



Relatório de Sustentabilidade 2021





Sumário

03 Apresentação

04 Mensagem do presidente

06 Perfil

11 Modelo de negócios

16 Ética e integridade

18 Mais próximos da rede e dos consumidores

21 Transição energética

23 Excelência operacional

24 Operações ecoeficientes

27 Cadeia de fornecimento

29 Saúde e segurança

31 Encantamento

32 Nossos talentos e a diversidade

36 Relacionamento com a comunidade

38 Sumário de conteúdo GRI

46 Créditos

Apresentação



A Ipiranga apresenta seu segundo Relatório de Sustentabilidade, que reúne informações sobre o desempenho econômico, ambiental, social e de governança da empresa em 2021, além de trazer dados que elucidam sua estratégia de atuação, suas práticas de gestão e os principais desafios inerentes ao negócio.

Novamente elaborada em conformidade com as normas da Global Reporting Initiative (GRI), versão Standards, opção Essencial, a publicação também considera as diretrizes do International Integrated Reporting Council (IIRC).

GRI 102-46, 102-54

Para sugestões ou dúvidas sobre o conteúdo, envie um e-mail para: ip.sustentabilidade@ipiranga.ipiranga.

GRI 102-53

COMO LER ESTE RELATO?

GRI

Os conteúdos GRI vêm com a marcação correspondente ao longo do relatório.

ESCOPO DOS INDICADORES

Todas as unidades próprias da Ipiranga, exceto a ICONIC (operações Ipiranga de lubrificantes, *joint venture* entre Ipiranga e Chevron). As exceções são apontadas nos próprios indicadores. **GRI 102-45**

A partir da **página 38**, você encontra o Sumário de Conteúdo da GRI.

TEMAS MATERIAIS

Conheça todos os temas materiais na **página 14**.

Mensagem do presidente



Leonardo Linden
Presidente da Ipiranga

Preparados para o futuro GRI102-14

O ano de 2021 foi desafiador para a Ipiranga. Além de vivenciarmos o segundo ano da pandemia de Covid-19, o setor de combustíveis em específico experimentou forte oscilação, com aumento expressivo nos custos, restrições de suprimentos e ajustes no ambiente regulatório.

Embora tenhamos tido um início de ano positivo, registramos um resultado aquém do planejado no segundo trimestre, o que nos fez estruturar rapidamente um plano de reação, com vistas ao curto e médio prazos e que prioriza o que é essencial (eficiência operacional, qualidade da rede, evolução do modelo de precificação e engajamento dos *stakeholders* com a marca Ipiranga). A disciplina de todo o time em executá-lo repercutiu positivamente em nossos resultados do terceiro e quarto trimestres. Encerramos 2021 com Ebitda recorrente de

R\$ 2.010 milhões, 17% maior que o ano anterior, e receita líquida de R\$ 99 bilhões, 50% mais alta que 2020.

Em paralelo, nos mobilizamos para evoluir nossa jornada de sustentabilidade. Além de participarmos das discussões promovidas pelo acionista controlador sobre metas ESG (ambientais, sociais e de governança), trabalhamos para que a sustentabilidade seja cada vez mais inerente às nossas práticas e decisões, em linha com os compromissos externos que integramos, caso do Pacto Global, do qual somos signatários há quase uma década.

Avançamos, ainda, na gestão dos temas relevantes de nossa estratégia de sustentabilidade. Mantivemos nossos pontos de recarga elétrica para automóveis, firmamos novas parcerias que irão expandir a atuação nesse mercado e seguimos sendo Carbono Neutro em nossa operação, compensando nossa emissão própria de gases de efeito estufa (GEE). No eixo social,

têm destaque as diversas ações de nosso Programa de Diversidade e o apoio que seguimos prestando à sociedade no enfrentamento à pandemia e no agravamento da crise econômica.

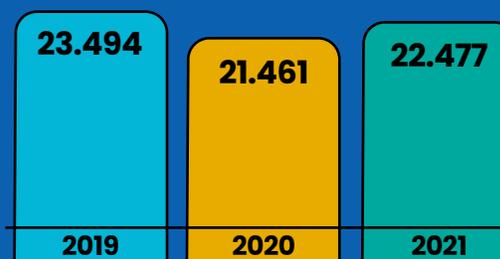
Para o time Ipiranga, que mais uma vez possibilitou que nossos produtos e serviços chegassem a milhões de brasileiros, também investimos em iniciativas de desenvolvimento profissional e de saúde e segurança. Passamos a olhar de forma mais estruturada para o equilíbrio emocional e o bem-estar e, após um amplo diagnóstico, nos comprometemos a evoluir a cultura de segurança em todas as unidades de negócio e áreas da empresa.

Tenho certeza de que terminamos 2021 mais bem posicionados para enfrentarmos os desafios de 2022 e dos próximos anos, incluindo a transformação de longo prazo do setor de energia para acompanhar o movimento gradual rumo à descarbonização da economia. Também tenho plena confiança no comprometimento e na capacidade do time em executar nossa estratégia e garantir que a Ipiranga siga encantando e contribuindo com a mobilidade dos brasileiros.

Leonardo Linden
Presidente Ipiranga

Destques 2021

VENDA DE COMBUSTÍVEIS (mil m³)



R\$ 807 milhões

investidos em 2021 em relação a R\$ 688 milhões em 2020

7.104 postos

1.841 lojas AmPm e 842 padarias

INOVAÇÃO

Com o Turbo, a Ipiranga é uma das marcas mais inovadoras e que mais pratica a inovação aberta no país*.

DIVERSIDADE

30% de presença feminina na diretoria e **26%** na gerência.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

+ de R\$ 1,5 milhão direcionados à sociedade.

SAÚDE NA ESTRADA

57,1 mil atendimentos e aplicação da vacina contra a Covid-19 em parceria com as secretarias de saúde.

SEGURANÇA

Melhoria de **11%** na taxa de frequência de acidentes.

TRANSIÇÃO ENERGÉTICA

Ipiranga é carbono neutro desde 2014. Em 2021, adquiriu seus primeiros certificados de energia renovável para 100% da energia elétrica consumida.

*Fonte: TOP 100 Empresas mais inovadoras do Brasil, jornal *Valor Econômico*.



Perfil



Compromisso com a mobilidade das pessoas

GRI 102-2, 102-6, 102-7 e 102-10

Com uma história que teve início em 1937, a Ipiranga evolui continuamente o seu posicionamento de Posto Completo para apoiar a mobilidade e oferecer conveniência que facilitem o dia a dia de seus clientes e consumidores. Com essa proposta de valor e, cada dia mais digital, o ecossistema Ipiranga compreende postos de abastecimento, lojas de conveniência AmPm e unidades de serviço automotivo Jet Oil.

A Ipiranga atua, ainda, no mercado B2B, fornecendo combustível e gerenciando o abastecimento de empresas de médio e grande portes dos mais distintos segmentos. Também é a principal parceira da *startup* Pró-Frotas, primeira solução de gestão de abastecimento 100% digital, e mantém participações na Iconic (*joint venture* com a Chevron), líder brasileira de lubrificantes, e no gasoduto Transportadora Sulbrasileira de

Gás (TSB). Em 2021, a Ipiranga vendeu sua participação na ConectCar, empresa de pagamento eletrônico em pedágios e estacionamentos.

KM DE VANTAGENS E ABASTECE AÍ

Com oferta de benefícios para os seus mais de 36 milhões de usuários cadastrados, o **Km de Vantagens** é o maior programa de fidelidade do Brasil e a principal plataforma de fidelização entre a Ipiranga e seus consumidores, além de ser um importante acelerador de negócios para os revendedores e franqueados da rede. O **abastece aí**, que funcionava como uma ferramenta de descontos do Km de Vantagens, tornou-se uma *fintech* de pagamento digital, *cashback* e outros serviços financeiros. Além de abastecer na rede Ipiranga, realizar serviços na Jet Oil e comprar nas lojas AmPm, o abastece aí pode ser usado em 40 parceiros, entre restaurantes, cinemas e companhias aéreas. No início de 2022, para facilitar a usabilidade dos consumidores, os dois aplicativos foram unificados.



VISÃO GERAL IPIRANGA

GRI 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7

Presente em **85% dos municípios brasileiros**

7.104 postos revendedores

1.841 lojas AmPm
842 padarias
206 lojas com operação própria

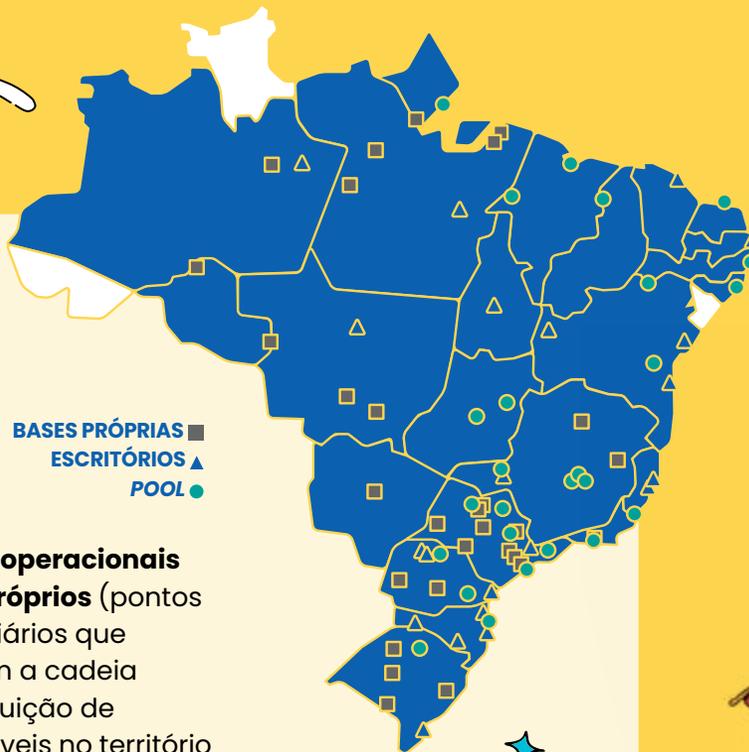


1.149 unidades Jet Oil



36 milhões de consumidores cadastrados no Km de Vantagens, um dos maiores programas de fidelidade do Brasil

1. Mantém também 16 escritórios em *pools* terceiros e 41 contratos de armazenagem em terceiros.



39 bases operacionais e *pools* próprios (pontos intermediários que conectam a cadeia de distribuição de combustíveis no território nacional) em 23 estados¹

4 centros de distribuição AmPm (Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul.)

4 mil funcionários²



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

PORTFÓLIO EXCLUSIVO

- Gasolina Original Ipiranga
- Gasolina aditivada DT Clean
- Gasolina Octapro
- Diesel aditivado RendMax
- Lubrificantes Jet Oil

EXPANSÃO

Reforçando sua estrutura operacional, em 2021 a Ipiranga inaugurou um novo *pool* em Miritituba, distrito de Itaituba (PA), e iniciou a construção de uma base em Fortaleza (CE). Seguiram em andamento as expansões em Belém (PA), Cabedelo (PB) e Vitória (ES).

Saiba mais em:
portal.ipiranga

Governança e gestão

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

A Ipiranga Produtos Petróleo S.A. é uma empresa do Grupo Ultra, organização de capital aberto com ações listadas na B3 (Brasil, Bolsa, Balcão), de São Paulo, e na NYSE (Bolsa de Valores de Nova York).

O presidente da Ipiranga é membro da Diretoria Executiva do Grupo Ultra.

Diretoria Executiva Ipiranga – em 31 de dezembro de 2021

Leonardo Remião Linden	Presidente
Bárbara Regina de Miranda Haschelevici	Diretora de Marketing e Desenvolvimento de Negócios
Carlos Frederico Resende	Diretor Comercial de Rede
Cristiane Silva Leite	Diretora de Planejamento e Controle
Francisco Carlos Ganzer	Diretor de Operações
Guido Rogerio Macedo Silveira Filho	Diretor Jurídico e de Relações Institucionais
José Vianna Sampaio Neto	Diretor Mercado Empresarial
Luciana Domagala	Diretora de Pessoas e Sustentabilidade
Marcello Farrel Silva	Diretor AmPm

PRIORIDADES ESG GRUPO ULTRA

A Ipiranga faz parte dos Compromissos para Sustentabilidade, com objetivos em temas estratégicos.

Governança
Ambição: Ser protagonista em governança e integridade, influenciando o ambiente de negócios na adoção de melhores práticas e conduta ética.



Para conhecer a estrutura de governança corporativa do Grupo Ultra, consulte o [Relatório Integrado 2021](#).

Gestão de Riscos

O gerenciamento de riscos da Ipiranga ocorre em sinergia com o Grupo Ultra. A Matriz de Riscos da empresa é agrupada em famílias que abrangem todo o negócio, estabelecida a partir de discussões em diferentes instâncias e avaliações de cenários, com atualizações periódicas que garantem respostas ágeis sempre que um novo tema com potencial de impacto é mapeado.

Em 2021, o amadurecimento da gestão de sustentabilidade do Grupo resultou na incorporação dos riscos ligados aos aspectos ESG (ambiental, social e de governança) à família de riscos estratégicos e de sustentabilidade. As outras famílias são: Financeiros, Cibernéticos, Operacionais e *Compliance*.

Entre os riscos monitorados pela Ipiranga, estão:

- **Transição energética:** a emergência climática e o movimento de descarbonização da economia podem influenciar a capacidade da companhia de operar no longo prazo. O tema também representa oportunidades, impulsionando o desenvolvimento de novos negócios, produtos e serviços que contribuam para a transição energética. [Leia mais em Transição energética. GRI 201-2](#)
- **Cenário regulatório:** embora tenham o objetivo de aumentar a competitividade e estimular a redução dos preços para o consumidor final, alterações regulatórias recentes podem gerar insegurança na cadeia e aumentar riscos de comércio irregular e de segurança dos processos. **SASB EM-RM-530a.1**
- **Cibernético:** com o avanço da digitalização da rede, aumenta a responsabilidade com a segurança das informações gerenciadas, e a Ipiranga precisa ser capaz de criar mecanismos de proteção de sistemas robustos e constantemente atualizados.
- **Gestão de pessoas:** manter o *pipeline* de líderes preparados para o momento de transformação do setor e para construir o negócio do futuro também são fatores essenciais para o sucesso da Ipiranga.

APOIO E PARTICIPAÇÃO EM ENTIDADES SETORIAIS

Principais organizações GRI 102-13

- Associação Brasileira de Downstream (ABD)
- Associação Brasileira de Franchising (ABF)
- Associação Brasileira de Terminais Portuários (ABTP)
- Confederação Nacional da Indústria (CNI)
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)
- Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP)
- Instituto Combustível Legal (ICL)
- Instituto Foodservice Brasil
- Rede Brasil do Pacto Global – a Ipiranga é signatária do Pacto Global desde 2013 **GRI 102-12**
- Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e Lubrificantes (Sindicom)

PRINCIPAIS RECONHECIMENTOS



- **Marcas Brasileiras Mais Valiosas** (Interbrand): 13ª marca mais valiosa do país.
- **Marcas Mais 2021 (Estadão):** 1ª em Combustíveis.
- **Prêmio Valor Inovação 2021** (jornal *Valor Econômico*): 2ª posição em Petróleo, Gás e Petroquímica e 62ª colocação no *ranking* geral.
- **100 Open Startups 2021:** empresa que mais pratica inovação aberta em Varejo e Distribuição e 23ª posição no *ranking* geral.
- **Melhores Empresas em Satisfação do Cliente** (Instituto MESCC): programa Km de Vantagens vencedor em Programa de Fidelidade.
- **Prêmio Reclame Aqui:** 1º lugar em Distribuidoras – Postos de Combustíveis.
- **Prêmio Respeito** (revista *Consumidor Moderno*): vencedora em Postos de Combustíveis.

Modelo de negócios

- 16 Ética e integridade
- 18 Mais próximos da rede e dos consumidores
- 21 Transição energética

Prioridades estratégicas

Em 2021, foram estabelecidos quatro pilares prioritários para potencializar o crescimento e a geração de valor do *core business*:

- 1.** Logística, distribuição & *trading*. Nesse pilar, o foco é a otimização de processos para trazer mais eficiência e aumentar o nível de serviço, na evolução da *trading* e novos modelos de suprimentos, e em investimentos seletivos e rentáveis, alinhados às estratégias definidas para cada região.
- 2.** Rede de postos. O segundo pilar tem como objetivo o fortalecimento e o engajamento da rede, com imagem impecável e excelência em produtos e serviços. O foco é, principalmente, a expansão qualificada da rede, revitalização dos postos, capacitação da pista e maior proximidade com o revendedor.

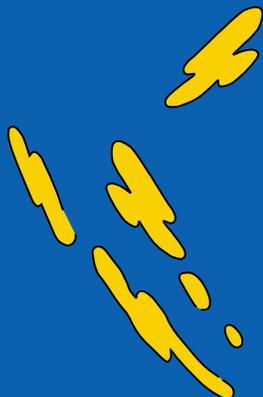
- 3.** Inteligência de preços. O terceiro pilar tem como objetivo a evolução na estratégia de precificação, com melhoria de ferramentas, processo e organização, trazendo mais consistência e resultados para a Ipiranga e para seus revendedores.
- 4.** Engajamento por encantamento. Esse último pilar materializa o compromisso com o encantamento, que deve ser o objetivo da empresa nas interações com revendedores, clientes empresariais, consumidores finais e com os demais públicos – incluindo o próprio time de funcionários e as comunidades do entorno –, repercutindo positivamente nos níveis de engajamento e no valor da marca Ipiranga.



Ipiranga: marca inovadora

Ano após ano, a Ipiranga se consolida como uma marca centrada em inovação, posição que também é percebida pelo mercado ([leia mais em Principais Reconhecimentos](#)).

Além de investir na prospecção de novos produtos e serviços em varejo, energia e mobilidade, o Turbo, *hub* de inovação da Ipiranga, tem avançado ao impulsionar a geração de conhecimento sobre mobilidade urbana e transição energética. O Turbo promoveu eventos ao longo do ano com essas temáticas, diretamente conectadas ao futuro das cidades.



TURBO: FOCO EM MOBILIDADE

- **Desafio Ipiranga-Cebrap: Mobilidade e Tendências:** 5 pesquisadores receberam bolsas para desenvolverem estudos inéditos sobre o futuro da mobilidade urbana no Brasil (em parceria com o Centro Brasileiro de Análise e Planejamento/Cebrap).

- **Mobilidade em transição:** série de *webinars* com especialistas externos e da Ipiranga que discutiram os desafios e tendências para mobilidade e varejo.



Estratégia de sustentabilidade

Tendo a sustentabilidade como uma das iniciativas estratégicas da companhia, em 2021 a Ipiranga trabalhou na evolução da cultura de sustentabilidade para que cada vez mais a agenda esteja no dia a dia de todo o time e seus pilares sejam considerados nas tomadas de decisão. Também pretende alcançar a rede de revendedores e franqueados e as comunidades do entorno.

Além de revisar os temas materiais, em linha com o Grupo Ultra e para trazer mais foco à atuação dos times, um dos destaques do ano foi a estruturação do programa de formação em sustentabilidade para os executivos. O Universo Ipiranga, universidade corporativa, também oferece um treinamento básico em sustentabilidade para os recém-contratados. Lançada no segundo semestre de 2021, 361 pessoas já concluíram a formação.

GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

A Diretoria de Pessoas e Sustentabilidade é responsável pela gestão estratégica e pelo reporte periódico à Diretoria Executiva da Ipiranga. Cada tema material conta com um *squad* multidisciplinar, liderado por representantes de diferentes áreas da empresa. Em reuniões mensais, os grupos planejam as ações e acompanham sua evolução. Em cada tema material, há indicadores específicos de monitoramento.

A partir de 2022, a remuneração variável de toda a liderança, além de estar atrelada ao desempenho financeiro anual (Ebitda e fluxo operacional), passa a considerar as metas de sustentabilidade.

[Conheça a Política de Sustentabilidade Ipiranga](#)

EVOLUÇÃO DOS TEMAS MATERIAIS GRI 102-47, 102-49

Materialidade 2020	Materialidade 2021 ¹
Ética e integridade	Ética e integridade
Privacidade de dados	
Relações de trabalho	Pessoas e diversidade
Diversidade e inclusão	
Saúde e segurança	Saúde e segurança
Proximidade com rede e consumidores	Proximidade com rede e consumidores
Cadeia de fornecimento	Cadeia de fornecimento
Relacionamento com o entorno	Relacionamento com a comunidade
Mobilidade urbana	
Consumo consciente	Transição energética
Mudança climática	
Contaminação do solo e da água	Operações ecoeficientes
Ecoeficiência	

1. Temas materiais atualizados em 2021.

MODELO DE NEGÓCIOS

Ipiranga, o posto completo

PRINCIPAIS RECURSOS

CAPITAL FINANCEIRO

Solidez financeira da *holding* **Ultrapar**

CAPITAL MANUFATURADO

Bases e *pools* **estrategicamente localizados**

Rede de lojas de conveniência **AmPm**

Rede de serviços automotivos **Jet Oil**

CAPITAL HUMANO

Mais de **4 mil** funcionários

CAPITAL INTELECTUAL

Investimento em **P&D** e **inovação aberta**

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

Revendedores e **franqueados**

Clientes do **mercado empresarial**

CAPITAL NATURAL

Derivados de **petróleo** e **biocombustíveis**

COMO A IPIRANGA AGREGA VALOR

- Excelência operacional na distribuição de combustíveis e biocombustíveis
- Modelo de revendas e franquias: serviços completos e rede altamente capilarizada
- Gestão da marca e inteligência de mercado
- Inovação focada no cliente: conveniência, mobilidade e novos negócios
- Ambiente de negócios ético: promoção da integridade na rede de revendedores e franqueados
- Promoção da cultura da segurança para colaboradores e a rede de franqueados, revendedores e clientes empresariais
- Estratégia de suprimentos competitiva

RESULTADOS E IMPACTOS GERADOS

- Produtos e serviços de **qualidade**
- Retorno aos acionistas
R\$ 99.383 bilhões de receita líquida
- **47 mil empregos indiretos** em revendas e franquias
- Contribuição para o **sucesso de revendas e franquias**: apoio em marketing, capacitação e boas práticas socioambientais (**+ de 300 mil horas** de treinamentos e **40 mil participantes**)
- **Conveniência** para as pessoas e seus veículos
- Confiança e reputação de marca
13ª mais valiosa do País (Interbrands)
- Ipiranga detém **18,4% de market share**
- Apoio à diversificação da matriz energética combustíveis: **17,5% de share em etanol** e **pontos de recarga** para veículos elétricos **SASB EM-RM-410a.2**
- Como parte da cadeia, gera impactos ligados ao **consumo de combustíveis de origem fóssil**

Ética e integridade

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

A Ipiranga segue as diretrizes estabelecidas no Código de Ética e nas Políticas Corporativas do Grupo Ultra.

A Gerência de *Compliance* é responsável por desdobrar as iniciativas do Programa de Ética e *Compliance* do Grupo na Ipiranga, além de realizar as atividades de gestão de riscos, auditoria interna e privacidade de dados. A Ipiranga defende as boas práticas comerciais e promove em sua rede a preocupação com a integridade e o respeito com os concorrentes.

CANAL ABERTO

Administrado por empresa independente e com garantia de anonimato e não retaliação
Site: www.canalabertoultra.com.br
Telefone: 0800 701 71 72

Outros destaques

- O *compliance* na Ipiranga tem um programa anual de comunicação e treinamento, abordando temas como ética e integridade, combate à corrupção, boas práticas concorrenciais, conflitos de interesse e combate a assédio e discriminação. 90% dos colaboradores estão comunicados sobre Políticas e Procedimentos Anticorrupção. **GRI 205-2**
- Em 2021, a Ipiranga realizou sua primeira *Compliance Week*, traduzindo de forma leve os principais conceitos de *compliance*, auditoria interna e privacidade de dados, refletindo um programa feito de pessoas para pessoas, superando os limites do escritório e alcançando também as bases de distribuição.

Para saber mais sobre o Programa de Ética e *Compliance*, consulte o Relatório Integrado 2021 do Grupo Ultra.

- A Ipiranga realiza a avaliação de riscos de corrupção em toda a operação. **GRI 205-1**
- Nenhum caso de corrupção confirmado, nem ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio em 2021. **GRI 205-3**
- A Ipiranga realiza avaliação reputacional para todos os novos relacionamentos com parceiros de negócio. Casos de potencial risco são deliberados em Comitê formado pelas áreas jurídica, comercial e de *compliance*.
- Desde 2017, a Ipiranga inclui um painel de *compliance* em sua Convenção Anual de Vendas, alcançando o público interno, revendedores e franqueados.
- Uma das *lives* de 2021 para a rede de revendedores foi exclusiva sobre ética nos negócios e abordou temas de *compliance*, direito de concorrência e preço, entre outros.
- Mais de 90% dos funcionários foram comunicados sobre as políticas e procedimentos anticorrupção em 2021 e mais de 75% receberam treinamentos sobre esses temas. **GRI 205-2**

Privacidade de dados GRI 103-2, 103-3

A Ipiranga segue as diretrizes da Política Corporativa de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais do Grupo Ultra, instituída em 2020, após a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Obedece, ainda, à Política de Segurança da Informação do Grupo, atualizada em 2021.

Como parte das iniciativas relacionadas à LGPD, a empresa concluiu a estruturação de seu Escritório de Privacidade e nomeou o Encarregado de Dados. Dessa forma, um grupo multidisciplinar atua na governança e tratamento dos dados pessoais. Após o ataque cibernético sofrido pelo Grupo Ultra em janeiro de 2021, a Ipiranga, em conjunto com a *Holding* e os demais negócios, aumentou o nível de segurança dos ambientes de tecnologia da informação.

A Ipiranga recebeu, ainda, uma queixa de um titular de dados pessoais instaurada perante a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). A empresa identificou que o problema havia sido causado por uma inconsistência cadastral e corrigiu a informação, atendendo ao pedido do titular. **GRI 418-1**

Combate ao mercado irregular

Com uma atuação protagonista, a Ipiranga é uma das mantenedoras do Instituto Combustível Legal (ICL), iniciativa setorial para promover um ambiente ético e leal no mercado de combustíveis.

Irregularidades como sonegação, adulteração, bomba fraudada, entre outras, assolam e geram prejuízos para toda a cadeia. Para se ter ideia da dimensão dos impactos dessas fraudes no setor, segundo estudo recente da Fundação Getúlio Vargas (FGV), a sonegação e a inadimplência de tributos no mercado de combustíveis somam mais de R\$ 14 bilhões ao ano.

O ICL atua no combate às fraudes e em prol de uma concorrência saudável. Em 12 meses, o Instituto contribuiu para que mais de 350 milhões de litros fossem retirados do mercado irregular, produziu mais de 1.250 denúncias contra postos identificados com irregularidades de qualidade e de quantidade, além de diversas outras iniciativas.

Saiba mais
institutocombustivellegal.org.br

COMBUSTÍVEL 100%

Com o programa Combustível 100%, a Ipiranga monitora a procedência e a qualidade de seus combustíveis nas bases de distribuição e nos postos dos revendedores, garantindo segurança ao consumidor final. O acompanhamento também se aplica aos clientes do Mercado Empresarial.

Os postos que atendem aos padrões exigidos pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) recebem o Selo da Qualidade, o que impulsiona sua credibilidade com os clientes finais. Quando irregularidades são identificadas, as penalidades previstas variam de multas à suspensão dos contratos com a Ipiranga.

O programa também treina os funcionários dos postos e mantém um fluxo de comunicações, que chamam atenção sobre as características dos combustíveis e os cuidados necessários em seu manuseio e conservação.

QUALIDADE ASSEGURADA

- + de 14 mil visitas técnicas
- + de 254 mil análises/ano
- + de 90% dos postos aprovados
- 19 laboratórios móveis responsáveis pelas análises nos postos



Mais próximo da rede e dos consumidores

Postos Ipiranga

GRI 102-43, 102-44, 103-2, 103-3

Dialogar com o empreendedor à frente de um posto Ipiranga e compreender seu contexto e suas dores é fundamental para assegurar o encantamento do parceiro pela marca. Não à toa, a empresa vem focando no resgate da proximidade. Desde 2020, o fórum Jornada do Revendedor reúne um grupo de revendedores, de distintas regiões, portes e tipo de gestão, e profissionais de diferentes áreas da companhia. O objetivo é identificar oportunidades de melhoria para fortalecer o engajamento e o encantamento da rede. Os aprendizados dessa iniciativa propiciaram a criação de uma área específica, dedicada a aperfeiçoar as diferentes etapas da jornada de relacionamento da Ipiranga com sua rede.

“Gostaria de agradecer a atenção que recebi de um colaborador da Ipiranga que esteve comigo e minha equipe durante a pandemia, nos incentivou, treinou e orientou na confecção de uma proposta de venda da Gasolina DT Clean, desenvolvendo uma postura de confiança ao nosso frentista e agregando valor na percepção do cliente”.

Eduardo Santos, revendedor Auto Posto Jardim Bandeirante, de Campinas (SP)

Para fortalecer o relacionamento

- **Ipiranga Top:** nova ferramenta de gestão para o revendedor ter acesso a uma série de dados do negócio que o estimule a adotar as melhores práticas.
- **Convenção comercial:** Participação de 70% dos postos convidados.
- **3 lives** para a rede em 2021.
- **5,6 mil participantes em uma única live**, um recorde.

ESCOLA DE VAREJO EM 2021

Oferece aprimoramento contínuo às equipes de revendedores (Posto Ipiranga) e franqueados (AmPm e Jet Oil), chamados de VIPs.

+ de 40 mil VIPs capacitados (quase 70% mais que 2020).

+ de 300 mil horas de formação (mais de 200% de crescimento).

+ de 4 mil postos impactados.

Lançamento da websérie

Atendimento Completo, focada nos VIPs.

Especialista de pista nas redes sociais: aproxima VIPs da marca Ipiranga e leva conteúdos especiais sobre o dia a dia no posto para gerar engajamento.

A nova AmPm

A rede de lojas de conveniência AmPm, que integra a proposta de valor do posto completo, deu sequência no seu plano de transformação em 2021, com os seguintes objetivos: aumentar o engajamento dos franqueados e avançar na excelência operacional e na expansão da rede.

Internamente, a gestão foi aprimorada para garantir ainda mais atenção às especificidades do setor varejista e do segmento de franquias. Também foi criado um Conselho Consultivo exclusivo para a AmPm, com a participação de líderes do Grupo Ultra e da Ipiranga, além de um especialista externo. Parte das decisões também é debatida e validada no Conselho de Franqueados, formado por dez membros que representam os demais franqueados de sua região.

O plano de transformação considera a implementação do novo conceito de loja física, desenhado em 2020 para tornar a jornada

de compra mais fluida, intuitiva e agradável, e a consolidação da omnicanalidade, com a formatação da proposta digital da marca.

O número de lojas AmPm chegou a 1.841 em 2021, com 162 lojas adaptadas ao novo formato e que já registram aumento médio de faturamento de 21%

Jet Oil

A rede de serviços automotivos Jet Oil complementa a proposta de valor do posto completo. A Ipiranga encerrou o ano com 1.149 mil unidades, 1.140 administradas por franqueados e nove gerenciadas diretamente pela empresa.

Os clientes encontram nas unidades Jet Oil os principais serviços para seus veículos, além da linha de lubrificantes Ipiranga e Texaco, e um amplo portfólio multimarca.

A estratégia de transformação da AmPm também passa pelas operações próprias, que funcionam como um grande laboratório para o desenvolvimento contínuo da proposta de valor AmPm. No fim de 2021, a Ipiranga gerenciava 206 lojas, o que equivale a 11% da rede.



- **162 lojas AmPm** no novo formato, **crescimento médio de 21% no faturamento** e no *ticket* médio de compra.
- **450 lojas AmPm** com o pacote digital ativo, **crescimento médio de 10% no faturamento**.
- **Omnicanalidade:** um robusto pacote de *e-commerce* associado a diferentes opções de entrega, cobrindo todas as jornadas de compras do consumidor, onde quer que ele esteja.

Pró-Frotas

Garantir uma proposta de valor cada vez mais completa também é a premissa empregada para os clientes do Pró-Frotas (indústrias de diferentes segmentos e portes).

Em 2018, foi lançada uma nova solução de gestão de abastecimento, 100% digital que, através da transação via aplicativo, automatiza todo o processo e traz segurança para os clientes. A solução, por ser digital, consegue fazer a integração com o sistema da frota, do posto, telemetria e com o pedágio. Além de reduzir riscos de fraude, com parâmetros preestabelecidos e informações em tempo real.

O Pró-Frotas oferece a gestão completa dos abastecimentos tanto internos como externos, integrando todos os dados em um ambiente único e facilitando a vida do gestor de frota. Além disso, a solução oferta um programa de compensação de CO₂ chamado *Carbon Neutral*, que visa neutralizar as emissões de gases do efeito estufa consumidos através da ferramenta.

Negócios

- + de 2.000 postos Ipiranga credenciados
- + de 30.000 *downloads* do aplicativo
- + de 100.000 transações/mês
- + de 20.000 veículos ativos/mês

Solução pioneira e 100% digital de gestão de abastecimento de frotas.

Inovação

O Pró-Frotas promove uma mudança cultural no segmento de gestão de frotas. Nos últimos 20 anos, não houve mudanças significativas no mercado de gestão de abastecimento. O Pró-Frotas surge de maneira inovadora e disruptiva e promove uma experiência digital para o usuário final.

O aplicativo do Pró-Frotas faz a transação no posto sem depender de nenhum cartão ou equipamento. Além disso, a solução entrega para os clientes uma demanda antiga do mercado: o Programa de Fidelidade (KM de Vantagens), *cashback*, roteirizador Inteligente (IA) e gamificação em um único ambiente.

O nível de satisfação dos clientes com o Pró-Frotas foi de 67 pontos, conforme metodologia NPS.

Satisfação e engajamento

A Ipiranga adotou o NPS (*Net Promoter Score*) para avaliar a satisfação da rede e dos consumidores finais com seus serviços e com a marca em todo o Brasil. O mecanismo mensura a probabilidade de recomendação da Ipiranga, indo além da satisfação e identificando a proporção de embaixadores da empresa, ou seja, aqueles dispostos a divulgarem e defenderem a marca.

Com revendedores e franqueados, foram realizadas duas ondas de avaliações em 2021 por instituto independente, que também aplica a pesquisa nos concorrentes, demonstrando os resultados do setor.

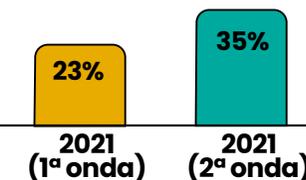
1.830 postos
600 lojas de conveniência
800 franquias de troca de óleo

A percepção dos consumidores finais é avaliada continuamente, por meio de comunicação e divulgações fixados em materiais dos revendedores. Além da nota NPS para o atendimento realizado pelo parceiro, os consumidores avaliam cada atributo do serviço prestado, como o ambiente e a qualidade de atendimento, serviço, produto, tempo de duração do serviço, forma de pagamento e preço.

NPS CONSUMIDOR

79,6% *Avaliação de julho a dezembro de 2021.

NPS REVENDEDORES E FRANQUEADOS



Transição energética

GRI 103-2, 103-3, 201-2, SASB EM-RM-410a.1, SASB EM-RM-410a.2

A transição energética integra o planejamento estratégico da Ipiranga e é tratada de forma transversal na empresa.

Desde 2007, a companhia conta com o Programa Ipiranga Carbono Zero, que garante a mensuração periódica, iniciativas de redução das emissões da empresa e investimentos na compensação das emissões dos clientes. Além disso, desde 2014, a Ipiranga é carbono neutro, compensando todas as emissões diretas (escopo 1) e ligadas ao consumo de energia elétrica (escopo 2) da sua operação que não podem ser evitadas.

A maior parcela das emissões, no entanto, está na cadeia de valor, principalmente envolvendo prestadores de serviço de transporte dos produtos e os consumidores finais de combustível. Além de atuar no mercado de biocombustíveis, a Ipiranga busca intensificar o desenvolvimento de novos negócios e de produtos e serviços menos intensivos em carbono, como iniciativas ligadas à mobilidade elétrica (leia mais a seguir) e produtos aditivados, que melhoram a eficiência dos motores, reduzindo o consumo de combustível e a emissão de poluentes.

A empresa também mapeia novas oportunidades de redução de suas emissões diretas e indiretas.

Ipiranga respondeu por 17,5% do total de etanol comercializado no Brasil em 2021.

CBIOs

4,7 milhões

de Créditos de Descarbonização (CBIOs) adquiridos em 2021

R\$ 176 milhões

Cota da Política Nacional de Biocombustíveis (RenovaBio)

OUTRAS FRENTES

Primeiras estações para recarga de bateria de motos elétricas da América Latina instaladas na rede Ipiranga, em parceria com a *startup* Voltz, investida do Grupo Ultra.

POSTOS IPIRANGA COM RECARGA ELÉTRICA



44 postos localizados em **21 cidades** e no Distrito Federal – parceria com a BMW

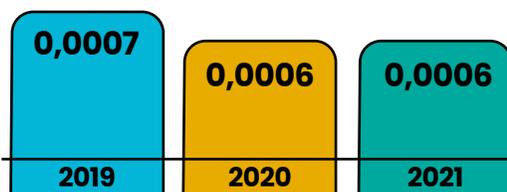
6 postos no corredor eletrificado da Rodovia Presidente Dutra, entre São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ) – parceria com a BMW e a EDP

Serão instalados **mais de 40 pontos de recarga** elétrica nos estados de SP e no RS

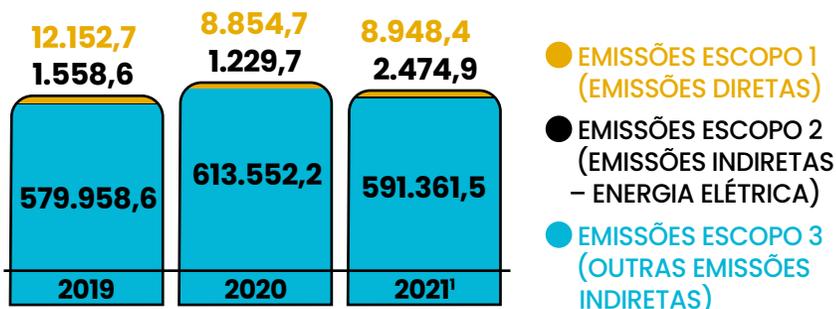
Emissões SASB EM-RM 110a.2

O inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) da Ipiranga é auditado externamente e obedece às diretrizes internacionais do GHG Protocol. Em 2021, as emissões totais caíram 3%. O crescimento significativo nas emissões do escopo 2, provenientes do consumo de energia elétrica, é reflexo das variações do fator de emissão do Sistema Interligado Nacional (SIN). A Ipiranga possui 4 unidades operando no Mercado Livre de Energia e realiza compra de energia incentivada de origem 100% renovável. Além disso, a Ipiranga fez a primeira compra de certificados de energia renovável (I-RECs), provenientes de geração eólica, para todo volume de energia consumido na organização em 2021.

INTENSIDADE DE EMISSÕES (tCO₂e/ PRODUTO COMERCIALIZADO) GRI 305-4



EMISSÕES DE GEE, POR FONTE (tCO₂e) GRI 305-1, 305-2, 305-3



1. Considerada a aquisição dos I-RECs para 100% da energia elétrica consumida em 2021 (abordagem de escolha de compra – *market-based*), as emissões do escopo 2 equivaleram a zero emissões de GEE.

PRINCIPAIS FONTES DE EMISSÕES:

Escopo 1: emissões das operações, incluindo queima de combustível e biomassa para geração de energia; automóveis da frota própria; tratamento de efluentes, entre outros

Escopo 2: consumo de energia elétrica.

Escopo 3: bens e serviços comprados; transporte das matérias-primas e logística de produtos (marítimo, rodoviário e aéreo), viagens de negócio e transporte de funcionários, resíduos gerados nas operações.

Inventário de emissões GEE disponível no Registro Público de Emissões

PRIORIDADES ESG GRUPO ULTRA

A Ipiranga faz parte dos Compromissos para Sustentabilidade, com objetivos em temas estratégicos.

Transição energética

Ambição: Planejar e implementar estratégias voltadas à transição para uma economia de baixo carbono.

EMPRESÁRIOS PELO CLIMA

Membro do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), a Ipiranga assinou a carta Empresários pelo Clima que foi lançada às vésperas da COP-26, realizada na Escócia, e defendeu o protagonismo brasileiro na agenda de enfrentamento às mudanças climáticas, posição que a Ipiranga acredita e com a qual almeja contribuir.



Excelência operacional

- 24 Operações ecoeficientes
- 27 Cadeia de fornecimento
- 29 Saúde e segurança

Operações ecoeficientes

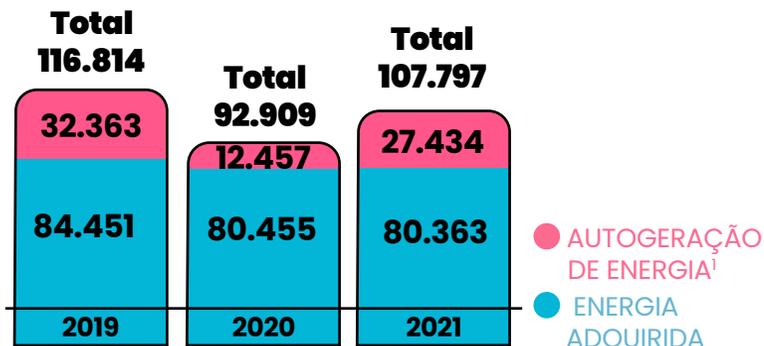
GRI 103-2, 103-3

A Ipiranga conta com um sistema robusto que abrange todos os processos de prevenção, mitigação e gestão de impactos ambientais nas unidades operacionais. Trata-se do SIGA+ (Sistema Ipiranga de Gestão), que gerencia, ainda, os aspectos de saúde e segurança, qualidade e responsabilidade social. Todas as unidades são auditadas anualmente no âmbito do SIGA+ e possuem metas internas relacionadas ao consumo relativo de água e energia e diretrizes para redução da geração de resíduos e efluentes.

Energia

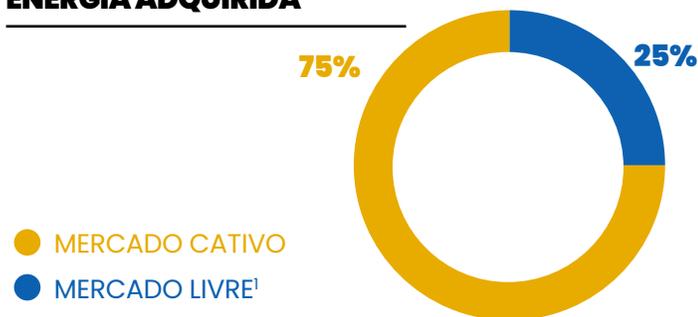
Em energia, o consumo subiu 16% em 2021, especialmente por conta da retomada da operação da caldeira no *Pool* Ferroviário de Paulínia, abastecida com óleo combustível.

CONSUMO TOTAL DE ENERGIA (GJ) GRI 302-1



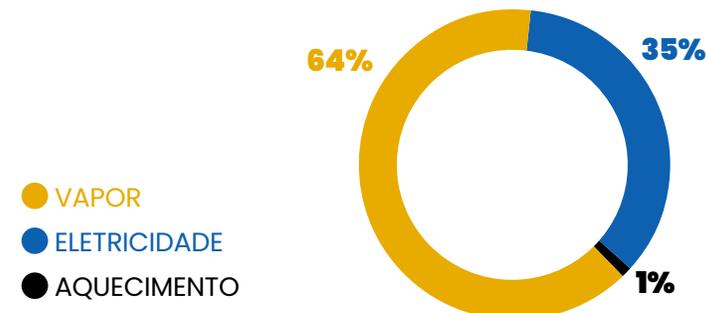
1ª compra de certificados de energia renovável (I-RECs), de geração eólica, para o consumo de 2021

ENERGIA ADQUIRIDA



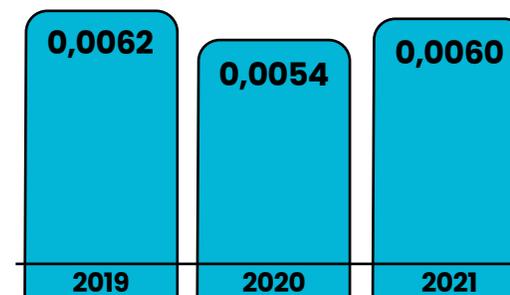
1. Fonte 100% renovável nos prédios da matriz, na base de São Caetano (SP) e no *Pool* Ferroviário de Paulínia.

AUTOGERAÇÃO DE ENERGIA¹



1. Fontes não renováveis como diesel, gás natural, GLP, óleo combustível e gasolina utilizadas em geradores de eletricidade, sistemas de aquecimento e caldeiras de vapor.

INTENSIDADE ENERGÉTICA (GJ/t PRODUTO COMERCIALIZADO) GRI 302-3



ECOEFIÊNCIA PARA REDE DE POSTOS

O Programa Posto Gestão+ orienta revendedores com soluções tecnológicas, ferramentas, manuais e treinamentos sobre meio ambiente e segurança operacional. Também há um canal direto com a área técnica para dúvidas.

A Ipiranga expandiu o projeto de usinas solares de geração distribuída em 15 regiões, que vão abastecer a rede. As primeiras serão inauguradas em 2022 e os ganhos estimados envolvem mais de 40 MWh/ano de energia limpa para 530 postos e franquias. 11 mil toneladas de CO₂ e deixarão de ser emitidas por ano.

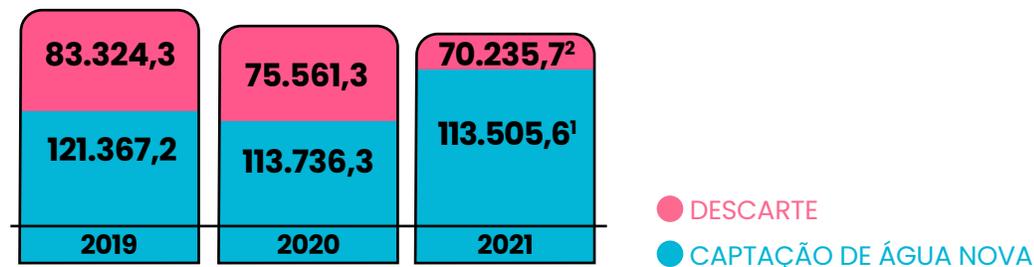
Água GRI 103-2, 103-3, 303-3

A operação da Ipiranga não é intensiva no uso de água e seu maior consumo ocorre nas áreas administrativas e na manutenção de sistemas de combate a incêndio. Com isso, a pandemia e o trabalho remoto influenciaram os indicadores de consumo de água e descarte de efluentes. A definição de critérios e limites de descarte considera a legislação e condicionantes das licenças de operação. Os efluentes são monitorados periodicamente e, em 2021, foi criado um Plano de Automonitoramento de Efluentes Líquidos para orientar as operações sobre a gestão e descarte dos efluentes oleosos e/ou esgoto doméstico.

Resíduos GRI 103-2, 103-3, 306-1, 306-2

Os impactos relacionados à geração de resíduos estão concentrados na própria atividade da Ipiranga e nos postos revendedores, especialmente em resíduos perigosos por conta da natureza da atividade de armazenamento e distribuição de combustíveis. Para gerenciá-los, a companhia conta com o Plano de Gerenciamento de Resíduos, procedimen-

CAPTAÇÃO E DESCARTE DE ÁGUA (mil litros) GRI 303-3, 303-4, SASB EM-140A.1



1. Fontes: 89,9 milhões de litros (empresas de saneamento), 17,3 milhões (água subterrânea) e 6,2 milhões (água pluvial). Não há reciclagem de água nem monitoramento de zonas de estresse hídrico.
2. Descarte: 36,6 milhões de litros (empresas de saneamento), 32,6 milhões (subterrânea) e 1,2 milhão (superfície).

tos internos que orientam a correta gestão e incentivos à conscientização ambiental baseada nos 3Rs: reduzir, reutilizar e reciclar.

A atuação preventiva contra vazamentos é parte do gerenciamento de riscos de processos, que visa garantir a integridade das barreiras e dos sistemas de proteção. Taxas de anomalias e acidentes de processo são acompanhados periodicamente.

A Ipiranga também mantém planos de inspeção e manutenção em postos revendedores, promove campanhas de engajamento e dissemina manuais para processos de carga e descarga de combustíveis. Ainda realiza treinamentos para as áreas comerciais e de gestão operacional em segurança e meio ambiente.

PRIORIDADES ESG GRUPO ULTRA

A Ipiranga faz parte dos Compromissos para Sustentabilidade, com objetivos em temas estratégicos.

Ecoeficiência

Ambição: Assegurar nível de excelência na gestão ambiental das operações, reduzindo o consumo de energia, de água e de geração de resíduos.

Metas 2030:

- 100% de energia elétrica renovável certificada
- Aterro Zero
- Zero vazamento com perda de contenção secundária

GESTÃO DE RESÍDUOS (t)¹ GRI 306-3, 306-4, 306-5



1. Inclui os Centros de Distribuição AmPm.
2. Resíduos de limpeza de tanque e da caixa separadora de água e óleo, contaminados com hidrocarbonetos, lodo da fossa séptica, óleos, tintas, pilhas e baterias e outros.
3. Resíduos não recicláveis, poda e varrição, papel e papelão e plástico, resíduos de construção civil e vidro, principalmente.
4. Aumento se deve à demolição de um armazém de aditivos, que gerou 771 toneladas de resíduos inertes (que não reagem com o meio ambiente) destinados para aterro exclusivo de resíduos de construção civil (RCC).

MÉTODO DE DISPOSIÇÃO (t)

GRI 306-3, 306-4, 306-5, SASB EM-RM-150a.1

RESÍDUOS PERIGOSOS	1.298,8
Não destinados à disposição final (reciclagem)	35,5
Destinados à disposição final ¹	1.275,3
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	1.746,4
Não destinados à disposição final ²	211,2
Destinados à disposição final ³	1.519,6

1. Maior parte é coprocessada (45,7%) e destinada para tratamento biológico (36,9%).
2. Reciclagem (74%), compostagem (15%) e reutilização (11%).
3. Quase todo o volume enviado para confinamento em aterro.

PREVENÇÃO A VAZAMENTOS

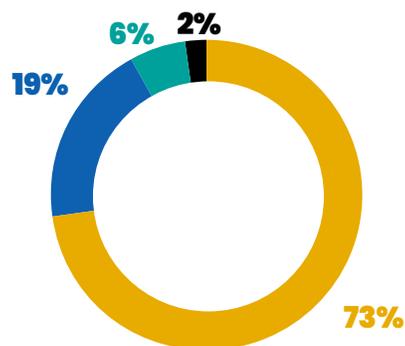
Recuperação de áreas contaminadas: 33 processos de remediação encerrados em 2021, sendo 3 nas unidades operacionais e 30 em instalações de clientes.

Cadeia de fornecimento

GRI 103-2, 103-3, 102-9, 408-1, 409-1

A cadeia de suprimentos é composta por mais de 2 mil fornecedores, com um total de compras que ultrapassou R\$ 32,2 bilhões em 2021. Todos os contratos firmados incluem cláusulas anticorrupção, de segurança da informação e relacionadas a direitos humanos, responsabilidade social e práticas trabalhistas, ambientais e de saúde e segurança. A Política de Fornecedores e a Cartilha de Sustentabilidade para Fornecedores, disponíveis no *site* da Ipiranga, indicam as diretrizes socioambientais que devem ser cumpridas pelos parceiros.

PRINCIPAIS CATEGORIAS, POR VOLUME DE COMPRAS



- PRODUTORES DE BIOCOMBUSTÍVEIS
- REFINARIAS E TRADERS GLOBAIS DE ÓLEO DIESEL E GASOLINA
- TRANSPORTADORAS (MODAIS RODOVIÁRIO, FERROVIÁRIO E FLUVIAL)
- INDIRETOS¹

1. Inclui serviços e insumos ligados a obras e infraestrutura de postos, engenharia de bases, TI, entre outros.

PRIORIDADES ESG GRUPO ULTRA

A Ipiranga faz parte dos Compromissos para Sustentabilidade, com objetivos em temas estratégicos.

Cadeia de valor

Ambição: Influenciar, fomentar e monitorar a adoção das melhores práticas ESG na cadeia de valor dos negócios.

Metas 2030:

- 100% dos fornecedores críticos com práticas de excelência em ESG



Conformidade GRI 308-1, 414-1

A Ipiranga condena as práticas de trabalho forçado e análogo ao escravo e adota medidas preventivas para evitar esse risco em sua cadeia de fornecimento, incluindo processos internos de checagem de documentos, reputacional e de listas restritivas. Embora não sejam critérios para seleção de fornecedores, todos precisam cumprir requisitos de conformidade, avaliados previamente, e podem ser alvo de auditorias durante o contrato. A Ipiranga também promove boas práticas sociais e ambientais descritas na Cartilha de Sustentabilidade para Fornecedores.



NA MÃO CERTA GRI 102-12

Como signatária do Pacto Empresarial Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras e apoiadora do programa Na Mão Certa, a Ipiranga se mantém comprometida com a conscientização das transportadoras parceiras e do público caminhoneiro em geral.

Inserção do tema em manuais de boas práticas para fornecedores de transporte, ações de conscientização para públicos externos, *lives*

com transportadoras, comunicação para revendedores, participação em fóruns empresariais e apoio a ONGs que protegem a infância.



GESTÃO DE TRANSPORTADORAS E OPERADORES LOGÍSTICOS GRI 103-2, 103-3

Promoção da segurança e da eficiência operacional

Modal	Processo implementado/iniciativa realizada
Rodoviário	<p>Manual de excelência e boas práticas para Transporte Rodoviário Ipiranga (MTRI)</p> <p>Auditorias para novas transportadoras</p> <p>Auditorias bianuais para todas as transportadoras</p> <p>Segurança: Programa Segurança 360° - capacitações, campanhas e monitoramento de indicadores-chave.</p>
Fluvial	<p>Manual de excelência e boas práticas para Transporte Fluvial Ipiranga (MTFI)</p> <p>Auditorias anuais</p> <p>Início da implantação da certificação internacional Vetting (OCIMF) para operações fluviais</p> <p>Segurança: Programa Marítimo 5 Estrelas¹ para fortalecer a cultura de segurança</p>
Ferroviário	<p>Inspeções periódicas nos pontos de abastecimento dos operadores logísticos</p>

1. Programa de reconhecimento dos transportadores marítimos para engajamento em segurança.

★ Saúde e segurança

GRI 103-2, 103-3, 403-7, SASB EM-RM-320a.2

A segurança de funcionários, profissionais terceirizados, revendedores e suas equipes, clientes empresariais e fornecedores é prioridade para a Ipiranga. A gestão do tema é feita por meio do SIGA+ (Sistema Ipiranga de Gestão Aplicada à Saúde, Segurança, Meio Ambiente, Qualidade e Responsabilidade Social) e de um conjunto de programas e práticas complementares. Isso inclui comitês de segurança instalados em nível local, regional e gerencial, com reuniões mensais, e o Sistema de Comando de Incidentes (SCI) ativo nas bases para a gestão de eventuais emergências e crises e assegurar a continuidade do negócio.

PARA A REDE DE POSTOS

A Ipiranga apoia os revendedores em processos ambientais e na prevenção de acidentes e danos ambientais, por meio de visitas e treinamentos. São desenvolvidas e atualizadas periodicamente ferramentas, soluções tecnológicas, manuais e capacitações para apoiar na gestão de segurança e meio ambiente do posto. Treinamentos disponibilizados na Escola do Varejo e comunicados regulares em diversos canais de comunicação.

Principais iniciativas de segurança

Auditorias: mais de 550 realizadas no ano, nas unidades operacionais (SIGA+), transportadoras e operadores fluviais e obras em bases e clientes, entre outras.

Frota própria: início da instalação de câmeras nas cabines dos caminhões em toda a frota própria.

Reporta Aí: novo canal exclusivo para comunicar desvios de segurança, condições físicas inseguras e oportunidades de melhoria.

Sensibilizações: campanha de Percepção de Risco – Atitude Segura, Semana Nacional de Segurança no Trânsito e diferentes meios de informação e dicas para transportadores e condutores de frota leve. Um *game*, Derrame Zero, alerta para prevenção de vazamentos.



PRIORIDADES ESG GRUPO ULTRA

A Ipiranga faz parte dos Compromissos para Sustentabilidade, com objetivos em temas estratégicos.

Saúde e Segurança

Ambição: Assegurar uma sólida cultura de saúde e segurança, com processos e índices em nível de excelência, garantindo qualidade de vida aos colaboradores.

Saúde integral

GRI 103-2, 103-3, 403-1, 403-3, 403-4, 404-6

Além de oferecer planos de saúde a todos os funcionários, em 2021 a Ipiranga aprofundou seu olhar para a saúde emocional do time. Em parceria com uma plataforma virtual de bem-estar, é possível realizar consultas com psicólogos e psicanalistas, atendimentos com *coaches* e ainda acessar conteúdos sobre autocuidado, autoconhecimento, carreira e meditação, entre outros. Até dezembro, 15% dos funcionários tinham utilizado a plataforma ao menos uma vez - a Ipiranga vem atuando para que cada vez mais funcionários conheçam a plataforma e esses benefícios.



Saúde e segurança do trabalho¹ GRI 403-9

Funcionários

	2019	2020	2021
Taxa de frequência ²	2,02	2,42	2,15
Taxa de gravidade ^{3 5}	10,86	7,81	29,48

Outros trabalhadores (com atividade ou local de trabalho controlado pela organização)⁴

Taxa de frequência ²	0,00	2,76	1,40
Taxa de gravidade ^{3 5}	0,00	4,13	83,74

1. Não houve óbitos nem acidentes graves nos três anos. **SASB EM-RM-320a.1**

2. Total de acidentes (com e sem afastamento) x 1.000.000 / Total de horas-homem trabalhadas (HHT).

3. Considera a fórmula: (Nº dias perdidos x 1.000.000) / HHT.

4. Prestadores de serviços de terceiros como conservação, limpeza, manutenção, segurança patrimonial e atividades operacionais nas bases da empresa.

5. A taxa aumentou em 2021 entre funcionários, pois houve dois eventos com mais de 45 dias de afastamento - em 2020, o número máximo foi de 15 dias. Entre outros trabalhadores, houve um evento com 60 dias de afastamento, e nenhum caso havia sido registrado no ano anterior.

Perdas de Contenção Primária (LOPC) SASB EM-RM 540a.1, EM-RM 540a.2^{1 2 3}

	2021
Com maiores consequências (<i>tier 1</i>)	0,028
Com menores consequências (<i>tier 2</i>)	0,426
Desafios ao sistema de segurança (<i>tier 3</i>)	3,586

1. No *tier 1* são reportados vazamentos maiores ou em locais potencialmente perigosos, que envolvem a evacuação de pessoas, lesões com afastamento ou mortes de empregados ou terceiros (a Ipiranga não registrou óbitos). O *tier 2* indica acidentes de menor gravidade, que podem envolver casos de lesão, e o *tier 3* são quase acidentes, que são mapeados e servem de aprendizados ao processo.

2. Fórmula de cálculo: nº de eventos *tier* x 200.000 / HHT.

3. Indicador passou a ser relatado em 2021.



#PROTAGONISMO



#RESULTADO



Encantamento

- 32 Nossos talentos e a diversidade
- 36 Relacionamento com a comunidade

Nossos talentos e a diversidade

GRI 103-2, 103-3

Conectado à estratégia do negócio, o modelo de gestão de pessoas busca garantir o encantamento do time e evoluir continuamente a cultura organizacional para tornar a Ipiranga uma empresa cada vez mais ágil, que impulsiona o protagonismo das pessoas e a colaboração das equipes.

Uma das principais ações do ano é a nova estratégia de remuneração, em linha com as melhores práticas do mercado, que incluiu um novo plano de incentivo de curto prazo a todo o time e um bônus trimestral atrelado a metas de desempenho para as equipes comerciais¹.

¹ Não contempla as equipes das lojas AmPm de gerência própria da Ipiranga.

+ de 4 mil funcionários²

Funcionários^{1,2} GRI 102-8	2019	2020	2021
POR GÊNERO			
Homens	2.626	2.560	2.747
Mulheres	663	795	1.264
POR REGIÃO			
Centro-Oeste	135	119	248
Nordeste	210	280	224
Norte	146	141	141
Sudeste	2.284	2.391	2.876
Sul	514	424	522
TOTAL	3.289	3.355	4.011

1. Todos os contratos são permanentes e 99,9% deles trabalham em regime de jornada integral.

2. Consolida todas as empresas do segmento de combustíveis do Grupo Ultra.



Universo Ipiranga GRI 404-1



O ecossistema de aprendizagem ofereceu 2.345 mil conteúdos em 2021. No ano, cada funcionário concluiu, em média, 23,4 horas de capacitação – em 2020, a média foi de 16,9 horas.

PRINCIPAIS DESTAQUES

- Diversas parcerias firmadas, caso da Alura, focada em cursos de tecnologia, e da Harvard Business School, uma das maiores escolas de negócios do mundo.
- 54% dos líderes iniciaram cursos na Harvard Business School.
- Dois programas de desenvolvimento para acelerar competências essenciais para o negócio: *trading e pricing*.
- 2.773 funcionários ativos na plataforma, o que corresponde a um engajamento de 93%.

Rotatividade GRI 401-1, 102-41

- As taxas de contratação (15%) e rotatividade (17%) se mantiveram estáveis em relação a 2020.
- 96,4% dos colaboradores são cobertos por acordos coletivos, que envolvem jornada, participação nos resultados, conversão de benefícios e reajustes salariais.

Ipiranga mais diversa GRI 103-2, 103-3, 405-2

Embora o respeito às singularidades e a garantia de um ambiente inclusivo já sejam altamente percebidos pelo time, a empresa reconhece como desafio a evolução do ambiente organizacional para que se torne cada vez mais inclusivo.

A governança do tema cabe ao Comitê de Diversidade, que se reporta a três diretores *sponsors* do Programa de Diversidade. Todas as estratégias são traçadas com a participação dos membros dos grupos de afinidade (*veja quais são na próxima página*).

Em relação à proporção entre a remuneração de mulheres e homens, na diretoria, as mulheres têm média salarial maior, com proporção de 108% em relação à média salarial dos homens. Na gerência, a média de remuneração das mulheres equivale a 88% dos homens, e a proporção geral da companhia, entre todos os cargos, é 95%.



“Se fosse para eleger um pilar fundamental deste processo, citaria a autonomia e confiança que recebi dos colegas. São dezenas de jovens, marcados por uma diversidade muito rica que, cheios de ideias e fome de aprender, colaboram diariamente com inovação e originalidade.”

João Victor Azevedo Batista fala sobre o Programa Talent de Estágio Ipiranga

PRIORIDADES ESG GRUPO ULTRA

A Ipiranga faz parte dos Compromissos para Sustentabilidade, com objetivos em temas estratégicos.

Cultura inclusiva e diversa

Ambição: Promover continuamente um ambiente inclusivo que vise ao desenvolvimento integral das pessoas, a diversidade e a equidade.

Metas 2030:

- 50% de equidade de gênero e etnia na liderança e 33% no Conselho de Administração
- Atingir 85% de favorabilidade em ambiente inclusivo

DESTAQUES EM DIVERSIDADE



Gênero

Women Speed: programa de mentoria para acelerar o *pipeline* de liderança feminina. Das 30 participantes, dez foram promovidas. A iniciativa também gera impacto positivo entre os mentores, que adquirem novo olhar sobre o tema.

Presença na alta liderança: 30% de mulheres na Diretoria Executiva

Programa de *Trainee*: 75% das vagas preenchidas por mulheres.

Iniciativas externas: adesão aos Princípios de Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres e Pacto Global).



PcDs

Inclui PcD 2021: conta com programa de desenvolvimento, participa de feiras de empregabilidade e mapeia vagas para o público-alvo.

Presença: 59 PcDs integravam o time em dezembro (2,3% do total de funcionários). **GRI 405-1**



Raça

Ipiranga Talent 2021: os dois ciclos do programa de estágio reservaram 50% das vagas a candidatos negros. O índice alcançado foi de 66%.

Iniciativas externas: adesão ao Selo Sim à Igualdade Racial (Instituto Identidades Brasil/ID_BR).



LGBTQIA+

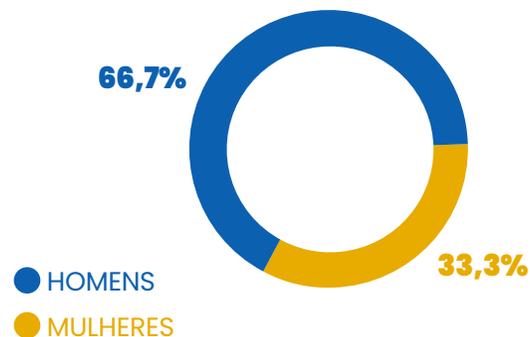
Divers/A 2021: patrocínio à feira de empregabilidade voltada ao público LGBTQIA+.

Licença estendida: a licença-maternidade de seis meses e a licença-paternidade de 20 dias, que passaram a ser oferecidas no início de 2022, são extensivas ao público LGBTQIA+.

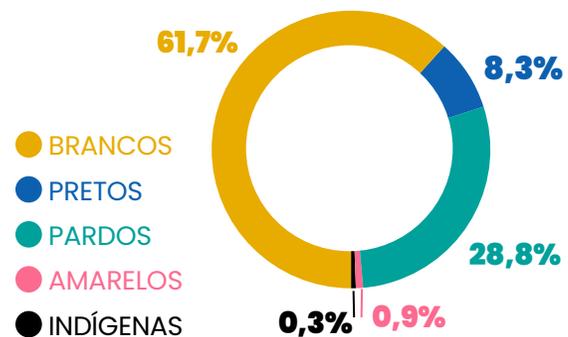
Censo Ipiranga 2021 apontou que dobrou o percentual de autodeclaração do público LGBTQIA+ para 7,5% (comparado a 3,5% em 2020)

A diversidade do time em 2021 GRI 405-1

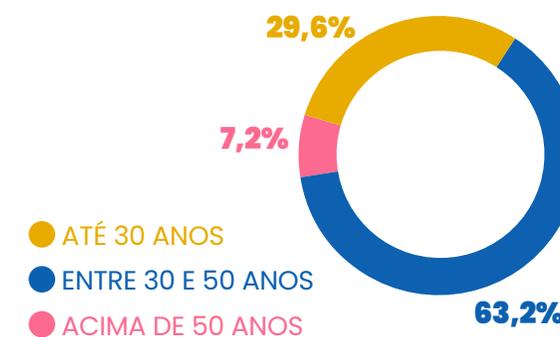
GÊNERO



RAÇA

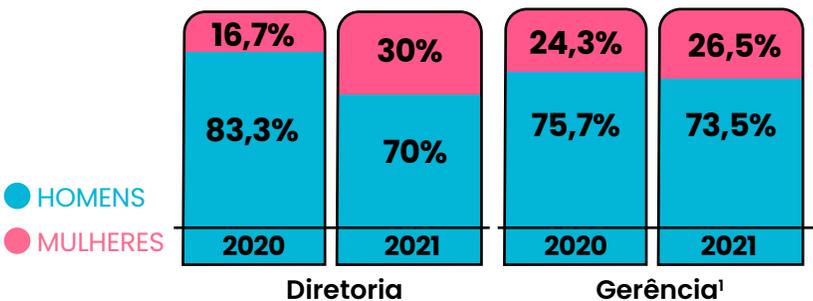


FAIXA ETÁRIA



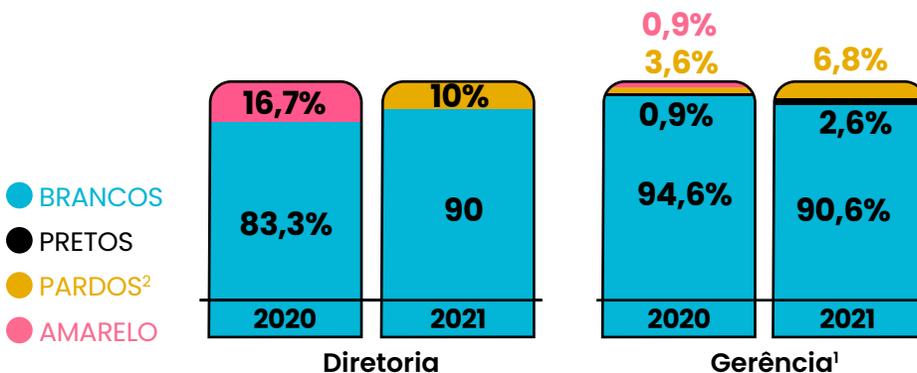
Na liderança GRI 405-1

GÊNERO



1. Gerentes executivos e gerentes.

RAÇA



1. Gerentes executivos e gerentes.

2. Em 2020, não havia indígenas. Em 2021, não há integrantes indígenas e amarelos.



Clima organizacional

Na média do ano, a favorabilidade correspondeu a 79%, acima do resultado de 2019 (74%), a avaliação mais recente. Em 2021, as medições de clima passaram a ser contínuas e com metodologia aprimorada a cada 15 dias, permitindo que cada ponto de atenção identificado seja tratado de maneira mais ágil e assertiva.



Relacionamento com a comunidade

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

A Ipiranga fortaleceu sua frente de atuação social ao longo de 2021, aumentando o alcance de projetos já consolidados na empresa, como o Saúde na Estrada e o programa de voluntariado, para apoiar a sociedade brasileira no segundo ano de pandemia de Covid-19.

Saúde na Estrada

A 14ª temporada do programa Saúde na Estrada percorreu cerca de 28 mil km por 19 estados do Brasil, levando atendimento básico de saúde a caminhoneiros, viajantes e comunidades que vivem próximo aos postos Ipiranga Rodo Rede participantes.

Programa de voluntariado

O programa de voluntariado da Ipiranga possui ações voltadas para atender as populações de entorno das unidades operacionais. Em 2021, a participação do time cresceu. Veja em quadro nessa página as principais ações que contaram com o engajamento dos funcionários.

2.305 horas dedicadas ao trabalho voluntário em 2021



SAÚDE NA ESTRADA 2021

123 eventos, em 107 postos Ipiranga Rodo Rede, perto de 99 cidades.

57,1 mil atendimentos de saúde realizados

1,8 mil vacinas contra a covid-19 aplicadas

+ de R\$ 3,1 milhões investidos

PRIORIDADES ESG GRUPO ULTRA

A Ipiranga faz parte dos Compromissos para Sustentabilidade, com objetivos em temas estratégicos.

Relacionamento com a comunidade

Ambição: Atuar de forma responsável perante as comunidades do entorno, gerando oportunidades de desenvolvimento local.

MENTORIA E EMPREENDEDORISMO:

Programa de mentoria para 1.689 jovens de 80 escolas da rede estadual de ensino do Rio de Janeiro, em parceria com a ONG Junior Achievement e empresas.

VOLUNTARIADO E INOVAÇÃO

Maratona de inovação para 354 estudantes da rede estadual do Rio de Janeiro com a temática de Diversidade e Inclusão.

OUTRAS AÇÕES

Troca de cartas entre jovens e voluntários, doação de brinquedos para crianças de São Paulo e Rio de Janeiro, arrecadação de fundos para compra de cestas básicas para os impactados pelas chuvas na Bahia.

Ações humanitárias no segundo ano de pandemia

Em 2021, a Ipiranga se uniu a ONGs como Aldeias Infantis, Gerando Falcões e à rede Ação da Cidadania para doações com foco especial para regiões de entorno de todo o país. Com o Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP), a Ipiranga integrou esforço coletivo para importar 300 mil medicamentos de intubação, repassados ao Ministério da Saúde. Com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), doou cerca de 130 mil equipamentos de proteção individual (EPIs) a hospitais de Santarém (PA) e Salvador (BA).

+ de R\$ 1,5 milhão direcionados à sociedade para o enfrentamento da pandemia e da fome. ✨

Projetos incentivados

A Ipiranga embandeirou dois projetos via leis de incentivo em 2021.

- **Cultura:** restauração do Museu do Ipiranga, na capital paulista, que será reaberto em 2022 em comemoração ao bicentenário da Independência do Brasil.
- **Esporte:** projeto Ajudôu, que oferece aulas de judô a 300 crianças e adolescentes da rede pública de ensino de Betim, Governador Valadares e Montes Claros, em Minas Gerais.

Gestão de impactos GRI 103-2, 103-3, 413-1, 413-2

A Ipiranga conta com uma série de mecanismos para gerenciar os riscos e os efeitos negativos ligados à sua operação nas comunidades do entorno, especialmente naquelas próximas às operações próprias. Regularmente ocorrem avaliações de riscos e auditorias do Sistema Ipiranga de Gestão Aplicada à Saúde, Segurança, Meio Ambiente, Qualidade e Responsabilidade Social (SIGA+) nas unidades operacionais, que abrangem as comunidades vizinhas. Todas as bases mantêm seu Plano de Atendimento a Emergências ativo e uma equipe de brigada devidamente capacitada.

“É um momento que podemos construir, juntos, uma sociedade mais justa e contribuir com o crescimento dos jovens. Participei do Carta e Carreira com uma jovem! Poder ouvir as experiências dela, medos e anseios e contar um pouco da minha carreira foi enriquecedor.”

Brena Eyer Matesco do Carvalho, analista e voluntária

“Pessoas querem se aproximar de marcas com propósitos e crenças semelhantes às delas, mas com uma atuação forte e verdadeira, com engajamento genuíno. A Ipiranga entende isso muito bem.”

Júlio César Lana Jaques, fundador do Ajudôu



Sumário de conteúdo GRI GRI 102-55

GRI 101: Fundamentos 2016

GRI 102: Conteúdos gerais 2016

CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL*
102-1 Nome da organização	Ipiranga Produtos Petróleo S.A.	
102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	7 e 8	
102-3 Localização da sede da organização	A sede fica no Rio de Janeiro (RJ).	
102-4 Local de operações	8	
102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	9	
102-6 Mercados atendidos	7 e 8	
102-7 Porte da organização	7 e 8	
102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	32	ODS 8 e 10 / PG 1 e 4
102-9 Cadeia de fornecedores	27	
102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	7	
102-11 Princípio ou abordagem da precaução	A governança da gestão de riscos é feita de forma conjunta com o Ultra e privilegia um olhar interdependente e avaliações para responder rapidamente quando tópicos críticos são identificados. A estratégia de sustentabilidade também conta com análises que apontam tendências e ajudam a definir os principais temas em que a Ipiranga tem potencial de impacto.	

*Considera a correlação fornecida pela GRI para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) com as informações diretamente respondidas pela empresa. Também foi feita correlação entre as informações GRI e os princípios do Pacto Global.

CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL*
102-12 Iniciativas externas	10 e 28	
102-13 Participação em associações	10	
102-14 Declaração do mais alto executivo	4	
102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	16	ODS 16 / PG 10
102-18 Estrutura de governança	9	
102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	Funcionários, rede de franquias e revendas, consumidores, fornecedores e comunidade.	
102-41 Acordos de negociação coletiva	33	ODS 8
102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	Funcionários, rede de franquias e revendas, consumidores, fornecedores e comunidade.	
102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	Funcionários (págs. 12 e 32), rede de franquias e revendas (20), consumidores (12 e 18), fornecedores (27), comunidade (12 e 36).	
102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	Principais <i>stakeholders</i> responderam ao questionário <i>on-line</i> em 2020 no processo de materialidade.	
102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	As demonstrações financeiras cobrem todos os negócios do segmento de combustíveis do Grupo Ultra, escopo também adotado nos indicadores GRI 102-8, 401-1 e 405-1. A maior parte da publicação, porém, considera somente as unidades próprias da Ipiranga.	
102-46 Definição do conteúdo do relatório e dos limites dos tópicos materiais	As exceções são sinalizadas ao longo do relatório.	
102-47 Lista de tópicos materiais	14	
102-48 Reformulação de informações	Os casos são excepcionais e apontados claramente.	
102-49 Alterações no relato	14	
102-50 Período coberto pelo relatório	1º de janeiro a 31 de dezembro de 2021.	
102-51 Data do relatório mais recente	2020.	
102-52 Ciclo de emissão de relatórios	Anual.	

CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL*
102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	3	
102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Relatório preparado em conformidade com as Normas GRI: opção Essencial.	
102-55 Sumário de conteúdo da GRI	38	
102-56 Verificação externa	Não houve verificação externa.	

NORMA GRI	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL
Pilar: Governança			
Tema material: Ética e integridade			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Os principais impactos acontecem na sociedade em geral e são causados pela empresa.	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	16 e 17	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	16 e 17	
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	16	
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	16	ODS 16 / PG 10
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	16	ODS 16 / PG 10
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Em 2021, não houve ações judiciais.	
Não aplicável	EM-RM-520a.1 Total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais relacionados à fixação ou manipulação de preços		
Não aplicável	EM-RM-530a.1 Posicionamento corporativo relacionado a regulamentos governamentais e/ou propostas de políticas que endereçam fatores ambientais e sociais que afetam o setor.	10	
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	17	ODS 16

NORMA GRI	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL	
Pilar: Meio ambiente				
Tema material: Transição energética				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	A sociedade e o meio ambiente são impactados pela gestão que a empresa faz das mudanças climáticas e, indiretamente, pelas atividades de fornecedores e clientes. Ao mesmo tempo, a empresa e seu modelo de negócios sofrem impactos relacionados ao tema, ocasionados de forma difusa pela sociedade.	ODS 13 / PG 7, 8 e 9	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes			21
	103-3 Avaliação da forma de gestão			21
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	10 e 21	ODS 13 / PG 7, 8 e 9	
	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	22	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	22	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	22	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	
GRI 305: Emissões 2016	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	22	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	
	EM-RM-110a.1 Emissões do Escopo 1 e percentual coberto por regulamentos que limitam emissões	0%.	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	
	EM-RM-110a.2 Estratégia de gestão das emissões do Escopo 1, metas de redução de emissões e análise de desempenho	22	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	
	EM-RM-410a.1 Combustíveis renováveis vendidos	21	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	
Não aplicável	EM-RM-410a.2 Mercado total de biocombustíveis e participação de mercado da organização	15 e 21	ODS 12 e 13 / PG 8 e 9	

NORMA GRI	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL
Tema material: Operações ecoeficientes			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Os principais impactos relacionados ao tema se concentram na sociedade e no meio ambiente, e são causados pela empresa.	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes		24 e 25
	103-3 Avaliação da forma de gestão		24 e 25
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-3 Captação de água	25	
	303-4 Descarte de água	25	
Não aplicável	EM-RM-140a.1 Água doce retirada (total e porcentagem em regiões de Estresse Hídrico Alto ou Extremamente Alto), porcentagem reciclada	25	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	24	ODS 7, 12 e 13 / PG 7, 8 e 9
	302-3 Intensidade energética	24	ODS 7, 12 e 13 / PG 7, 8 e 9
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	25	ODS 7, 12 e 13 / PG 7, 8 e 9
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	25	
	306-3 Resíduos gerados	26	ODS 7, 12 e 13 / PG 7, 8 e 9
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	26	ODS 7, 12 e 13 / PG 7, 8 e 9
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	26	ODS 7, 12 e 13 / PG 7, 8 e 9
Não aplicável	EM-RM-150a.1 Resíduos perigosos gerados e porcentagem reciclada	26	

NORMA GRI	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL
GRI 307: Conformidade ambiental 2016	307-1 Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	Um auto de infração, no valor de R\$ 22,5 milhões, encontra-se em processo judicial. Ele é 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 observa-se a desproporcionalidade da multa em relação à extensão do dano e aos trabalhos de remediação. O caso segue aguardando julgamento da defesa.	ODS 16 / PG 8
Não aplicável	EM-RM-140a.2 Incidentes de não conformidade associados a outorgas, padrões e regulamentações sobre a qualidade da água	Não houve.	
Pilar: Valor compartilhado com a sociedade			
Tema material: Cadeia de fornecimento			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	A empresa é, ao mesmo tempo, causa e objeto dos impactos na relação com seus fornecedores. No que se refere ao impulso às boas práticas entre os parceiros, os principais impactos acontecem na sociedade de forma geral.	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	27	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	27	
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	28	
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	27	ODS 16 / PG 1, 2 e 5
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	27	PG 5
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores que foram selecionados usando critérios sociais	28	ODS 16 / PG 1 e 2

NORMA GRI	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL
Tema material: Proximidade com a rede e os consumidores			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Os principais impactos são causados pela empresa e se manifestam na rede e entre os consumidores, com reflexos indiretos nos negócios.	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	18	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	18	
Não aplicável	Informações relevantes sobre o tema	18	
Tema material: Relacionamento com o entorno			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Os principais impactos são causados pela empresa e se manifestam nos públicos de relacionamento de forma geral.	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	36 e 37	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	36 e 37	
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Não conta com processo sistematizado de avaliação de impacto social, mas possui GT para discutir impactos no relacionamento com o entorno. Leia mais nas páginas 36 e 37.	
	413-2 Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais	37	
Pilar: Gestão e desenvolvimento de pessoas			
Tema material: Pessoas e diversidade			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Os colaboradores são impactados mais diretamente pela gestão que a empresa faz do tema, com reflexos também na sociedade e na própria empresa.	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	32 e 33	PG 3 e 4
	103-3 Avaliação da forma de gestão	32 e 33	
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	33	ODS 5 e 8 / PG 3

NORMA GRI	CONTEÚDO	PÁGINA/RESPOSTA	CORRELAÇÃO COM ODS E PACTO GLOBAL
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média anual de horas de treinamento por empregado	33	ODS 3 e 8
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	34 e 35	ODS 5 e 8 / PG 6
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos por mulheres e por homens	33	ODS 5 e 8 / PG 6
Tema material: Saúde e segurança			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Os colaboradores são impactados mais diretamente pela gestão que a empresa faz do tema, com reflexos também na sociedade e na própria empresa.	
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 30	
	103-3 Avaliação da forma de gestão	29 e 30	
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-3 Serviços de saúde do trabalho	30	ODS 8
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Não possui acordos com sindicatos sobre os temas de saúde e segurança. Leia mais na página 30.	
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	30	ODS 3
	406-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho	29	ODS 8
	403-9 Acidentes de trabalho	30	ODS 3, 8 e 16
Não aplicável	EM-RM-320a.1 Taxas de incidentes reportáveis, fatalidades e frequência de quase incidentes para funcionários de tempo integral e terceiros contratados	30	
	EM-RM-320a.2 Sistemas para integrar uma cultura de segurança	29	
	EM-RM-540a.1 Taxas de Incidentes de Segurança de Processo (PSE) para Perda de Contenção Primária (LOPC) de maior consequência (<i>tier 1</i>) e menor consequência (<i>tier 2</i>)	30	
	EM-RM-540a.2 Taxa de desafios aos Sistemas de Segurança (<i>tier 3</i>)	30	



Créditos

IPIRANGA

Coordenação

Diretoria de Pessoas e Sustentabilidade

Conteúdo, consultoria GRI e design

Conecta Conteúdo e Sustentabilidade

Fotografia

André Luiz Mello

Revisão

Alicia Toffani