda centenas de quilômetros prestando serviços de atendimento básico de saúde ao público caminhoneiro e às comunidades de entorno dos postos de rodovia.

Em 2020, foram realizados 126 dias de ações, que chegaram a 64 postos Ipiranga Rodo Rede em dez estados. No período, foram realizados 55 mil check-ups básicos de saúde, incluindo aferição de pressão arterial, glicose e colesterol, e 20 mil vacinações contra H1N1, sarampo, tétano, hepatite B e febre amarela.

Durante a pandemia, essas iniciativas também ajudaram no enfrentamento à Covid-19. Foram feitos 4.900 testes rápidos de Covid-19 e distribuídos 55 mil kits de higiene. Os caminhoneiros ainda puderam fazer resgate de refeições por meio do programa Km de Vantagens Caminhoneiro. Ao todo foram resgatadas mais de 1,2 milhão de refeições em 2020. O investimento total no programa em 2020 somou R\$ 3 milhões. Desde a sua criação, em 2008, o Saúde na Estrada já atendeu mais de 550 mil pessoas.

MAIS DE

500 mil

atendimentos no
Saúde na Estrada e

MAIS DE

**1,2
milhão**

de refeições
resgatadas via
Km de Vantagens
Caminhoneiro

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Por meio do incentivo ao trabalho voluntário de seus funcionários, a Ipiranga também pretende colaborar com a educação, o empreendedorismo e contribuir para a preparação de estudantes para o mercado do trabalho.

Em 2020, estudantes e funcionários voluntários se reuniram de forma on-line durante os dois ciclos do programa Trilha Empreendedora, realizado em parceria com a ONG Junior Achievement Rio de Janeiro e empresas do Instituto Brasileiro do Petróleo (IBP). A iniciativa envolveu 30 escolas públicas, em dez cidades fluminenses, com 725 alunos do Ensino Médio. O número de horas dedicadas ao trabalho voluntário cresceu quatro vezes. **GRI 102-12**

DISTRIBUIÇÃO DE ÁLCOOL

Com a ICONIC e empresas, a Ipiranga ajudou na distribuição de 27 mil frascos de álcool líquido para comunidades da região metropolitana de Belém (PA) e caminhoneiros pelo Programa Saúde na Estrada.

PROJETOS INCENTIVADOS

Utilizando instrumentos de leis de incentivo, a Ipiranga patrocina atividades culturais e esportivas, favorecendo o acesso e a visibilidade das iniciativas.

A empresa apoia a restauração do Museu do Ipiranga, em São Paulo (SP), espaço histórico que será reaberto em 2022. As obras ampliarão as áreas expositivas, com todos os requisitos de acessibilidade e política de gratuidade. Em 2020, um festival de grafite que coloriu os tapumes das obras no aniversário da cidade e um aplicativo virtual viabilizou exposições interativas, que contaram com 15 mil acessos ao longo do ano.

Nas atividades esportivas, a Ipiranga Racing participa da Stock Car incentivando o automobilismo nacional. Em 2020, a dupla de pilotos Thiago Camilo e Cesar Ramos e foi vice-campeã por equipes. Em junho, a piloto Bia Figueiredo teve seu contrato suspenso após sua imagem ser associada a práticas que violam o Programa de Compliance da companhia. O caso ainda está sendo investigado pelas autoridades.

GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS



NESTE CAPÍTULO	
Relações de trabalho	65
Diversidade	70
Saúde e segurança	72

RELAÇÕES DE TRABALHO

GRI 103-1, 103-2, 103-1, 102-43

O modelo de gestão de pessoas da Ipiranga se mantém conectado ao planejamento estratégico e visa impactar a evolução cultural do negócio nos próximos anos, que inclui a consolidação de uma empresa mais ágil e menos hierarquizada, apta a acompanhar e atender as mudanças da sociedade e a atrair os melhores profissionais para o time.

Todo esse contexto impulsionou o desenvolvimento das novas competências, lançadas em 2020:

- Foco em **pessoas**, que prevê o engajamento e o desenvolvimento das pessoas em prol de resultados diferenciados e de um ambiente com plena realização pessoal e profissional;
- Foco no **cliente**, o centro de todas as ações e decisões da Ipiranga, visando construir relações de confiança e parceria;
- Foco no **resultado**, que busca adicionar valor ao negócio;
- Foco no **futuro**, que prevê a antecipação de tendências e a preparação da empresa para o futuro; e
- Foco na **sociedade**, que inclui o compromisso da Ipiranga com a sociedade, em linha com o propósito de facilitar a vida e a mobilidade das pessoas.



A Diretoria de Pessoas e Sustentabilidade planeja e realiza essa estratégia, fortalecendo a cultura, buscando o desenvolvimento contínuo dos funcionários e disseminação das normas e práticas internas que vão de *compliance* à política de administração salarial. A estratégia de remuneração se alinha às melhores práticas e políticas salariais de mercado, sem discriminação e pautada na meritocracia. O programa de remuneração variável avalia a contribuição individual, reconhece performances diferenciadas e recompensa 100% dos funcionários anualmente, da cadeia operacional à alta liderança. A gestão de pessoas também contribui com a formação e o desenvolvimento dos profissionais de postos e franquias, funcionários dos parceiros distribuidores e franqueados (*leia mais a seguir*).

Para 2021, entre as prioridades estão a evolução do processo de formação de talentos e o fortalecimento das competências estratégicas para a empresa, a consolidação do *pipeline* de sucessão, a implementação do novo modelo de remuneração variável, materialização da nova estratégia de remuneração, além da aplicação de nova pesquisa de clima organizacional, que acontece a cada dois anos (a última foi conduzida em 2019).

Empregados¹ GRI 102-8	2018	2019	2020^{2 3}
Por gênero			
Homens	2.644	2.626	2.560
Mulheres	642	663	795
Por região			
Centro-Oeste	116	135	119
Nordeste	207	210	280
Norte	135	146	141
Sudeste	2.381	2.284	2.391
Sul	447	514	424
TOTAL	3.286	3.289	3.355

1. Considera os números consolidados do segmento de combustíveis do Grupo Ultra.

2. Todos têm contrato por tempo indeterminado.

3. Em relação à jornada de trabalho, apenas nove pessoas (cinco homens e quatro mulheres) tinham contrato de meio período.

APOIO ÀS PESSOAS DURANTE A PANDEMIA GRI 403-6

Com o avanço dos casos de coronavírus no Brasil, a Ipiranga buscou se adaptar rapidamente ao novo cenário, mantendo como principal objetivo assegurar a saúde e a segurança dos funcionários e de seus familiares.

O BEM-ESTAR FÍSICO E EMOCIONAL FOI INCENTIVADO POR MEIO DE SESSÕES DE YOGA E *MINDFULNESS*, ENTRE OUTRAS INICIATIVAS

Como uma atividade essencial ao abastecimento do país, as operações da Ipiranga não podiam parar. Os profissionais das bases operacionais e dos centros de distribuição AmPm passaram a adotar rígidos protocolos de saúde desenvolvidos a partir das orientações dos órgãos nacionais e internacionais, como medição de temperatura corporal, sanitização entre turnos e reforço na higienização das estações de trabalho, caminhões da frota e dos EPIs. Para algumas regiões com altas taxas de propagação da doença e casos de pessoas infectadas, a Ipiranga também promoveu uma testagem mais ampla para funcionários e terceiros - mais de 500 testes rápidos foram aplicados nesse formato, sem contar os exames feitos por meio do plano de saúde dos funcionários.

Foi feito o mapeamento de todos os funcionários com o objetivo de identificar aqueles pertencentes ao grupo de risco. Esses profissionais foram afastados das atividades presenciais, assim como 90% das equipes administrativas, que passaram a atuar no modelo *home office*.

NOVA FORMA DE INTERAGIR

O *home office* acelerou o uso do Workplace da Ipiranga, lançado em 2019. A rede social interna se tornou o principal meio de comunicação da empresa com os funcionários. As *lives*, destaques em 2020, geraram aproximação entre a diretoria e os colaboradores, e aumentaram a transparência. No início de 2021, a Ipiranga lançou o Workplace para os revendedores.

Além do apoio à saúde física, foi disponibilizado um canal de atendimento para prestar apoio psicossocial a funcionários e a seus familiares. O bem-estar físico e emocional ainda foi incentivado por meio de sessões de yoga e *mindfulness*, entre outras iniciativas.

E para acompanhar e melhor responder às adaptações necessárias aos funcionários, uma pesquisa diária passou a ser realizada com os líderes.

Com base nesses instrumentos e nesse intenso fluxo de informações, foi possível monitorar a reação das pessoas à pandemia, às mudanças na forma de trabalhar e às iniciativas de apoio da Ipiranga, e aprimorá-las, quando necessário.

O fluxo de pessoas nas unidades administrativas se mantém controlado e restrito, garantido por um app desenvolvido internamente, que limita a quantidade de pessoas nos prédios e por andares. A avaliação da ocupação dos escritórios mediante o cenário de agravamento da Covid-19 em cada região é constante.

A Ipiranga adotou ações de contingências trabalhistas aprovadas pelo Governo Federal, como a suspensão temporária dos contratos de trabalho. Embora permitida a redução salarial nesses casos, a remuneração dos profissionais foi preservada. Vale destacar, ainda, que não houve demissões em decorrência da pandemia.

UNIVERSO IPIRANGA

A transformação cultural e as novas competências também inspiram uma nova cultura de aprendizagem na Ipiranga, que aposta no aprendizado contínuo e no protagonismo do funcionário em sua jornada de autoconhecimento. A antiga Universidade Ipiranga evoluiu para um ecossistema de aprendizagem com escolas e trilhas, que ganhou o nome de Universo Ipiranga.



São quatro eixos de aprendizagem. No eixo Pessoas e Cultura, estão as escolas de Liderança,

voltada ao desenvolvimento de competências de liderança que promovam uma gestão mais horizontal e participativa, e de Cultura Ipiranga, cujo foco é aprimorar e impulsionar as competências necessárias para que equipes colaborem e participem da construção da Ipiranga do futuro. No eixo Transversalidade, com as escolas de Sinergia Organizacional e de Apoio ao Negócio, o objetivo é potencializar a visão transversal e integrada sobre a Ipiranga e o mercado. No eixo Cliente no Centro, a Escola de Negócios tem como objetivo acelerar as competências dos negócios para aumentar o resultado e fortalecer o compromisso com os clientes. Na Escola Operações, a prioridade é reforçar competências relativas aos processos operacionais para garantir o fornecimento de combustíveis de modo mais eficiente no país.

Transformação cultural e novas competências inspiram uma nova cultura de aprendizagem na Ipiranga

**Saiba +
Conheça os números de treinamento e desenvolvimento de pessoas na seção Anexo GRI**



O último eixo é chamado de Ipiranga 4.0 e inclui as escolas de Inovação, Transformação Digital e Data Science, que fomentam novas formas de trabalhar e de fazer negócios a partir da inovação e transformação digital. Esses temas já começaram a ser trabalhados de forma mais robusta em 2020. Entre os treinamentos realizados no ano, destaque para duas capacitações que abordaram a importância de disseminar a cultura *data driven* na empresa (*leia mais na pág. 18*).

Com o lançamento da Política de Sustentabilidade, todos os funcionários participaram de uma sensibilização. O tema também foi inserido no desenvolvimento da liderança, com mais de 100 líderes.

No âmbito da Universo Ipiranga, a empresa também mantém a estratégia de colaborar para o desenvolvimento e a aprendizagem de seus parceiros de negócio, com a Escola de Varejo (*leia mais na pág. 54*). Em 2020, o volume de treinamento caiu em função da reestruturação da Universidade e da pandemia, chegando a uma média de 17 horas por funcionário no ano.

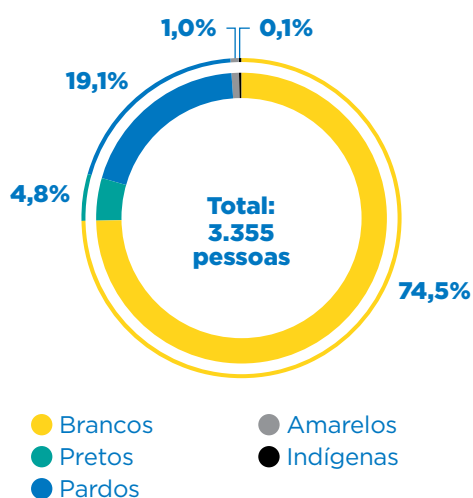
DIVERSIDADE

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Em 2020, a diversidade se consolidou na agenda estratégica da Ipiranga, impulsionada pela estruturação do Programa de Diversidade e Inclusão no fim do ano anterior. Para escalar o tema internamente, foi criado o Comitê de Diversidade, com encontros quinzenais e reporte aos dois *sponsors* do programa, que atuam na Diretoria Executiva da empresa. Também houve a consolidação dos grupos de afinidade (gênero, pessoas com deficiência, raça e LGBTQIA+), com participação voluntária, que reúne uma centena de funcionários. Cada grupo se reúne semanalmente e é liderado por um membro do comitê.

**Saiba +
Confira em detalhe
o perfil dos
funcionários na
seção Anexo GRI**

Perfil dos funcionários



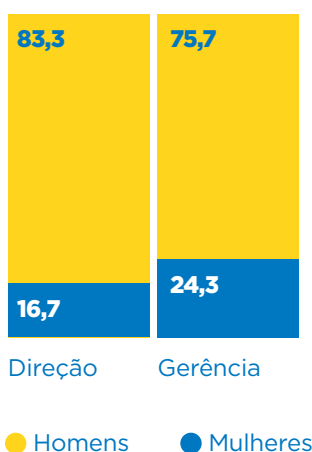
Publicações na rede interna de comunicação e palestras virtuais fazem parte da estratégia de criar um ambiente seguro e acolhedor, de respeito às singularidades. Elas somaram mais de mil interações. Outras iniciativas também foram executadas em cada uma das frentes do programa.

- **Recrutamento e seleção:** a Ipiranga implementou um processo de recrutamento às cegas com um piloto no time comercial. O modelo garante a seleção de profissionais sem distinções em função de gênero, raça, deficiência ou orientação sexual dos candidatos. Em 2021, a ação será estendida a outras áreas. Também foi executado o programa Mulheres em Campo, que busca impulsionar a contratação de mulheres em funções na área comercial e nas bases de distribuição.

- **Capacitação e desenvolvimento:** diversidade e inclusão ganharam destaque no Programa de Formação de Lideranças. Além de diferentes treinamentos, gestores e gestoras participaram de uma roda de diálogo com representantes de organizações cuja gestão em diversidade está em estágio mais avançado. Entre outras palestras e sensibilizações para as equipes, destaque para o painel sobre diversidade na Convenção Nacional de Vendas e treinamentos para o comitê técnico, lideranças e trainees.

POLÍTICAS REVISADAS PARA FORTALECER A GESTÃO DE CONSEQUÊNCIAS EM CASOS DE DESRESPEITO AOS DIREITOS HUMANOS

Diversidade na liderança (%)



**Saiba +
Conheça o
detalhamento
dos números na
seção Anexo GRI**

- **Comunicação e engajamento:** além da primeira edição da Semana da Diversidade e Inclusão, em agosto, com palestrantes externos, envolvimento dos grupos de afinidade e dos funcionários em geral e participação ativa da liderança, houve sensibilizações ligadas a datas específicas: março (mulheres), junho (LGBTQIA+), setembro (pessoas com deficiência) e novembro (raça). Externamente, a Ipiranga apoiou o evento “Sim à Igualdade Racial” do Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), entidade com quem firmou uma parceria de trabalho para 2021. Também construiu e divulgou seu manifesto pela equidade e inclusão nas redes sociais e o distribuiu também aos parceiros da rede.
- **Políticas e práticas:** a empresa concluiu uma análise para subsidiar futuras adesões a certificações e iniciativas externas e um mapeamento para potencializar a contratação de pessoas com deficiência nas unidades operacionais e centros de distribuição e lojas próprias da AmPm. Revisou também algumas políticas internas para fortalecer a gestão de consequências em casos de desrespeito aos direitos humanos.

SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 103-2, 103-1, 403-3, 403-4, 403-7

A gestão da saúde e da segurança na Ipiranga tem um olhar ampliado para a cadeia de valor e também integra o SIGA+ (Saúde, Segurança, Meio Ambiente, Qualidade e Responsabilidade Social). Programas como o Segurança 360 e Desafio Operacional e Segurança buscam reforçar o papel das lideranças e dos demais colaboradores na promoção de ambientes seguros, estimulando a força de trabalho a atuar como agente de mudança de comportamentos nas instalações, incluindo percepção de risco, cuidado ativo, condução segura, entre outros. A empresa conta com comitês com a participação dos funcionários em nível local, regional e gerencial, que se reúnem pelo menos uma vez por mês.

SIGA+
Sistema auxilia o gerenciamento das ações, como uma ferramenta que padroniza as práticas, inclui auditorias e pontuação para incentivar a melhoria contínua



PLANO DE CONTINUIDADE DO NEGÓCIO

Todas as bases estão contempladas no novo Plano de Continuidade de Negócios, desenvolvido com o objetivo de gerenciar eventos que possam afetar as atividades da Ipiranga, tais como emergências, contingências ou crises, além da implementação do Sistema de Comando de Incidentes (SCI), para ações sistêmicas no atendimento às emergências tecnológicas.

Como resultado da gestão, os incidentes registrados no triênio 2018-2020, incluindo perda de contenção de produtos perigosos, não resultaram em consequência grave para funcionários ou

trabalhadores terceiros (*saiba mais sobre ações de segurança para o transporte rodoviário na pág. 58*).

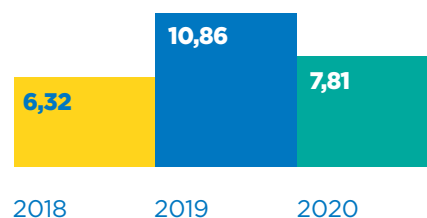
As unidades operacionais mantêm planos de gerenciamento de riscos relacionados às comunidades do entorno, equipes treinadas para atuar em casos de incidentes, com planos definidos para atendimento a emergências, e gerenciamento de crise, seja para ocorrências relacionadas à segurança ou danos ambientais.

DIRETRIZES E ORIENTAÇÃO PARA CLIENTES

A preocupação com a segurança baliza a relação com os clientes do mercado empresarial e dos postos. O departamento de Segurança e Meio Ambiente investe em capacitação, promoção do comportamento seguro e orientações sobre os programas de segurança nesses parceiros. Entre os serviços, a Ipiranga fornece aos revendedores plano de inspeção e manutenção genérica de equipamentos e instalações, identificação dos principais cenários de perigo em conformidade com a Norma Regulamentadora (NR) 20, e comunicação de segurança para os postos que abastecem com gás natural veicular (GNV). Manuais de segurança dos pontos de abastecimento, manutenção e emergências para postos rodoviários e náuticos promovem a cultura da segurança e da prevenção nos parceiros.

A Ipiranga oferece ainda diferentes formações em segurança para a equipe comercial e a de varejo, que atuam mais próximas da rede de postos, incluindo capacitações específicas para os instrutores da Escola VIP (curso de formação para funcionários de postos e franquias), assessores de revenda e mercado empresarial e gerentes do varejo.

Segurança do trabalho (taxa de gravidade de acidentes)



ATENDIMENTO E PREVENÇÃO

Todos os funcionários contam com plano de saúde e são incentivados a cuidar da saúde com exames preventivos e acompanhamento médico, bem como a prática de atividades físicas orientadas por profissionais. O prédio da matriz, no Rio de Janeiro, conta com ambulatório médico. **GRI 403-3, 403-6**

**Saiba +
Mais detalhes
na seção
Anexo GRI**

RESULTADOS 2020

PRIORIDADES PRESERVADAS

O início de 2020 foi marcado por um clima de otimismo, com expectativas em relação às reformas estruturais, após a aprovação da reforma da previdência em novembro de 2019. A pandemia da Covid-19, entretanto, transformou o cenário e gera impactos sem precedentes nos mais diversos segmentos da sociedade. O PIB caiu 4,1% segundo o IBGE, maior recuo já registrado desde o início da série histórica, em 1996, e ainda há muitas incertezas sobre quais transformações serão perenes e qual será o ritmo de recuperação do país.

Com as medidas de isolamento social e restrições à mobilidade, mais acentuadas no segundo trimestre de 2020, o mercado de distribuição de combustíveis apresentou forte retração. A queda na comercialização de combustíveis foi de 5% no ano, segundo a Agência Nacional do Petróleo (ANP). O ciclo Otto (veículos leves) foi o mais afetado, sendo agravado pela alta volatilidade dos preços de petróleo. O diesel se mostrou mais resiliente, vinculado à demanda de transportes de mercadorias e do agronegócio.

Com isso, o volume de vendas da Ipiranga apresentou redução de 9% em 2020, sendo 14% no ciclo Otto e 3% no volume de diesel. A receita líquida teve variação negativa de 12%, chegando a R\$ 66,1 bilhões. O Ebitda totalizou R\$ 1.712 milhões, 31% menor em relação a 2019, em função do menor volume de vendas e menores margens, também agravadas pelas oscilações de preços dos combustíveis. Esses efeitos foram parcialmente compensados por iniciativas de contingenciamento de despesas e maior resultado na venda de bens. Esses resultados financeiros são consolidados, considerando todos os negócios de combustíveis do Grupo Ultra.

As despesas gerais, administrativas e com vendas apresentaram redução de 15% em relação a 2019 em função dos menores gastos com remunerações, fretes e provisão para créditos de liquidação duvidosa, além das diversas iniciativas de otimização e contenção desenvolvidas.

A IPIRANGA MANTEVE FOCO NOS INVESTIMENTOS MAIS ESTRATÉGICOS MESMO COM A REVISÃO DO PLANEJAMENTO PARA SE ADEQUAR AO CENÁRIO ADVERSO

Indicadores econômicos (R\$ milhões)¹

GRI 102-7

	2019	2020
Receita líquida	75.452	66.133
Ebitda	2.487	1.712
Volume de combustíveis (mil m ³)	23.494	21.461

1. Valores consolidados de todos os negócios do segmento de combustíveis do Grupo Ultra.

O ano também foi marcado pelo início da vigência do programa Renovabio, política de estímulo ao consumo de biocombustíveis, implementando metas de descarbonização a usinas e distribuidoras. Para a aquisição dos CBios (Créditos de Descarbonização) a Ipiranga destinou R\$ 124 milhões em 2020 (*leia mais na pág. 38*).

R\$ 688 milhões

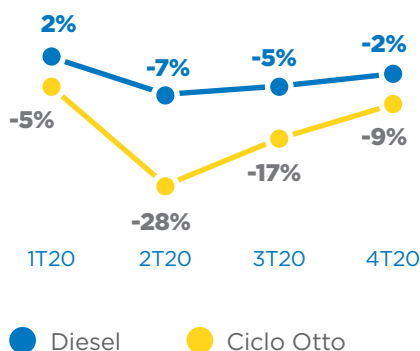
foram investidos em 2020, principalmente em ampliação e manutenção de postos, franquias e infraestrutura logística

A Ipiranga manteve foco em investimentos mais estratégicos mesmo com a revisão do planejamento para se adequar ao cenário adverso. Em 2020, foram investidos R\$ 688 milhões, aplicados principalmente na ampliação e manutenção das redes de postos e franquias e na infraestrutura logística. Desse total, R\$ 204 milhões referem-se a imobilizações e adições ao intangível, R\$ 351 milhões a ativos de contratos com clientes (direitos de exclusividade) e R\$ 132 milhões a liberações de financiamento a clientes e antecipação de aluguel, líquidos de recebimento.

Para 2021, estão previstos investimentos em negócios, um volume que supera o que foi investido nos anos de 2019 e 2020 e que serão revertidos, principalmente, em expansão, aumento de capacidade e ganhos de eficiência e produtividade. A Ipiranga seguirá investindo em infraestrutura logística, com a construção das bases de distribuição em Belém (PA), Cabedelo (PB), Vitória (ES) e Fortaleza (CE). Outras prioridades são o crescimento da rede de postos por meio da adição de postos com maior galonagem, e a expansão das operações próprias e novas franquias AmPm.

Evolução trimestral (YoY)

Volume em recuperação, porém ainda abaixo de 2019



CRÉDITOS

IPIRANGA

Coordenação

Diretoria de Pessoas e Sustentabilidade

Conteúdo, consultoria GRI e design

Conecta Sustentabilidade

Fotografia

Banco de Imagens Ipiranga
e Argumenteria



