



ULTRAGAZ

especialista no que faz

MERCADO

A marca Ultragaz completou 72 anos de atuação em 2009. Sua tradição em obter acesso rápido aos avanços tecnológicos na indústria mundial de Gás LP - Liquefeito de Petróleo - permitiu que a companhia se tornasse referência para o setor, posicionada entre as 10 maiores empresas distribuidoras independentes de Gás LP do mundo.

Foram muitas as mudanças nas últimas décadas, mas o pioneirismo continua a ser o DNA da Ultragaz, empresa que deu início ao Grupo Ultra (Ultrapar Participações S/A), um dos mais sólidos conglomerados econômicos do País.

O Grupo Ultra reúne quatro negócios com posição de destaque em seus segmentos de atuação. Além da Ultragaz, fazem parte do conglomerado: a Oxiteno, única fabricante de óxido de eteno e seus principais derivados no Mercosul; a Ultracargo, líder em armazenagem de grãos líquidos no Brasil; e a Ipiranga, que distribui diesel, gasolina, etanol e gás natural veicular por todo o território nacional.

PRODUTOS

Para atender as necessidades dos consumidores de Gás LP, a Ultragaz possui produtos específicos destinados a clientes domiciliares e empresariais.

Para atender as diferentes demandas do público domiciliar, a Ultragaz oferece botijões de 2, 5, 13 e 45 kg de Gás LP. Entre os serviços que disponibiliza aos seus clientes está a entrega programada em domicílio e a assistência técnica. Todos os botijões da marca são caracterizados pela cor azul

e envasados em unidades certificadas com a ISO 9001, garantindo mais qualidade e segurança. Os botijões são inspecionados e revisados, e sempre comercializados com rótulo, lacre de segurança e peso certo. Isso demonstra o respeito que a empresa tem com todos os seus consumidores.

Para o setor empresarial, a Ultragaz, por meio do UltraSystem, sistema ininterrupto de abastecimento de Gás LP, disponibiliza soluções sob medida para cada tipo de negócio, oferecendo atendimento personalizado e consultoria energética. Com o UltraSystem é possível ganhar agilidade, segurança e economia, pois o abastecimento é feito diretamente do caminhão para um recipiente instalado no cliente.

Uma das principais características da Ultragaz é manter o mesmo padrão de atendimento e qualidade em todas as localidades em que atua. São 15 bases de engarrafamento, 43 lojas próprias e 4.200 revendedores e uma frota de mais de 2.000 veículos próprios. Assim, atende mais de 40 milhões de consumidores finais e aproximadamente 40 mil clientes empresariais de diversos segmentos.

CONQUISTAS

Em 2008, a Ultragaz fez parte, pela segunda vez consecutiva, do ranking "As 150 Melhores Em-

- Bases de engarrafamento e distribuição
- Bases-Satélite
- Revendas Próprias
- Revendas



presas para Você Trabalhar" sob critério das Revistas Exame e Você S/A e foi Top of Mind em diversas regiões do país em sua categoria e ganhou o Prêmio Paulista de Qualidade e Gestão que reconhece organizações da cidade de São Paulo que contam com os melhores sistemas de gestão e é concedido pelo Instituto Paulista de Excelência da Gestão. Além disso, foi premiada na 20ª edição do Prêmio Marketing Best e no 7º Marketing Best Responsabilidade Social desenvolvidos pela Editora Referência e parceiros. A companhia também foi reconhecida por sua preocupação com a sociedade entrando no ranking "As 100 Melhores Empresas em Cidadania Corporativa" da Gestão & RH e alcançou o 1º lugar no indicador "Crescimento Sustentável" do setor "Petróleo e Gás do Valor 1000" conferido pelo Jornal Valor Econômico.



História

Em 30 de agosto de 1937 nasce a Empresa Brasileira de Gaz a Domicílio Ltda., a primeira distribuidora de gás engarrafado do Brasil.

1937



É em 1940 que a Ultragaz cria o "Esforçadinho", a sua primeira logomarca.

1940



20.000 Clientes

1947

A Ultragaz cria um inovador sistema de entrega automática e consagra o slogan: "Semana sim, semana não, Ultragaz no seu portão".

1950



1.000.000 Clientes

1961

Projeto Redenção

1990

VALORES DA MARCA

A introdução do Gás LP no país ajudou na modernização da indústria, do comércio e, principalmente, das donas de casa, solucionando o problema da fumaça e fuligem gerados pelos fogões a lenha.

Além disso, a novidade ajudava a evitar a destruição de matas para a extração de madeira, demonstrando o pioneirismo de Ernesto Igel, fundador da Cia Ultragaz, ao preocupar-se com temas bastante atuais: a sustentabilidade e o meio ambiente.

A filosofia da Ultragaz é sustentada por seus talentos, garantindo colaboradores com diferencial competitivo; pela paixão pelo cliente, para ser a marca de maior valor percebido; e pela busca constante pelo crescimento e manutenção financeira, com a procura de menores custos de operação.

COMUNICAÇÃO

A Ultragaz planeja suas iniciativas de marketing em busca da excelência de seu relacionamento com seus públicos estratégicos: colaboradores, revendedores, consumidores e clientes empresariais. Além disso, a companhia busca, por meio de sua gestão de Responsabilidade Social, contribuir com o desenvolvimento sócio-econômico das comunidades, investindo em projetos educativos e de preservação ambiental. Todo esse investimento é revertido em confiança e qualidade para o consumidor.



A companhia foi a pioneira na comercialização de Gás LP no Brasil e até hoje é a empresa que traz inovações para o mercado, se mantendo sempre

à frente. Por meio do rigoroso controle de qualidade, garante o mesmo padrão de qualidade das principais companhias do mundo. Ultragaz especialista no que faz.

A Ultragaz lançou o "Projeto Redenção", que redefiniu a identidade interna e externa da companhia, realinhando a empresa aos padrões de competitividade internacionais.

Lançamento do BOTUÃO AZUL.

EVOLUÇÕES RECENTES

Neste ano, a companhia investiu no reposicionamento da sua marca. Este trabalho foi cuidadosamente colocado em prática nos diversos canais de comunicação e pontos de contato com seus públicos estratégicos por meio de seus caminhões, revendas, call center, materiais promocionais, internet, no treinamento de seus vendedores, em campanhas internas, entre outros.

Ainda em 2009, um plano de expansão que previa a entrada em um novo mercado, a região da Grande São Luis (MA) e Grande Belém (PA), desafiou a Ultragaz a gerar *share of mind*, *market share* e atrair novos revendedores. Bem como a reestruturação de outros mercados, foram mais de 280 novas revendas distribuídas por todo o território nacional.

Além de pioneira e líder no setor, a Ultragaz também se destaca por suas ações de marketing, inovadoras tais como: "Ultragaz na Sua Rua": uma nova abordagem ao consumidor por meio de blitz que percorrem várias regiões do Brasil; o "Rota Azul", que tem o objetivo de posicionar a Ultragaz como uma empresa que se preocupa com o bem estar e melhoria da qualidade de vida das pessoas, por meio de dicas diárias de rotas alternativas pela cidade de São Paulo, diminuindo a permanência no trânsito.

Algumas outras iniciativas da companhia transparecem sua imagem de empresa moderna. Com o lançamento de seu novo site, a Ultragaz consolidou sua estratégia de posicionamento online, informando, conquistando e transformando o conceito "Ultragaz especialista no que faz", em uma realidade na internet. Assim, desenvolveu um canal de relacionamento e comunicação com os diferentes *targets*: revendedor, cliente empresarial e consumidor final.

Outra evolução recente foi o PagaFácil Ultragaz que permite, por meio de um único equipamento, realizar pagamentos com cartões de crédito e débito de todas as bandeiras institucionalizadas. A empresa também inovou numa parceria com a Oi Paggo, inaugurando mais um canal de vendas



prático, seguro e econômico: a venda de botijão azul pelo celular. Ambos os investimentos tiveram o objetivo de proporcionar mais conforto e comodidade aos seus consumidores, bem como otimizar o dia-a-dia de seus vendedores e revendedores.

Ultragaz especialista no que faz. Um conceito inovador que atesta a expertise e a compromisso da Ultragaz com todos os Brasileiros.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A ULTRAGAZ

- Na década de 50, a Ultragaz criou a "Entrega Automática", pioneiro sistema de distribuição por meio de agendamento programado, adotado posteriormente por todo o setor.
- A Ultragaz possui uma carreta itinerante, que simula uma casa e leva cursos de culinária e muita diversão para diversas regiões do País.
- O maior balão da América Latina é da Ultragaz. A empresa apóia o balonismo, um esporte que, além de seguro, é ecologicamente correto, uma vez que o gás propano - combustível utilizado para a decolagem do balão - queima totalmente sem poluir a atmosfera.
- www.ultragaz.com.br



1995 Lançamento do ULTRASISTEM - A melhor solução energética para a Indústria e comércio



2007 A Ultragaz completa 70 anos.



ULTRAGAZ

A nova Marca Ultragaz. Resgate do Ícone Humano. Líder nacional na distribuição de Gás LP.

2003

- Referência para o setor
- Padrão Internacional na distribuição de Gás LP
- Top of Mind
- Eleita uma das 150 melhores empresas para se trabalhar

ULTRAGAZ
especialista no que faz

Novo posicionamento

2009

- Serviço
- Padrão Internacional Expertise Brasil
- Inovação
- Rigoroso Controle de Qualidade
- Pioneirismo