

Relatório de Sustentabilidade 2022/23

ANO FISCAL ABRIL/2022 A MARÇO/2023



Menu

1. O iFood	5
Nossa história	6
Nossos negócios	13
Diferenciais estratégicos: inovação e IA.....	16
2. Quem somos nós	18
Nossa cultura	22
Gestão de talentos: atração e bem-estar dos colaboradores	25
Remuneração e benefícios.....	28
Saúde e segurança.....	31
Diversidade, equidade e inclusão	35
3. Condições de trabalho e segurança dos entregadores	45
Quem são os profissionais de entrega no Brasil.....	46
Diálogo social, representatividade e liberdade sindical	50
Ganhos.....	53
Segurança	55
Proteção social e voz coletiva	58
Valorização e respeito.....	60
Educação	62
4. iFood Restaurantes: fortalecimento do ecossistema e diálogo social	63
Construção de conexão e diálogo.....	64
5. iFood Mercado	71
6. iFood Fintech	73
7. Educação e nosso impacto	76
Educação como causa	78
Carreira e qualificação em tecnologia	81
Segurança alimentar	83
Doações pelo <i>app</i> e criação de valor com OSCs	84
8. Meio ambiente	85
Eliminação da poluição plástica no <i>delivery</i>	87
Emissões de gases de efeito estufa	94
Modais sustentáveis: agenda em evolução	96
9. Gerar confiança com transparência	99
Programa de integridade	102
Segurança de dados.....	108
Engajamento de <i>stakeholders</i>	109
10. Sobre o relatório	112
11. Glossário	114
12. Sumário de conteúdo da GRI	116
13. Créditos	127

Carta do Presidente

(GRI 2-22)

Sinto muito orgulho em contar a história do iFood, que também é a minha, marcada por um pensamento muito poderoso: **é possível criar empresas grandes e inovadoras no Brasil que tenham um enorme impacto positivo na sociedade.** Em uma linha do tempo de apenas 13 anos, ser referência em *delivery online* na América Latina e um dos primeiros unicórnios do país nos faz perceber quanto esse pensamento tem se tornado realidade.

Hoje, somos um ecossistema com **75 milhões de pedidos mensais** feitos por meio da nossa plataforma, conectando mais de **250 mil profissionais de entrega** e mais de **330 mil estabelecimentos parceiros** distribuídos por todo o Brasil. Em 2022, segundo dados da

pesquisa Fipe 2023 – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas –, o ecossistema do iFood **movimentou R\$ 97 bilhões** em valor bruto de produção, o equivalente a 0,53% do PIB, e gerou mais de 870 mil postos de trabalho, direta e indiretamente.

Nos últimos anos, crescemos rapidamente e passamos a atuar em outros modelos de negócios, como o iFood Mercado, que foi escalado durante a pandemia de Covid-19; o iFood Benefícios, com diversas vantagens que as empresas podem oferecer aos seus colaboradores; e o iFood Fintech, que contempla uma frente de crédito e contas de pagamento para restaurantes. Agora, trabalhamos intensamente a eficiência como parte da nossa cultura e só conseguimos dar esse passo porque contamos com um time excepcional: nossos mais de 5 mil *FoodLovers*.

Para continuarmos promovendo tantas transformações, o propósito **Alimentar o Futuro do Mundo** norteia nossos esforços em gerar impacto positivo na economia, no meio ambiente e na sociedade. A convicção de que podemos contribuir com a vida de milhares de pessoas também nos fez definir, em 2021, **nossa causa: a Educação** – e acreditamos que ela seja uma das principais alavancas para a inclusão social, permitindo mais e melhores escolhas.



Entre as responsabilidades que assumi em 2023, eu me sinto honrado pela nomeação para portavoza de Educação pelo Pacto Global da ONU, representando o ODS 4 (Educação de qualidade) da Agenda 2030. É um movimento completamente conectado aos nossos compromissos públicos de impacto socioambiental.

Também destaco a relevância do **iFood Decola** e do programa **Meu Diploma do Ensino Médio**. O iFood Decola é nossa plataforma de educação e aprendizagem destinada a oferecer cursos dinâmicos e alinhados com as necessidades dos entregadores e entregadoras, restaurantes e mercados. São mais de 100 cursos gratuitos que vão além do universo das entregas e vendas na plataforma, proporcionando o desenvolvimento de habilidades técnicas e comportamentais. O programa Meu Diploma do Ensino Médio, por sua vez, está relacionado à nossa meta de incentivar a educação básica com o objetivo de impactar mais de 5 milhões de pessoas até 2025. Em 2022, foram 950 profissionais de entrega formados no Ensino Médio pelo programa. Já em 2023, abrimos uma nova turma e o número de entregadores e entregadoras inscritos no Encceja (Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos) triplicou.

Neste período, também enfrentamos diversos desafios e precisamos tomar decisões difíceis para manter nosso negócio financeiramente rentável. Ao mesmo tempo, reconhecemos nosso papel socioeconômico e compreendemos que, para gerar soluções genuinamente satisfatórias, precisávamos fortalecer nosso ecossistema a partir do diálogo social. Com essa premissa, ao longo de 2022, estabelecemos espaços contínuos de diálogo, dando voz aos entregadores e entregadoras e aos donos e donas de restaurantes. Essa abordagem de escuta ativa nos permitiu uma troca constante de aprendizados e avanços significativos para os nossos negócios.

Na agenda ambiental, nossos compromissos envolvem eliminar a poluição plástica no *delivery* e nos tornarmos neutros na emissão de carbono. Evitamos a produção de mais de 470 toneladas de plástico apenas com o programa Amigos da Natureza, que incentiva nossos parceiros a não utilizarem descartáveis nas operações. Isso se dá porque sabemos do papel que desempenhamos como viabilizadores de negócios mais sustentáveis e investimos em soluções que conectam restaurantes parceiros a novas embalagens – recicláveis, renováveis ou biodegradáveis/compostáveis e economicamente

viáveis. Ainda nessa frente, incentivamos a adoção de modais de entrega não poluentes como motocicletas elétricas, bicicletas e bicicletas elétricas.

Dentro de nossa responsabilidade corporativa, também estamos diretamente ligados a movimentos e coalizões de combate à fome e à vulnerabilidade social, o que nos faz engajar fortemente com grupos e entidades reconhecidos para contribuir para uma sociedade menos desigual. Um exemplo é o Todos à Mesa, coalizão que fundamos e hoje é representada por diferentes organizações em prol do combate ao desperdício de alimentos.

Apresento nosso Relatório de Sustentabilidade e te convido para conhecer um pouco mais dos desafios, das conquistas e das evoluções do iFood. Estamos felizes em compartilhar este material com você!

E, para os próximos anos, vamos continuar trabalhando para aprender com nosso ecossistema, inovar de forma disruptiva e gerar valor compartilhado. Boa leitura!

Fabricio Bloisi

Presidente do iFood

1.

Menu ☰

2. Quem somos nós

O iFood

GRI
2-1, 2-6, 203-2

Nossa história

Somos uma empresa brasileira de tecnologia referência em *delivery online* na América Latina e temos muito orgulho de sermos também um dos primeiros unicórnios do Brasil. Movidos pelo propósito de **Alimentar o Futuro do Mundo**, geramos, por meio do nosso negócio, impacto positivo na economia, no meio ambiente e na sociedade. O aumento das vendas dos pequenos comerciantes, a oportunidade de renda para quem trabalha com nossa plataforma e nosso investimento social na educação estão entre os caminhos de valor compartilhado em que acreditamos.

Enquanto plataforma digital, exercemos o papel de conectar diferentes atores por meio da tecnologia e das nossas operações. Ou seja, potencializamos todo um ecossistema brasileiro que cruza centenas de milhares de restaurantes, mercados, profissionais de entrega, empresas clientes de benefícios, consumidores, nossos *FoodLovers* (como chamamos nossos colaboradores) e fornecedores.

Para além das conexões promovidas diretamente pelo *app*, existem muitas outras pessoas e setores indiretamente impactados por esse ecossistema, que funciona como um vetor de desenvolvimento com impacto real na economia brasileira. Segundo pesquisa realizada pela Fipe 2023 – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas –, o nosso **ecossistema movimentou, em 2022, R\$ 97 bilhões em valor bruto de produção, o equivalente a 0,53% do PIB, e gerou mais de 870 mil postos de trabalho, direta e indiretamente.**



Em 2022, o ecossistema do iFood movimentou

R\$ 97 bilhões

em valor bruto de produção, o equivalente a

0,53%

do PIB, e gerou mais de

870 mil

postos de trabalho, direta e indiretamente.

As informações são da pesquisa Fipe 2023, referente ao ano de 2022 (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas).

Apesar da alta escala e impacto atuais, nossa história é relativamente recente: o iFood nasceu em 2011. Nosso aplicativo e site começaram em 2012 e, no ano seguinte, 2013, a Movable, grupo brasileiro de tecnologia fundado por Fabricio Bloisi, decidiu investir no iFood por acreditar no potencial de ter no Brasil uma empresa altamente inovadora e tecnológica no ramo da alimentação. Hoje, a Movable tem 100% de participação em nosso negócio. O caminho de crescimento que estamos construindo é evidenciado pelos 75 milhões de pedidos feitos por meio da nossa plataforma mensalmente. Também contamos com uma média mensal de 250 mil entregadores e entregadoras ativos entre abril de 2022 e março de 2023 e 333 mil estabelecimentos parceiros (restaurantes, mercados, farmácias e pet shops) presentes em 1.486 cidades por todo o país.

Nossos números



75 milhões
de pedidos
por mês



+ de 330 mil
estabelecimentos
parceiros em
aproximadamente
1.500 cidades
pelo Brasil



250 mil
profissionais de
entrega ativos
(média mensal)

Mais desafiador do que criar um negócio inovador e tecnológico e torná-lo grande é mantê-lo **relevante, saudável e adequadamente responsivo às diferentes necessidades sociais, ambientais, regulatórias e econômicas do nosso país.**

Como uma empresa que nasce e atua no Brasil, temos a responsabilidade de ser relevante e gerar impacto socioeconômico positivo para o país. **Alimentar o Futuro do Mundo por meio da educação e da geração de valor para a sociedade é o que guia nosso negócio**, seguindo os preceitos do capitalismo consciente e do capitalismo de *stakeholders* (partes interessadas), o que significa que todos os públicos que formam nosso ecossistema são importantes em nossa gestão e tomada de decisão.

E, na busca incessante de pôr nosso propósito em prática, assumimos alguns compromissos públicos de impacto socioambiental:

Saiba mais sobre nossa atuação a partir do capítulo “Educação e nosso impacto”

Educação

Acreditamos que a educação de qualidade permite mais e melhores escolhas. Oferecer educação a quem precisa é gerar renda e melhorar a vida das pessoas e da sociedade.

Meio ambiente

Queremos alimentar o futuro de forma cada vez mais sustentável. Vamos além, fomentando um ciclo regenerativo para o planeta.

Inclusão

Acreditamos que a pluralidade e a colaboração são ingredientes essenciais para seguirmos inovando e alcançarmos o sonho de alimentar o futuro do mundo.

Metas

- Impactar 5 milhões de estudantes na Educação Básica até 2025;
- Formar e empregar 25 mil pessoas sub-representadas na área de tecnologia até 2025;
- Capacitar 5 milhões de pessoas para o trabalho do futuro até 2025.

- Zerar a poluição plástica no *delivery* até 2025, reduzindo em 50%* a presença do plástico nas entregas e reciclando o restante;
- Tornar-se neutra na emissão de CO₂ e atingir 50% das entregas *full service* com veículos não poluentes.

* A presença de plástico nas entregas é de 27% (baseline de 2021).

- **50%** de mulheres e **30%** de pessoas negras na liderança;
- **35%** de mulheres na alta liderança;
- **40%** de pessoas negras no iFood em geral;

Essas metas foram pensadas para serem alcançadas até o fim de 2023.

Onde estamos

- Já impactamos **1,1 milhão** de pessoas na Educação Básica;
- **1.703** pessoas concluíram nossas formações em tecnologia e **1.902** foram empregadas por meio de nossas iniciativas de empregabilidade, sendo todas pertencentes a grupos sub-representados na área e de baixa renda;
- Até março de 2023, impactamos **350.696** pessoas pelas nossas capacitações para o ecossistema (ex.: entregadores, entregadoras e restaurantes) em habilidades importantes, especialmente para trazer melhores resultados com a plataforma.

- Presença de 26% de plástico nas entregas;
- 21,9% de *full service* com modais limpos;
- 100% das entregas do iFood são compensadas por meio de uma carteira de créditos de carbono.

- **45,4%** de mulheres em cargos de liderança;
- **17,8%** de pessoas negras em cargos de liderança;
- **36%** de mulheres na alta liderança;
- **30,1%** de pessoas negras no iFood em geral.

A experiência que ganhamos na busca de resultados socioambientais positivos, com nossos erros e acertos, muita escuta e conexões construídas ao longo dos últimos anos, tem endereçado cada vez mais nossas materialidades. Esse processo vem contribuindo para compreendermos quais são os investimentos mais estratégicos na construção de um negócio sustentável e de impacto positivo.

Nossas materialidades e a sustentabilidade como estratégia

(GRI 3-1; 3-2)

Materialidade, no contexto da sustentabilidade, é o termo usado para tratar os temas ambientais, sociais e de governança (ESG) mais relevantes que a empresa precisa gerir ativamente e sobre os quais deve dar transparência a seus *stakeholders*. São 11 os temas materiais que guiam as estratégias de sustentabilidade do iFood – todos correlacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Esses temas foram identificados no desenvolvimento da nossa Matriz de Materialidade junto à consultoria Beon ESG.

O conteúdo deste relatório busca contextualizar a evolução de cada um desses temas ao longo de nossa história e os avanços mais importantes ocorridos entre abril de 2022 e março de 2023, nosso ano fiscal e período relatado.

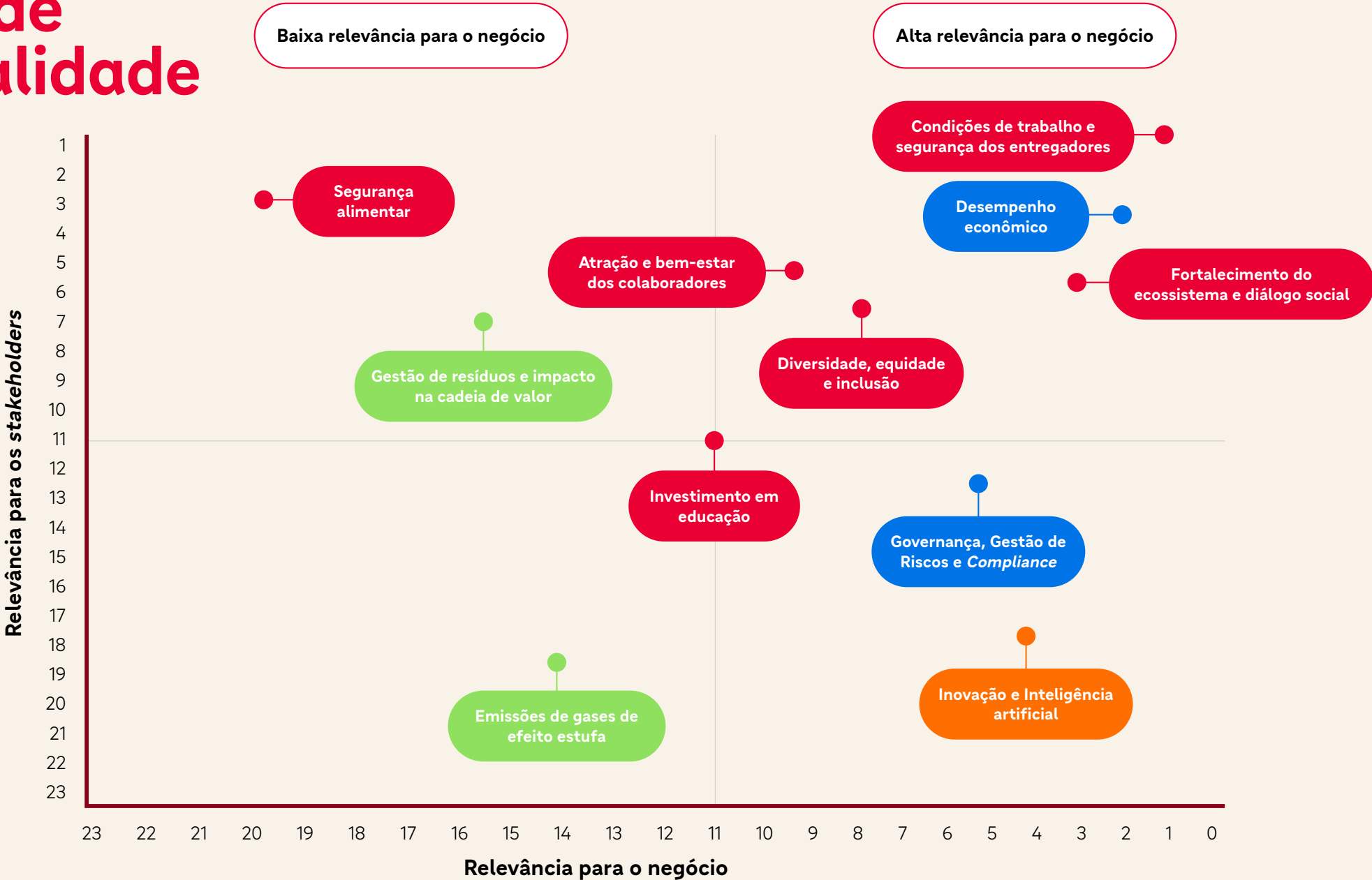
Temas materiais	Correlação ODS	Capital*
Condições de trabalho e segurança dos entregadores		Humano e social e de relacionamento
Desempenho econômico		Financeiro
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social		Social e de relacionamento
Governança, gestão de riscos & Compliance		Intelectual e financeiro
Diversidade, equidade e inclusão		Humano
Investimento em educação		Social e de relacionamento
Inovação e Inteligência artificial		Intelectual
Atração e bem-estar dos colaboradores		Humano
Gestão de resíduos e impacto na cadeia de valor		Natural
Segurança alimentar		Manufaturado, humano e social e de relacionamento
Emissões de gases de efeito estufa		Natural

* Classificação de Capital conforme o padrão do IIRC

Matriz de Materialidade

Alta relevância para os stakeholders

Baixa relevância para os stakeholders



Temas materiais (11)

Legenda

- Ambiental
- Social
- IA & Inovação
- Governança

Uma história em construção

2011

- Nasce o iFood

2012

- Lançamento do site iFood e do aplicativo para Android e iOS.
- O iFood recebe o 1º investimento – R\$ 3,1 milhões da Warehouse.

12 MIL PEDIDOS POR MÊS.

2013

- 1º investimento da Mobile.

2014

- Aumentamos nossa área de atuação após a fusão com a Restaurante Web.

134 MIL PEDIDOS POR MÊS.

2015

- Atingimos a marca de

1 MILHÃO DE PEDIDOS POR MÊS.

2020

- iFood Mercado, até então um piloto em poucas cidades, ganha escala nacional rapidamente com o crescimento da necessidade das pessoas de receber compras de mercado durante a pandemia de Covid-19.

2019

- Adquirimos a Hekima e investimos em inteligência artificial. Expansão territorial do iFood para mais cidades brasileiras.
- Fabricio Bloisi assume como nosso presidente.

20 MILHÕES DE PEDIDOS POR MÊS.

2018

- Início da vertical de gestão logística no nosso ecossistema. Até então, os restaurantes eram os únicos responsáveis pelas entregas e o iFood não fazia a conexão entre restaurantes, consumidores e entregadores dentro da plataforma.
- Captação de investimentos de ~US\$ 500 milhões torna o **iFood um dos primeiros unicórnios brasileiros.**

2017

- Atingimos a marca de

6,1 MILHÕES DE PEDIDOS POR MÊS.

2021

- Lançamento dos compromissos públicos de educação, meio ambiente e inclusão.
- 1º Fórum de Entregadores.
- Criação do iFood Benefícios.
- Nasce o [iFood News](#), nosso portal de notícias.

60 MILHÕES DE PEDIDOS POR MÊS.

2022

- A Mobile, financiada pela Prosus, adquire 33,3% das ações da Just Eat Holding Limited e passa a ter 100% do iFood.
- 1º Fórum de Restaurantes focado em diálogo e conexão.
- 1ª edição do Voz dos Entregadores, uma série de encontros de diálogo social com os profissionais nas diferentes regiões do Brasil.

65 MILHÕES DE PEDIDOS POR MÊS.

2023

(até março)

- Fabricio Bloisi é nomeado porta-voz de educação do ODS 4 - Educação de Qualidade do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).
- Criação da vice-presidência de Impacto Social, com foco na melhoria das condições de trabalho e segurança dos entregadores e na ampliação da equidade em nosso ecossistema.

75 MILHÕES DE PEDIDOS POR MÊS.



Nossa história está em plena construção, com as **responsabilidades e desafios de inovar de forma disruptiva e gerar valor compartilhado em todas as esferas em que atuamos**. Nossa cultura nos ensina a sonhar grande, a agir na busca de resultados apesar das incertezas e a ver os erros no caminho como parte do aprendizado e da jornada para sermos cada dia mais sustentáveis.

Queremos mostrar à sociedade brasileira que é possível ter sucesso nos negócios e também gerar impacto social e ambiental altamente positivo, além de ser exemplo para que outras empresas nacionais façam o mesmo.

Temos orgulho de sermos brasileiros e desejamos que o Brasil também se orgulhe de ter uma empresa como o iFood. Por isso, apresentamos a seguir os avanços conquistados ao longo do último ano fiscal – abril de 2022 a março de 2023 –, com os principais temas estratégicos para os nossos negócios e dos nossos *stakeholders*.



Nossos negócios

(GRI 2-6; 2-8)

O empreendedorismo nos fez começar como uma pequena empresa há pouco mais de uma década, a partir de um sonho grande. A inovação, o desenvolvimento de tecnologia proprietária e a busca constante de melhores resultados nos tornaram a empresa de tecnologia referência em *delivery online* na América Latina. Novas demandas surgiram e, por isso, diversificamos nossas soluções, criando, nos últimos anos, conexões que vão além da que foi estabelecida entre restaurantes e consumidores de *delivery*.

Em 2018, entramos para a lista dos dez primeiros unicórnios brasileiros, com o aporte financeiro direcionado especialmente à melhoria do nível de serviço e à expansão do nosso negócio. Em 2019, partimos para novos modelos com o iFood Mercado, que ainda estava em fase inicial no começo de 2020, quando foi escalado rapidamente em decorrência da necessidade iminente de viabilizar que milhões

de brasileiros pudessem fazer pedidos *online* a supermercados durante a pandemia de Covid-19. Nesse período, também tivemos diversas iniciativas de proteção aos restaurantes e aos profissionais de entrega, que foram imprescindíveis diante de um cenário tão crítico para toda a sociedade. (As ações de proteção estão detalhadas no *Relato de Impacto iFood 2021*)

Entre 2020 e 2021, surgiu e cresceu o iFood Benefícios, solução que iniciou com oferta de vale-alimentação e vale-refeição em um único cartão. Hoje, temos novos tipos de benefícios para as empresas oferecerem aos seus colaboradores como, por exemplo, mobilidade e suporte para o trabalho remoto. A unidade de negócios de serviços financeiros – iFood Fintech – contempla, ainda, a frente de crédito, soluções e contas de pagamento para restaurantes.

A seguir, conheça o desempenho das principais unidades de negócio no último ano.

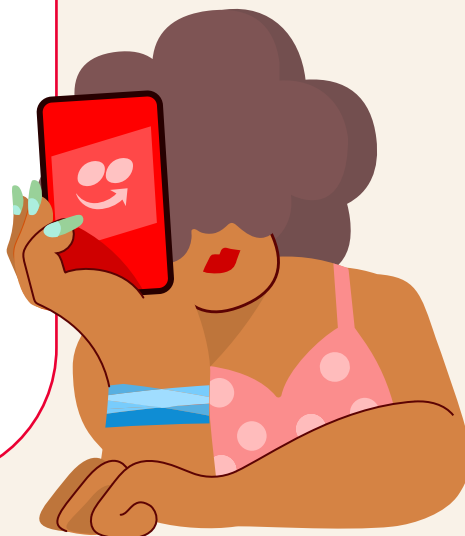


Food Delivery

Este é o nosso principal negócio e envolve um ecossistema com mais de 330 mil estabelecimentos nos quais o consumidor pode pedir a comida, que será levada até o endereço de entrega pela logística própria dos restaurantes ou por profissionais de entrega com serviços intermediados pela plataforma do iFood.

Além da plataforma de vendas para o consumidor final, temos diferentes soluções para as necessidades dos nossos parceiros (restaurantes, mercados, farmácias, pet shops e empresas clientes de benefícios), como:

- **Ads:** plataforma de anúncios para estabelecimentos e indústrias que querem promover seus negócios e produtos;
- **Cardápio Digital:** plataforma integrada ao iFood. O menu é digitalizado e vira um link ou QR Code que o estabelecimento pode divulgar em seus canais proprietários;
- **Anota Aí:** ferramenta de inteligência artificial para automatizar as respostas por WhatsApp e Instagram, oferecida para apoiar estabelecimentos no desafio de manter seus clientes sempre atendidos com respostas e vendas;
- **Clube:** programa de fidelidade que traz benefícios e descontos para quem faz compras com frequência no *app*.



iFood Mercado

O consumidor faz o pedido, o estabelecimento – que pode ser um mercado (supermercado, atacado, atacadão), farmácia ou até mesmo uma pet shop – separa as compras do consumidor, que chegam até seu destino final por logística própria do estabelecimento ou por profissionais de entrega com serviços intermediados pela plataforma do iFood.



iFood Shop

Uma loja online com diferentes utilidades para o restaurante, de ingredientes a embalagens, inclusive com opções sustentáveis promovidas por nossas iniciativas ambientais.

Logística

Há duas modalidades pelas quais os estabelecimentos utilizam nossa plataforma: *Marketplace* e *Full Service*.

No modelo *Marketplace*, **que hoje representa 59%* dos pedidos feitos pelo app**, a entrega fica sob a responsabilidade dos próprios estabelecimentos – que podem ter sua frota ou fazer uso de qualquer outra plataforma logística. Já na modalidade *Full Service*, representada pelos outros 41%* dos pedidos, as entregas são feitas pelos entregadores conectados à plataforma do iFood – que são contratados pelos consumidores ou pelos estabelecimentos comerciais –, ficando os estabelecimentos responsáveis apenas e tão somente pelo preparo dos pedidos.

Os profissionais de entrega podem trabalhar em dois formatos: **Nuvem**, no qual as pessoas se cadastram de forma independente diretamente na plataforma do iFood; ou por meio de um **Operador Logístico (OL)**, empresa especializada na atividade de entrega que possui contrato com o iFood e que conta com entregadores próprios.

Na vertical logística está um dos nossos temas mais materiais: a relação com os entregadores e suas condições de trabalho. Aprofundaremos o tema mais adiante.

*Dados de março de 2023, somente pedidos válidos.



iFood Fintech

Em 2020, iniciamos a solução de multibenefícios com flexibilidade para empresas chamada iFood Benefícios, com oferta de vale-alimentação e vale-refeição em um único cartão.

Hoje, a unidade de negócio é denominada iFood Fintech e também entrega possibilidade de saldos para as empresas utilizarem como auxílio mobilidade e home office, além de oferecer crédito, soluções e contas de pagamento para restaurantes.

Diferenciais estratégicos: inovação e IA

(GRI 3-3)

Como uma *foodtech*, acreditamos que o desenvolvimento de tecnologia proprietária e a inovação presente na cultura de toda a empresa são fundamentais para uma revolução que ajuda clientes, parceiros, empreendedores e todo o ecossistema a crescer e prosperar. Investimos para que a evolução de ambos seja ágil, descentralizada e ética, como vemos a seguir.

Governança da Inteligência Artificial

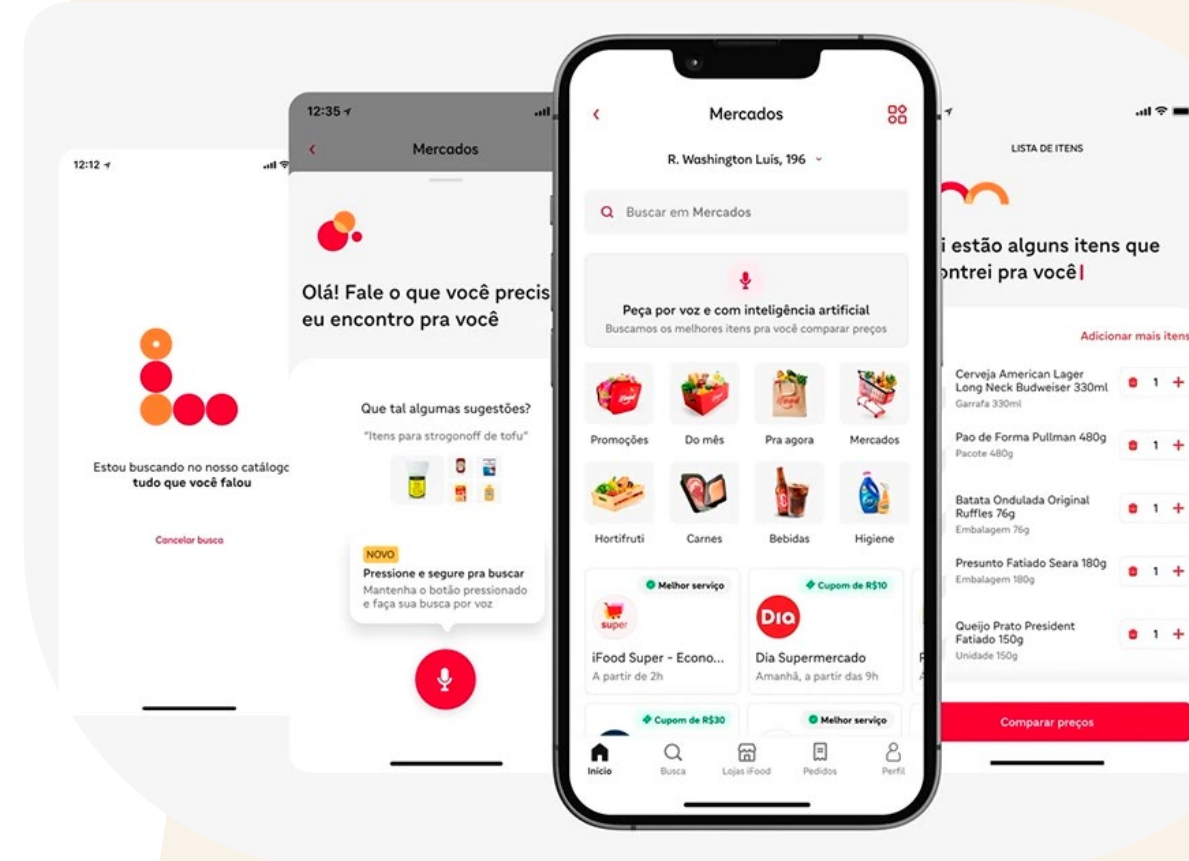
Um pilar importante de investimentos para nós está relacionado à inteligência artificial (IA), desenvolvido por uma equipe especializada de mais de 300 pessoas entre cientistas, engenheiros e analistas de dados.

São mais de 120 modelos de inteligência artificial espalhados por vários pontos do aplicativo, com foco em trazer **eficiência operacional e melhorar a experiência de nossos estabelecimentos parceiros, profissionais de entrega e consumidores.**

Nesse contexto, percebemos a necessidade de implantar internamente um programa de governança de inteligência artificial para assegurar que os modelos sejam desenhados e aplicados de forma ética, ágil e segura. Estruturamos o programa em três pilares: **cultura, orientação e gestão.**

No primeiro pilar, chamado **Cultura Institucional**, atuamos com a capacitação dos *FoodLovers* e alinhamento interno sobre o uso adequado da tecnologia, trazendo conhecimento sobre os possíveis impactos dos modelos de IA na sociedade (positivos ou negativos) e seus eventuais vieses e riscos.

No pilar **Orientação**, realizamos treinamento de modelos e algoritmos com base em fundamentos éticos e de privacidade como transparência, explicabilidade, não discriminação, segurança, robustez, responsabilidade e prestação de contas.



A partir dessa abordagem, conseguimos fornecer à IA elementos que nos possibilitem tomar decisões futuras mais justas.

Por fim, no pilar **Gestão**, adotamos medidas eficazes para o uso diligente da IA, registro de suas atividades, formalização das recomendações legais e acompanhamento de desenvolvimento e aplicação.

Inovação disruptiva

Um dos pilares da nossa cultura é a inovação, impulsionada pela capacidade dos nossos times de se reinventar de maneira ágil, o que nos permite testar novas ideias e reagir com agilidade às mudanças que nos cercam. Esse é um valor em todas as nossas áreas e não seria diferente nos nossos times de *Jet Skis*, as cabeças por trás da inovação disruptiva.

Os *Jet Skis* são times temporários que têm a missão de pôr ideias em teste. São equipes enxutas, multidisciplinares e com foco em quebrar barreiras. Responsáveis por selecionar as ideias mais inovadoras que surgem no iFood, desenvolvem um projeto piloto por cerca de dois meses.

Esses *squads* são formados por pessoas de negócios, design, tecnologia e produto – todas reunidas para descobrir qual será a nossa próxima grande aposta em inovação. Alguns desses projetos terão o piloto ampliado e implantado, enquanto outros poderão servir de aprendizado do que não se adequa ao nosso negócio.

A metodologia *Jet Ski* se baseia nos pilares:

- Foque as ideias estratégicas
- Escolha quem gosta de risco
- Feito é melhor do que perfeito
- Opere em ciclos curtos
- Crie equipes multidisciplinares



Entrega inteligente: Projeto ADA

Atualmente, também trabalhamos no projeto ADA. Nosso foco está no desenvolvimento e no aprimoramento de um modal elétrico, autônomo e seguro, que possa atuar no primeiro e no último trecho da entrega, tanto em ambientes internos quanto externos.

Iniciamos o projeto de entrega inteligente em 2021, no shopping Iguatemi Ribeirão Preto. Lá, acontecia o primeiro trecho de entregas, retirando pedidos dos restaurantes que ficavam mais distantes da praça de alimentação e levando-os para o *hub* em que os entregadores retiravam a comida.

Em 2022, a ADA foi testada em um condomínio de casas, também em Ribeirão Preto, para transportar os pedidos no último trecho de entregas: entre a portaria e a porta das casas dos clientes. De forma geral, é um produto que atende às necessidades de segurança da operação, podendo atuar de forma autônoma, mas sempre com teleoperador monitorando e acompanhando cada rota como medida adicional de segurança.

Em nosso escritório, em Osasco, a ADA atende salas de reunião no térreo com bebidas preparadas na cafeteria. Cada rota de entrega é composta de duas missões (ida e volta), com o robô sendo destravado para abertura no ponto de coleta e no ponto de entrega. Os funcionários e visitantes podem fazer pedidos por meio da leitura de um *QR Code*. O robô ADA conta com um sistema de inteligência artificial e mais de dez câmeras e sensores.



2.

Menu ☰

- 1. O iFood
- 3. Condições de trabalho e segurança dos entregadores

Quem somos nós

GRI
2-7

Muito além da comida e de soluções tecnológicas, nossa base se constitui de pessoas – comunidade, parceiros, colaboradores. **Acreditamos que juntos conseguiremos alcançar nosso propósito de Alimentar o Futuro do Mundo.**

Nossa paixão por tecnologia, uma cultura forte e mais de 5 mil *FoodLovers* são a receita de sucesso que constrói o iFood todos os dias.

5.293
FoodLovers

2.459 Mulheres **2.834** Homens



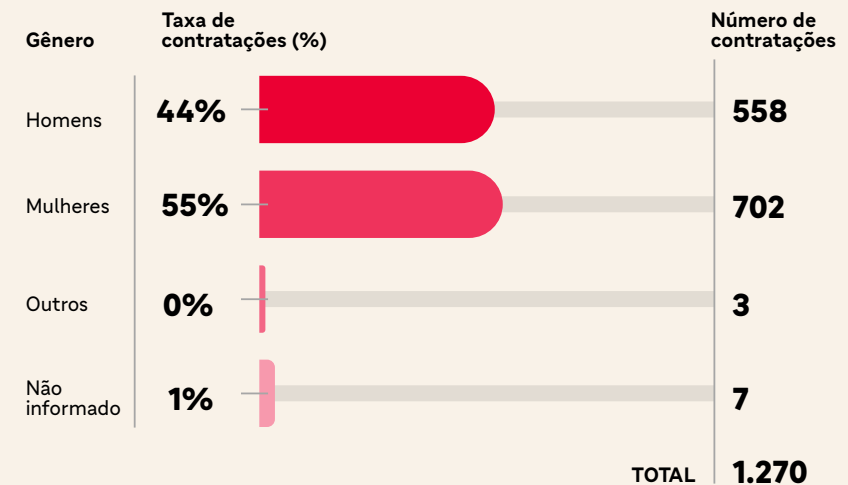
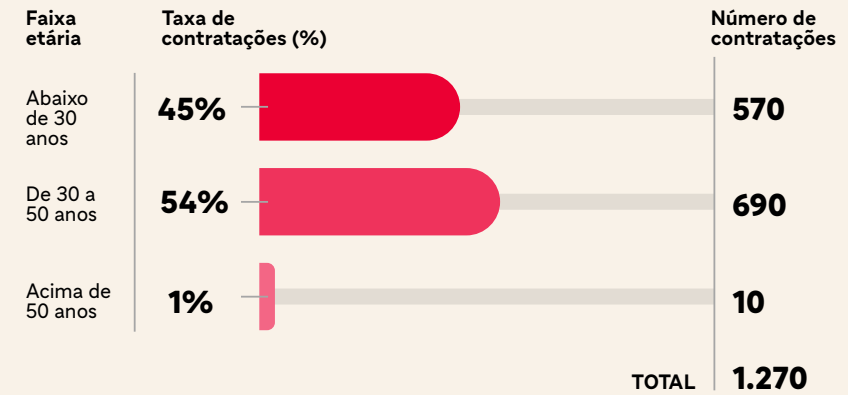
Contratações e desligamentos

(GRI 401-1; SASB CG-EC-330a.2)

Durante o período do relatório, realizamos 1.270 contratações em quase todos os estados do Brasil e, no total, houve mais de 1.800 desligamentos, dos quais 747 foram voluntários e 1.119 involuntários.

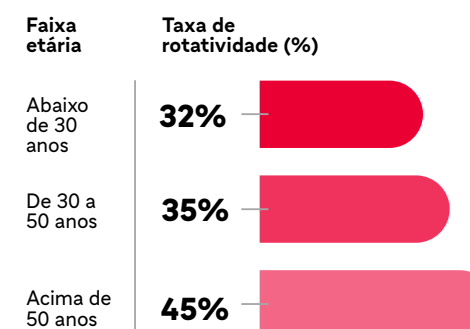
Fato relevante de ser mencionado no período foi a demissão de 355 colaboradores iFood em março de 2023, o equivalente a 6,3% do quadro geral da época. Esse movimento fez parte da nossa decisão estratégica de descontinuar algumas propostas de novos negócios em estágio ainda inicial. Trabalhamos para que esse momento difícil fosse conduzido com o máximo de respeito e cuidado.

Número total e taxa de novas contratações durante o período do relatório, discriminados por faixa etária, gênero e região



Estado	Número de contratações	Taxa de contratações (%)
AL	3	0,2%
AM	5	0,4%
AP	1	0,1%
BA	28	2,2%
CE	12	0,9%
DF	19	1,5%
ES	17	1,3%
GO	15	1,2%
MA	4	0,3%
MG	82	6,5%
MS	4	0,3%
MT	1	0,1%
PA	7	0,6%
PB	12	0,9%
PE	25	2,0%
PI	7	0,6%
PR	54	4,3%
RJ	88	6,9%
RN	10	0,8%
RR	0	0,0%
RS	36	2,8%
SC	45	3,5%
SE	6	0,5%
SP	786	61,9%
Não informado	3	0,2%
TOTAL	1.270	

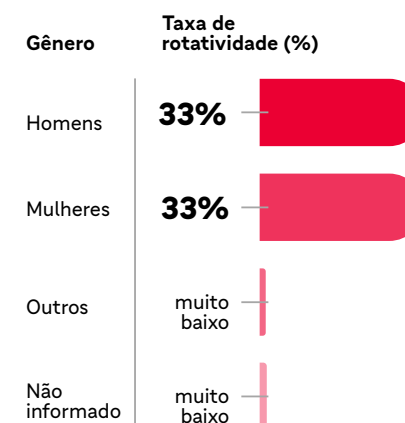
Número total e taxa de rotatividade durante o período do relatório, discriminados por faixa etária, gênero e região



A taxa de rotatividade está associada aos números absolutos de contratações em diferentes faixas etárias.

Mais precisamente registramos:

- **570** contratações para indivíduos com menos de 30 anos;
- **690** contratações para pessoas entre 30 e 50 anos;
- **10** contratações para aqueles com mais de 50 anos.



A taxa de rotatividade está associada aos números absolutos de contratações por gênero.

Mais precisamente registramos:

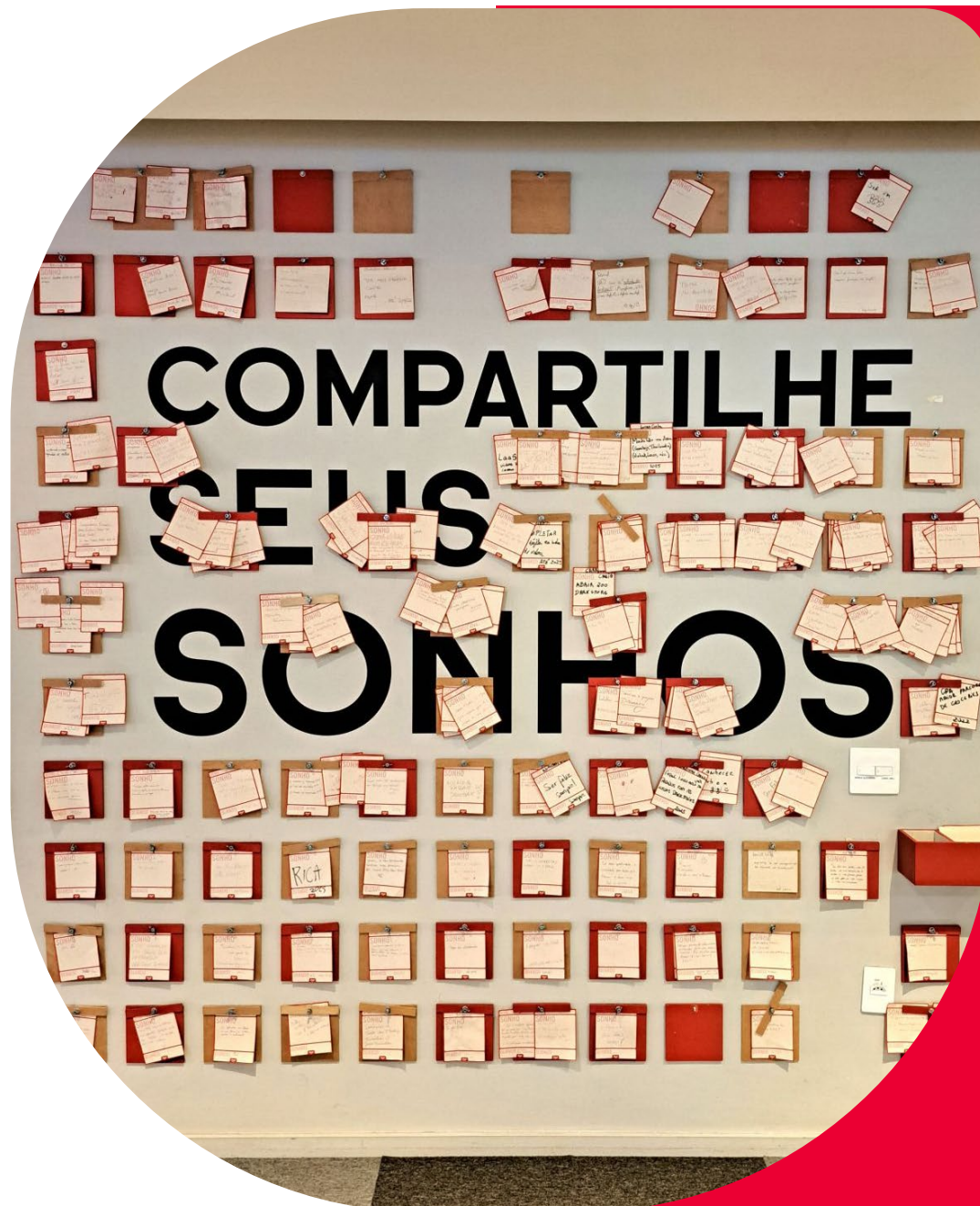
- **558** contratações de homens;
- **702** contratações de mulheres;
- **3** contratações na categoria "Outros".
- **7** contratações na categoria "Não informado".

Nosso propósito

Todos os dias buscamos gerar impacto positivo inspirados pelo nosso propósito de **Alimentar o Futuro do Mundo**.

Nossa trilha de evolução é traçada em:

- Utilizar o poder da educação para contribuir para um mundo mais próspero;
- Criar impacto positivo para o meio ambiente e ser referência em sustentabilidade;
- Inovar com tecnologia para entregar não apenas comida, mas proporcionar momentos especiais, além de propor soluções inteligentes capazes de promover inclusão e impactar a vida de milhares de pessoas.



Nossa cultura (GRI 2-26)

O iFood é uma das maiores empresas do Brasil e da América Latina. Diferente do que muitas pessoas costumam achar, nossa receita de sucesso não se resume em ter um fundador jovem com uma ideia ousada, somados a um grande investimento. Mas, sim, envolve nossas pessoas, uma cultura forte e, claro, aliadas à nossa paixão por tecnologia e ao propósito de **Alimentar o Futuro do Mundo**.

As nossas pessoas, ou melhor, *FoodLovers*, constroem diariamente uma cultura com a cara do iFood: pioneira, tecnológica, disruptiva, diversa e apaixonante!

Somos EMPREENDEDORES, com foco em RESULTADOS, sem perder a INOVAÇÃO de vista e com muito *ALL TOGETHER* para alcançar nosso sonho grande! A seguir, conheça mais nossos valores e o J.i.T. (Jeito iFood de Trabalhar): nossa cultura traduzida em dez princípios com formas de pensar e agir de qualquer *FoodLover*.

Empreendedorismo

Temos um sonho grande e agimos como donos e donas. Nossa alma é empreendedora e queremos ir sempre além. Para nós, o céu não é o limite.

Princípios Empreendedorismo

Sonhe grande

Nosso propósito nos movimenta. Desafie-se e faça o mesmo com o time para entregar o impossível, aterrissando ideias e tangibilizando caminhos.

Encare os fatos brutais

Coragem e transparência são fundamentais para superar desafios. Encare os fatos para transformar o impossível em realidade.

Mentalidade de dono

Seja protagonista de suas ações, assuma a responsabilidade, aloque recursos com inteligência e atue com autonomia e alinhamento.

Resultados

Somos pessoas obcecadas por resultados e sempre buscamos alta performance. Reconhecemos nosso time com base na entrega, sem vieses.

Princípios Resultados

Foco e Entrega

Foco, foco, foco! Descomplique, desapegue e traga soluções – não obstáculos.

Escalabilidade e Futuro

Construa soluções escaláveis e preparadas para o crescimento do negócio. Pense no futuro, mas não perca de vista o curto prazo.

Apetite constante

Não nos acomodamos e subimos a barra de entrega sempre e rapidamente. Assumimos o fato de que as condições podem mudar de forma intensa e estamos preparados para isso.





Inovação

Acreditamos no poder da inovação para um futuro mais próspero. Por isso, somos ávidos pela disrupção, tecnologia e IA. Em nossa cultura temos habilidade de testar, errar e mudar de forma simples e rápida.



Princípios Inovação

Ambidestria

Focamos em inovar e descobrir novas soluções, mas também ser cada vez mais eficientes e rentáveis.



Ágil: falhe rápido e aprenda

Errar faz parte do processo, mas aqui aprendemos rápido, ajustamos a rota e nos adaptamos com ainda mais velocidade.

All together (Colaboração)

Juntos e juntas, com colaboração, equidade e diversidade de pessoas, somos melhores! Nessa jornada, que parece impossível, celebramos as conquistas e encaramos tudo com leveza e bom humor.



Princípios All together

Gente, gente e gente

Com diversidade de histórias e vivências, conte com pessoas que inspiram, que são melhores que você, dando a elas *feedback* sincero para que se desenvolvam.



Conflitos são essenciais

Conflitos são essenciais. Não se contente com o consenso. Exponha seus pontos de vista de forma transparente, discordando e estando aberto a ouvir.

Gestão de talentos: atração e bem-estar dos colaboradores

(GRI 3-3; 403-6; 404-2; 404-3)

A gestão de talentos promove um ambiente positivo, facilita a conexão entre as pessoas e também influencia na qualidade das entregas. Essa conexão se tornou ainda mais relevante com a adaptação vivida em decorrência da pandemia de Covid-19, período em que o estilo de trabalho precisou ser reinventado. Durante esse tempo, focamos a eficiência como parte da nossa cultura, confiando na autonomia e responsabilidade dos nossos *FoodLovers*. Hoje, ao lembrar essa fase, sentimos orgulho de um time tão resiliente.

O novo estilo de trabalho possibilita que as pessoas estejam em diferentes lugares, o que impulsiona a diversidade. Os *FoodLovers*, por exemplo, estão espalhados por 25 estados brasileiros e o Distrito Federal.

Por entendermos a relevância de equilibrar o trabalho remoto e as trocas presenciais, neste ano, fomos uma empresa *Remote First*, o que significa que priorizamos quem estava distante por meio de ferramentas digitais ao mesmo tempo em que proporcionamos experiências presenciais.

Nosso foco é flexibilidade e bem-estar, dando espaço para aspectos como liderança e autonomia. Esse modelo é possível porque somos naturalmente digitais e temos uma cultura forte, o que reforça a oportunidade dos *FoodLovers* escolherem trabalhar no formato que combina mais com seu perfil. Pensando nisso, **somos uma empresa que acontece de qualquer lugar.**



Trilha de desenvolvimento interno

Nossos programas e times voltados para o desenvolvimento interno são focados na evolução técnica e comportamental dos nossos *FoodLovers*, com uma **média de 66 horas anuais** de dedicação em ações de desenvolvimento.

Entre eles estão:

- **Programa *iDream Big***

Focado no desenvolvimento de estagiários e estagiárias nas competências socioemocionais, gerenciais e comportamentais essenciais para o futuro do trabalho.

- **Programa *Meteoro***

Promove o desenvolvimento de jovens aprendizes em competências socioemocionais, pessoais, gerenciais e comportamentais. Orientação de carreira, autoconhecimento e flexibilidade cognitiva também fazem parte do programa.

- **Desenvolvimento – Negócio e Tecnologia**

Nosso time de Desenvolvimento de Pessoas age como parceiro do negócio em todas as frentes e unidades. Cada área também conta com profissionais para fazer diagnósticos de habilidades e necessidades e montar experiências, treinamentos e trilhas especializadas.

- **Plano de Desenvolvimento Individual (PDI)**

Percorre todo o ciclo de desenvolvimento e entregas da companhia como grande resultado da nossa avaliação de desempenho. No PDI, fornecemos conhecimento e capacitação internos, além de apoio para compra de conteúdos e cursos externos.

- ***iLearn***

Plataforma online de desenvolvimento com mais de 58 mil conteúdos disponíveis nos mais diversos assuntos, temas e competências. Nela também é possível fazer avaliação de liderados e autoavaliação.



- ***Onboarding da Liderança***

Programa recorrente para aprimorar habilidades, conhecimentos e noções operacionais, técnicas e comportamentais da nossa liderança. Também promove imersão na nossa cultura e traz reflexões sobre o importante papel dos líderes como porta-vozes dessa cultura.

Avaliação de desempenho











Na busca de processos mais justos, desde 2021 realizamos a avaliação de desempenho dos nossos colaboradores com base em dados. O objetivo é reduzir os vieses durante as avaliações. No primeiro ciclo realizamos 2.390 avaliações de desempenho e, no segundo ciclo, foram 3.618.









Utilizamos a técnica *ONA (Organizational Network Analysis)* para mapear os avaliadores de cada colaborador. O mapeamento identifica conexões considerando e-mails trocados, reuniões e interações via ferramentas internas. Além disso, acrescentamos alguns critérios como: gênero, raça, área e posição hierárquica, para que seja uma avaliação 360°.

Também usamos mecanismos para tornar o processo mais humanizado e fácil de ser realizado. Priorizamos a aliança entre os dados e a empatia. A partir das sugestões de desempenho e todos os dados da avaliação nas mãos dos gestores, há uma rodada de calibração das avaliações.

Entre abril e setembro de 2022, tivemos 55% de participação na avaliação de desempenho. Já entre outubro de 2022 e março de 2023, esse número subiu para 75% do total de colaboradores. Veja mais detalhes nas tabelas a seguir.

FoodLovers elegíveis que tiveram acesso à avaliação de desempenho

Gênero	Abril a setembro 2022		Outubro 2022 a março 2023	
	Total elegíveis	% elegível do total de funcionários	Total elegíveis	% elegível do total de funcionários
Todos empregados	3.926	 55%	4.913	 75%
Homens	2.092	 56%	2.620	 77%
Mulheres	1.793	 55%	2.240	 75%
Não informado	26	 51%	37	 77%
Outros	15	 19%	16	 22%

Categoria funcional	Abril a setembro 2022		Outubro 2022 a março 2023		Definição categoria
	Total elegíveis	% elegível do total de funcionários	Total elegíveis	% elegível do total de funcionários	
Executivos	208	 79%	215	 85%	head a c-level
Não executivos	1.361	 65%	1.559	 82%	espec./liderança inicial a sênior
Ascensão	1.432	 55%	1.864	 77%	sênior e plenos
Outros	925	 44%	1.275	 66%	demais níveis: estagiários, analistas jr. e assistentes

Remuneração e benefícios

Investimos no desenvolvimento de equipes com estratégias sólidas, ouvindo as necessidades e as dores dos times de forma coletiva e individualizada. Isso se dá com uma gestão de talentos atenta e efetiva, o que também envolve elementos como benefícios e remuneração, **além de algoritmos e tecnologia que ajudam as lideranças a tomarem melhores decisões com menos vieses.**

Nossos colaboradores com carga horária integral são contratados com vínculo profissional regido pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Jovens aprendizes e estagiários são considerados profissionais que atuam em tempo parcial e com contratos de tempo determinado.

Nosso trabalho direcionado para a saúde e bem-estar inclui horários flexíveis, programas de apoio à saúde física e mental para os *FoodLovers* e seus familiares, assistência médica e odontológica, seguro de vida e parceria na compra de medicamentos.

Compromisso por um mundo mais igual

Como parte do nosso compromisso de inclusão, estabelecemos metas e monitoramos indicadores de diversidade e de segurança psicológica, atrelando o avanço em diversidade ao senso de inclusão e pertencimento.

Para fomentar um ambiente de segurança e o crescimento profissional das nossas pessoas, criamos programas para o desenvolvimento e aceleração de carreiras dos grupos sub-representados e de lideranças inclusivas, além dos comitês de afinidade sobre temáticas raciais, de gênero, LGBTQIAP+, pessoas com deficiência e corpo livre.

Apoiamos *FoodLovers* transgêneros, oferecendo-lhes **assistência financeira, jurídica e psicológica, subsídio para tratamento hormonal e para cirurgia de redesignação de gênero.** Também oferecemos licença-maternidade e paternidade a casais homoafetivos.



iFood acontece de todos os lugares

Temos uma série de iniciativas e benefícios para viabilizar o trabalho remoto. Entre eles, destacamos o subsídio financeiro para que os *FoodLovers* equipem seus espaços de trabalho e parceria com *coworkings* em todo o Brasil.

Beneflex – Benefícios flexíveis

Aqui temos benefícios flexíveis, o que significa que os *FoodLovers* decidem qual será seu pacote de benefícios.

Nossos benefícios são distribuídos em um programa de pontos estruturado, dando aos *FoodLovers* a oportunidade de escolher o que e como aproveitar. Alguns deles são: assistência médica, assistência odontológica, refeição, seguro de vida, plano de viagem, farmácia, cultura e assistência pet.

Além do Beneflex, oferecemos um catálogo de benefícios que não consomem os pontos do programa: plano academia *GymPass*, auxílio creche, empréstimo consignado, assistência jurídica, assistência financeira, programa de transição de gênero, subsídio medicamentos, auxílio idiomas, entre outros.

Tempo e investimento para desenvolvimento individual

As manhãs de quarta-feira são prioritariamente reservadas para o autodesenvolvimento e tempo de foco. Por meio do *iLearn* (plataforma exclusiva), os *FoodLovers* têm acesso a conteúdos de qualificação profissional. Além disso, oferecemos subsídio correspondente ao cargo para o estudo de idiomas e diversas parcerias com instituições de ensino.





Escritórios inteligentes

Espaços colaborativos, equipados com tecnologia de ponta, auditório, quadra, patinetes, áreas de descompressão, mesa de sinuca, tênis de mesa, pebolim, karaokê, sala *iFood Baby* – preparada para acolher as necessidades de amamentação e cuidado dos bebês que forem levados em visita ao prédio –, horta orgânica no terraço, jardim e serviços.

Mobilidade

No trabalho presencial, oferecemos vale-transporte, transporte circular da estação de Osasco (SP) e estacionamento conveniado. Além disso, contamos com uma agência de viagens corporativa e aplicativos de transporte corporativo para *FoodLovers* que se deslocam a trabalho com recorrência.

Alimentação

Além do vale-refeição e vale-alimentação destinados aos *FoodLovers*, nossos escritórios oferecem boas opções de bebidas e alimentos a todos que frequentam os escritórios presencialmente, inclusive salada orgânica colhida de nossa horta para quem optar por almoçar por lá.

Apoio a mães e pais

Licenças-maternidade e paternidade estendidas, *coaching* de carreira para mães gestantes, grupo de apoio e trocas para pais e mães, auxílio creche, espaço de amamentação no escritório, parceria com o *app Play Kids*, programa *iFamily* de suporte para o retorno gradual dos pais e *onboarding* na volta da licença. Além disso, oferecemos apoio psicológico e jurídico para adoção.

Saúde e segurança

(GRI 403-1; 403-2; 403-3; 403-5; 403-7; 403-8)

O acompanhamento próximo dos *FoodLovers* e de profissionais terceirizados é fundamental em nosso processo de saúde e segurança, que conta com um sistema de gestão composto de médico do trabalho, enfermeiro do trabalho, técnico de enfermagem, engenheiro de segurança e técnico em segurança, seguindo as exigências legais. Nossa gestão de riscos e controles acontece por meio de programas como o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e o Programa de Controle Médico da Saúde Ocupacional (PCMSO).

Temos mais de 5 mil *FoodLovers*, além de 80 profissionais terceirizados que desempenham atividades em nossos escritórios. Verificamos documentos e capacitação para os terceirizados realizarem as atividades específicas para as quais foram contratados. Também oferecemos um treinamento de integração de segurança e prevenção de riscos antes de iniciarem o trabalho dentro das nossas instalações.

Utilizamos a *hierarquia de controle de riscos* como prática para monitorar e mitigar riscos ocupacionais. Determinamos, dessa forma, as melhores ações preventivas e avaliamos os avanços efetivos dos riscos. São cinco níveis de controle: **eliminação** (remover o que está ocasionando risco ocupacional), **substituição** (substituir o risco por uma alternativa mais segura), **controle de engenharia** (afastar as pessoas do fator de risco), **controle administrativo** (mudar o método de trabalho das pessoas) e **EPI** (disponibilizar equipamentos de proteção individual). Esse sistema é importante para que a proteção da saúde e segurança dos profissionais seja mais robusta e eficiente.

Em nossos canais internos, acompanhamos acidentes, incidentes e comunicados de comportamentos inseguros. Incentivamos esses relatos e trabalhamos também para mitigar riscos que envolvem atividades de terceiros.



Além disso, oferecemos o *iDoc*, programa de promoção à saúde assistencial sem custo. Com foco na atenção primária à saúde, disponibilizamos profissionais para atender remotamente em diferentes especialidades: médicos da família, psicólogos, nutricionistas e enfermeiros.

Apoio às famílias

Para oferecer acolhimento em fases tão especiais e importantes da vida de nossos *FoodLovers* e suas famílias, temos o *iFamily*, programa de apoio a mães e pais para conciliar a vida pessoal e a carreira. São três trilhas exclusivas que contemplam diferentes necessidades:

- **Trilha das Gestantes:** consultoria de maternidade e carreira desde a descoberta da gestação até o retorno da licença, com suporte médico, nutricional e psicológico.
- **Trilha do Parceiro ou Parceira de uma Gestante:** maior flexibilidade de horários para que os parceiros e parceiras possam acompanhar consultas e exames.
- **Trilha da Liderança dos Futuros Papais e Mães:** acesso a cartilha desenhada especialmente para facilitar o suporte aos liderados e uma sessão com *coaching* de maternidade e carreira sobre como a liderança pode apoiar as mães e os pais de seus times.

Para pretendentes à adoção temos um passo a passo desse processo para apoiá-los com informações relevantes, além de lhes oferecer suporte jurídico, financeiro e social. Na fase de adaptação, disponibilizamos suporte psicológico e, como complemento, um *voucher* para livros e um *kit* especial para ser utilizado pela nova família.





Licenças-maternidade e paternidade

(GRI 401-3)

Nossos *FoodLovers* dispõem de licença-maternidade e licença-paternidade estendidas, de 180 dias e 60 dias, respectivamente. Acreditamos que esse período fortalece os laços familiares e proporciona uma adaptação mais tranquila após a chegada de um(a) filho(a), além de uma mudança significativa na forma como os colaboradores percebem a empresa.

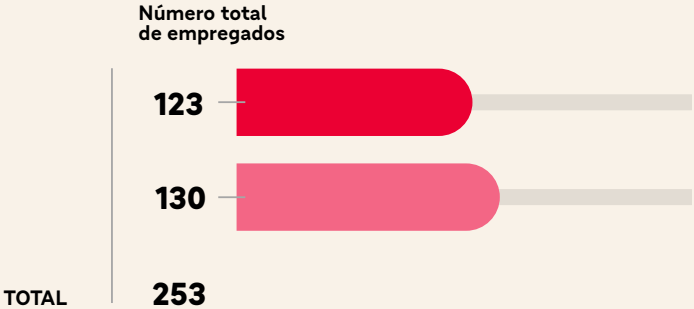
Também oferecemos licenças-maternidade e paternidade a casais homoafetivos, o que reforça nosso compromisso com a diversidade e a inclusão.

Nosso trabalho envolve um processo de acolhimento aos *FoodLovers* que retornam da licença. O programa *iFamily* também apoia o retorno gradual dos pais ao trabalho com uma reintegração cuidadosa e o compartilhamento dos detalhes sobre como a empresa está posicionada, bem como as mudanças ocorridas durante o período de ausência.

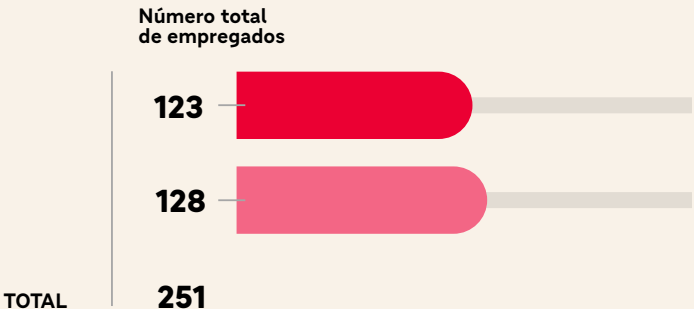
Por sermos dinâmicos e inovadores, o período de seis meses é suficiente para que muitas ações e iniciativas novas aconteçam. Por isso, o processo de reinserção é essencial para criar um ambiente confortável enquanto os *FoodLovers* se atualizam e se envolvem nos projetos.

As tabelas a seguir representam o período do relatório (abril/2022 a março/2023).

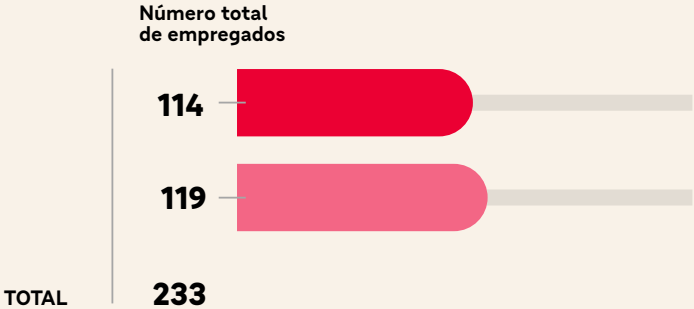
Número total de empregados que tiraram licença-maternidade/paternidade, por gênero



Número total de empregados que retornaram ao trabalho depois do término da licença-maternidade/paternidade, por gênero



Número total de empregados que retornaram ao trabalho depois do término da licença-maternidade/paternidade e continuaram empregados 12 meses após seu retorno ao trabalho



Taxas de retorno ao trabalho e retenção dos empregados que tiraram licença-maternidade/paternidade, discriminadas por gênero



- Homens
- Mulheres

Diversidade, equidade e inclusão

(GRI 3-3; 405-1)

O iFood é para todas as pessoas!

O Brasil é um país extremamente diverso, onde 56% da população se autodeclara negra (pessoas pretas ou pardas), segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No entanto, esses grupos são frequentemente sub-representados em posições de destaque e em cargos de liderança nas empresas.

Reconhecemos que a desigualdade racial e de gênero no mercado de trabalho é um problema histórico e estrutural da nossa sociedade. Dessa forma, é urgente que as empresas tracem estratégias completas para promover essa representatividade em seus quadros.

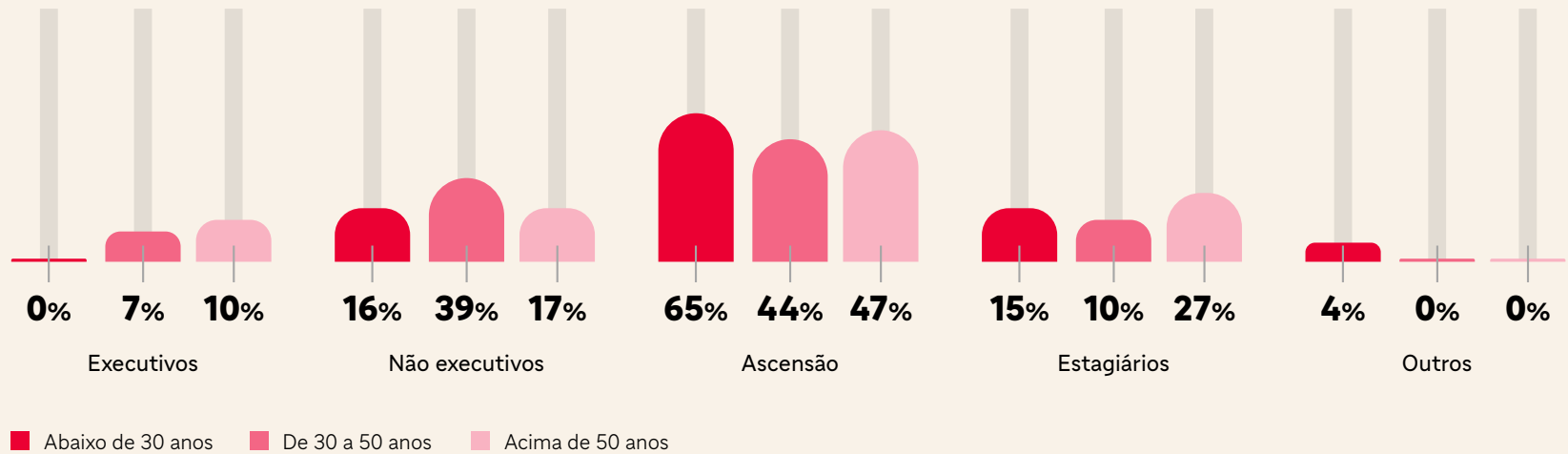
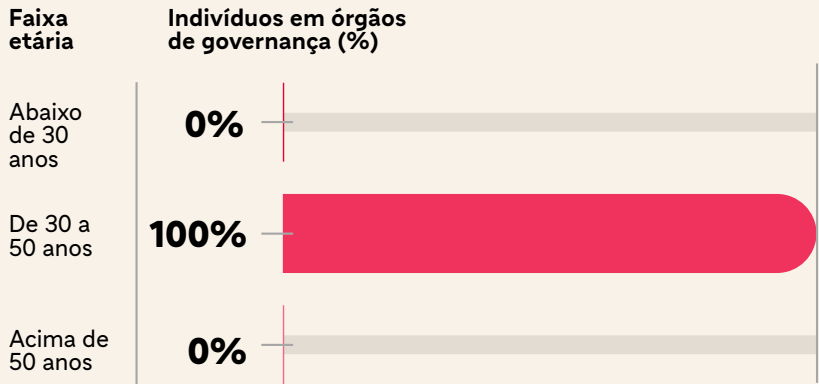
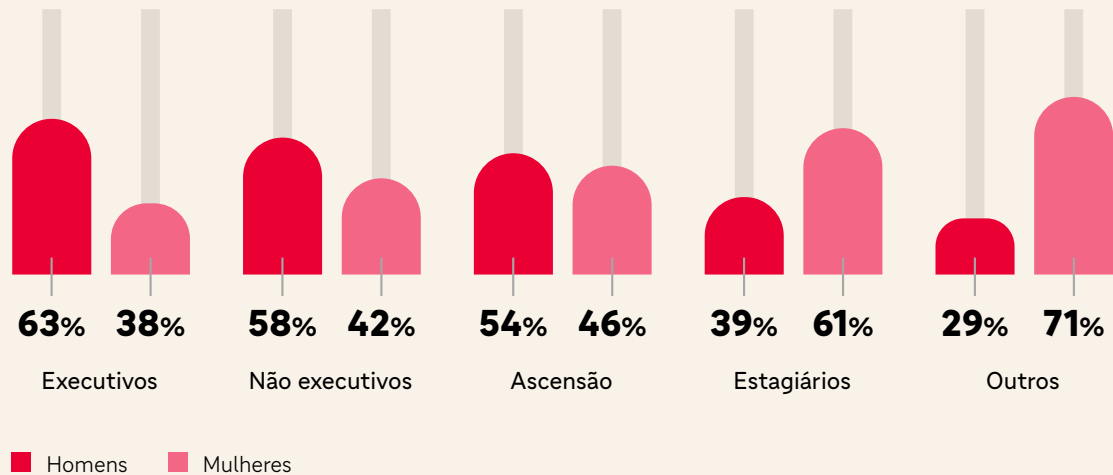
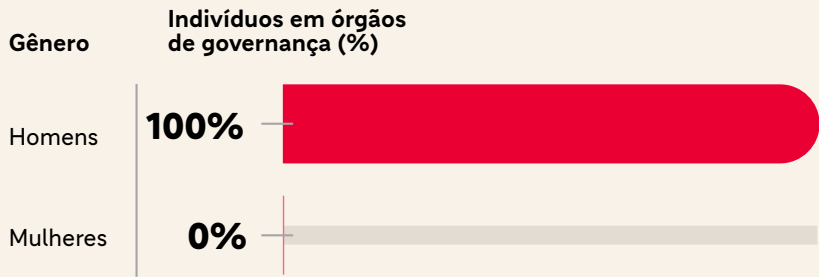
Com a responsabilidade de reverter esses indicadores no ambiente interno, consideramos a agenda de diversidade e inclusão em nossos compromissos anunciados em 2021. Ao fim de 2023, temos a meta de atingir uma liderança composta por 50% de mulheres e 30% de pessoas negras, além de 35% de mulheres

na alta liderança e 40% de pessoas negras no iFood em geral. Além disso, para que as pessoas de grupos sub-representados se sintam pertencentes e incluídas, criamos e mensuramos o Índice de Segurança Psicológica.

Acreditamos que a diversidade é fundamental para seguirmos com nosso propósito de **Alimentar o Futuro do Mundo**. Além de trazer inúmeros benefícios aos negócios, como inovação, aumento de produtividade e engajamento, é a coisa certa a ser feita.

Até março de 2023, conquistamos alguns marcos nessa jornada tão importante. Registramos 17,8% de pessoas negras em cargos de liderança e 30,1% no quadro geral de colaboradores. Temos também 45,4% de mulheres ocupando cargos de liderança e 36% na alta liderança. Isso mostra nossa evolução e comprometimento em seguir avançando nessa agenda.





Número total de empregados por gênero e região

Sexos GRI	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	TOTAL
Feminino	44	169	40	2.035	171	2.459
Masculino	93	234	39	2.197	271	2.834
Outro						0
Não divulgado						0
TOTAL	137	403	79	4.232	442	5.293

Número total de empregados permanentes por gênero e região

Sexos GRI	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	TOTAL
Feminino	40	152	37	1.946	168	2.343
Masculino	90	216	36	2.127	268	2.737
Outro						0
Não divulgado						0
TOTAL	130	368	73	4.073	436	5.080

Número total de temporários por gênero e região

Sexos GRI	Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul	TOTAL
Feminino	4	17	3	89	3	116
Masculino	3	18	3	70	3	97
Outro						0
Não divulgado						0
TOTAL	7	35	6	159	6	213

Grupos de afinidade

Pólen

Pólen é o nome do conjunto dos nossos cinco grupos de afinidade: Empodera Elas, Orgulho Negro, LGBTI+Amor, Corpo Livre e Sem Barreiras. Esses comitês são formados por *FoodLovers* que fazem parte de algum grupo sub-representado em espaços corporativos e/ou que se identificam ou se posicionam como aliados à causa defendida por esses grupos.

A iniciativa dos comitês é alimentada pela autonomia característica da nossa cultura e é crucial para a promoção de um ambiente mais inclusivo. Os grupos são responsáveis por desenvolver projetos relacionados à educação e engajamento.

Agora É que São Elas

Programa para impulsionar o desenvolvimento de mulheres que ainda não são líderes ou que acabaram de assumir uma posição de líder. O objetivo é acelerar o crescimento profissional e trazer discussões relevantes durante os encontros. Temas pertinentes aos desafios que as mulheres enfrentam em experiências de gestão são abordados pelo programa.

Programa de mentoria Todo *Black* É Power

Nosso programa de aceleração voltado para pessoas negras tem como objetivo aprimorar o perfil técnico e habilidades comportamentais. Os conteúdos incluem temas relacionados à pauta racial e a programação também contempla mentoria com especialistas e líderes. Em 2022, 40% dos participantes foram promovidos e 19% foram reconhecidos por seu desempenho.



FORTALECENDO NOSSA ATUAÇÃO ANTIRRACISTA

Entre nossas ações contínuas para combater as desigualdades raciais e sociais no Brasil, somos signatários do Pacto de Promoção à Equidade Racial desde 2021. O compromisso foi firmado em conjunto com outras empresas do grupo Movile, nossa investidora.

O Pacto visa introduzir um protocolo ESG (ambiental, social e de governança) voltado para aspectos da agenda racial no Brasil com o intuito de torná-los prioridade nas discussões econômicas. O índice do Pacto também é uma ferramenta estratégica para mensurar o progresso na correção das desigualdades raciais, tanto dentro quanto fora das organizações.

Em 2022, também nos tornamos signatários dos movimentos Raça É Prioridade e Elas Lideram, da Ambição 2030 do Pacto Global da ONU. Dessa forma, contribuimos com o compromisso público de alcançar a meta de ter 30% de pessoas negras, indígenas, quilombolas e demais grupos étnicos sub-representados em posição de liderança até 2023 e de ter 30% de mulheres em posição de alta liderança no mesmo período. São movimentos que corroboram nossos esforços na direção de um ambiente mais equitativo.



Comunicação Inclusiva

Criamos um guia de boas práticas em diversidade e inclusão para serem aplicadas em nosso processo de recrutamento e seleção. O material traz orientações que vão desde aspectos do processo, como a elaboração da descrição da vaga e os canais de comunicação em que as vagas são divulgadas, até como podemos nos comunicar antes, durante e depois das entrevistas.

O objetivo é passar as diretrizes e orientações como sugestões de perguntas a serem evitadas e recomendações para consulta a outros materiais como o nosso Manual de Comunicação Inclusiva.

Letramento e sensibilização de lideranças e empoderamento de colaboradores

O desenvolvimento das nossas lideranças também faz parte da nossa estratégia, uma vez que reconhecemos a importância e a necessidade do mercado de ter líderes mais conscientes dos seus próprios vieses e preconceitos, e dispostos, além disso, a promover uma gestão mais inclusiva.

Para fortalecermos essa agenda, investimos na formação e sensibilização dos gestores e líderes. O objetivo é capacitá-los a promover a inclusão de colaboradoras e colaboradores de grupos sub-representados, aprendendo a lidar também com as barreiras que podem dificultar o desenvolvimento desses profissionais.

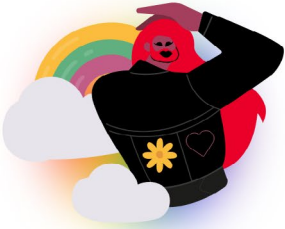
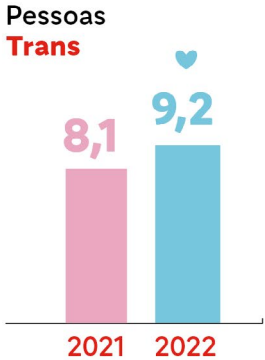
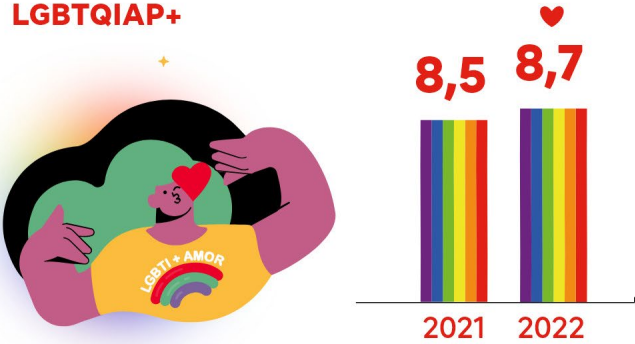




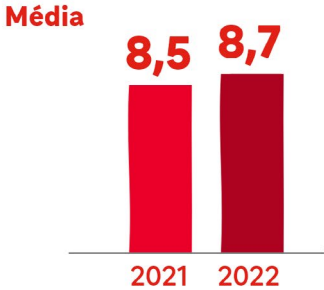
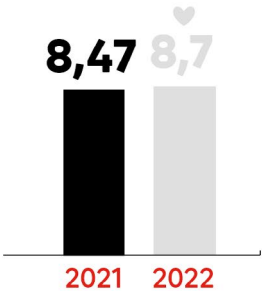
Desde 2021, o iFood usa o ISP (Índice de Segurança Psicológica) para medir o grau de inclusão das pessoas na empresa e sua sensação de pertencimento.

Confira a evolução do índice:

Pessoas LGBTQIAP+



Pessoas não LGBTQIAP+



Índice de Segurança Psicológica

Em 2021, desenvolvemos o Índice de Segurança Psicológica (ISP), um indicador para medir o nível de inclusão de pessoas de grupos sub-representados em nossos times como, por exemplo, pessoas negras, mulheres, LGBTQIAP+ e pessoas com deficiência.

O índice se baseia na metodologia da Dra. Amy Edmondson, da Universidade *Harvard*, e aponta se os colaboradores consideram o ambiente de trabalho psicologicamente seguro em relação à liberdade para se expressar, interagir, aprender e pertencer. A partir disso, conseguimos chegar a percepções valiosas sobre como pessoas de grupos sub-representados se sentem no trabalho e qual o grau de inclusão delas em comparação aos outros grupos.

Em 2022, a média do nosso Índice de Segurança Psicológica foi de 8,7, uma evolução em relação a 2021, que ficou com a média de 8,5. Para 2023, a meta é continuar evoluindo e alcançar a pontuação 9, bem como reduzir em no mínimo 50% a diferença entre o ISP dos grupos minorizados e o dos demais colaboradores.

Gestão de valor no ecossistema

(GRI 3-3; 203-1; 409-1)

Quando olhamos para o nosso amplo ecossistema, com mais de 330 mil estabelecimentos liderados por empreendedores com diferentes realidades geográficas, financeiras, operacionais e organizacionais, assim como as mais de 250 mil pessoas que entregam os pedidos feitos em nossa plataforma, cada uma delas com uma realidade, história, talentos, necessidades e aspirações, fica claro que apenas compreendendo em profundidade o ecossistema brasileiro no qual estamos inseridos é que seremos capazes de desenvolver e implementar soluções que atendam positivamente a essa complexidade. Assumimos, cada vez mais, a relevância de estabelecer conexão e diálogo frequentes e profundos com as pessoas com as quais nos relacionamos.

Nossa jornada tem sido marcada por desafios e marcos significativos, a começar pelos desafios iniciais de desenvolvimento de produto, ganho de escala e operação. Em 2020, enfrentamos a pandemia de Covid-19, com as necessidades urgentes de apoio e fortalecimento do nosso ecossistema em um momento tão crítico. Isso nos fez reconhecer ainda mais a importância do nosso papel socioeconômico.

E muitas outras mudanças vieram. Além de o hábito de pedir delivery ter se ampliado e consolidado ainda mais entre brasileiros nessa época, a profissão de entregas, que já existia no Brasil muito antes e além do iFood, foi considerada como atividade essencial. Esse movimento também trouxe para foco os desafios enfrentados por esses profissionais no dia a dia. Desde então, a temática ganhou destaque no debate público, envolvendo as discussões regulatórias e de inclusão previdenciária.



Para nós, o cenário regulatório é tão positivo quanto desafiador. O fortalecimento e a coordenação dos profissionais de entregas, somados ao envolvimento do governo e da sociedade civil, têm acelerado as discussões sobre regulação e de inclusão previdenciária, que apoiamos abertamente desde 2021. A complexidade desses debates nos coloca diante de diferentes pontos de vista e nos desafia a equilibrar agilidade e responsabilidade, bem como ponderar o modelo de negócio e o impacto social sistêmico das nossas decisões e ações.

Abrindo a cozinha: os principais desafios que enxergamos

Dois de nossos temas materiais são:

Fortalecimento do Ecossistema e Diálogo Social; e **Condições de Trabalho e Segurança dos Entregadores.** Eles

abrangem a forma como nos relacionamos e impactamos as nossas unidades de negócio e as partes interessadas envolvidas.

A relevância estratégica da parceria com os restaurantes

Somos tidos pelos restaurantes e estabelecimentos da plataforma, de modo geral, como parceiros estratégicos do negócio, uma vez que os apoiamos na adequação aos novos padrões de consumo e em como potencializar as vendas *online*, proporcionando acesso a um amplo fluxo de consumidores por meio da nossa tecnologia e base de usuários do *app*.

Com o crescimento da plataforma e do ganho de complexidade decorrente do aumento do número de restaurantes listados no iFood, foi natural a evolução no sentido

de ampliar a **Conexão e Diálogo** com nossos parceiros, visando gerar soluções cada vez melhores para as suas diferentes necessidades. Assim, ao longo do último ano embarcamos em uma jornada para fortalecer o ecossistema de mais de 300 mil restaurantes, estabelecendo espaços para diálogo frequentes e generativos com seus donos. Essa abordagem permitiu uma troca constante de aprendizados e uma coconstrução engrandecedora, resultando em avanços significativos não apenas operacionais, mas também na relação de confiança.



E quais são os principais desafios em relação aos entregadores?

Referência em *delivery online* na América Latina, nossa plataforma recebe mais de 75 milhões de pedidos por mês, o que equivale a cerca de 900 pedidos por segundo.

A maioria deles (59%) tem a logística feita pelos próprios restaurantes, enquanto a parcela restante (41%) fica a cargo das pessoas que prestam serviço de entrega via plataforma do iFood. Isso representa cerca de 30 milhões de pedidos realizados todos os meses por entregadores e entregadoras conectados à plataforma, que como regra geral avaliam positivamente a experiência com o iFood. Ainda que os casos de insatisfação sejam a exceção, somos extremamente exigentes e trabalhamos incansavelmente para aumentar cada vez mais a **excelência operacional**.

Além disso, quando se trata do trabalho intermediado por aplicativos, enfrentamos definições regulatórias complexas. Esta forma de trabalho é nova em todo o mundo e, assim como vários países, o Brasil está trabalhando na construção de uma regulamentação para a *Gig Economy*.



É importante destacar que, desde 2021, manifestamos publicamente nosso apoio à definição de uma regulação nacional para o trabalho de entregas intermediado por plataformas, especialmente em relação à definição de ganhos mínimos e à construção de um novo modelo de inclusão previdenciária desses profissionais, e seguimos colaborando ativamente com a iniciativa liderada pelo governo neste tema.

Enquanto as questões regulatórias são definidas, temos avançado significativamente em nossas práticas e políticas internas. Para isso, aprofundamos nossa compreensão de problemas e oportunidades relevantes por meio de um amplo diálogo social, especialmente com lideranças de entregadores e entregadoras cadastrados no *app*, iniciado em 2020 e que teve, em dezembro de 2021, um marco com a realização do 1º Fórum de Entregadores do país. A partir dos resultados do fórum, expandimos o formato de encontros pelo Brasil com a iniciativa **Voz dos Entregadores** ao longo de 2022. Também estabelecemos Grupos de Trabalho (GTs) com entregadores e

entregadoras, **com objetivo de identificar, discutir e priorizar juntos os principais problemas operacionais e melhorias necessárias para a experiência deles com a plataforma.** Também criamos soluções juntos e as testamos com o grupo de “*Communitesters*” antes de implementá-las para toda a base.

Esses espaços de diálogo têm gerado melhorias operacionais significativas em temas relacionados especialmente a **ganhos** e transparência, **segurança** e assistência à saúde, bem como melhorias na experiência com o *app* e atendimento, na oferta de vantagens e no relacionamento com todas as partes do ecossistema.

Entre as três principais dores levantadas no primeiro fórum com entregadores estava o preconceito sofrido no dia a dia de trabalho. No último ano, vimos crescer o número de casos de racismo e agressão contra entregadores e entregadoras, e compreendemos o reflexo disso no sentimento de **valorização e respeito**

dessas pessoas. Temos uma frente de atuação dedicada a esse tema, que será mais detalhada adiante.

Em nossa relação com entregadores e entregadoras, nós enxergamos uma grande oportunidade de promover a mobilidade social para centenas de milhares de pessoas. Isso se dá não só por meio de oportunidades de trabalho e geração de renda, mas, também, pelo investimento em **iniciativas educacionais** como o programa iFood Decola, acesso a bolsas de estudo e incentivos para a conclusão do Ensino Médio e do ensino superior, além do acesso a formações técnicas, especialmente em tecnologia, que é o nosso diferencial.

Sabemos que há muito ainda que pode ser feito e seguimos comprometidos a avançar consistentemente em cada uma destas frentes: **Ganhos, Proteção Social, Segurança, Valorização e Respeito, e Educação.** A seguir, contamos sobre o progresso realizado entre abril de 2022 e março de 2023.



3.

Menu ☰

- 2. Quem somos nós
- 4. iFood Restaurantes: fortalecimento do ecossistema e diálogo social

Condições de trabalho e segurança dos entregadores

GRI
3-3; TR-RO-320a.3

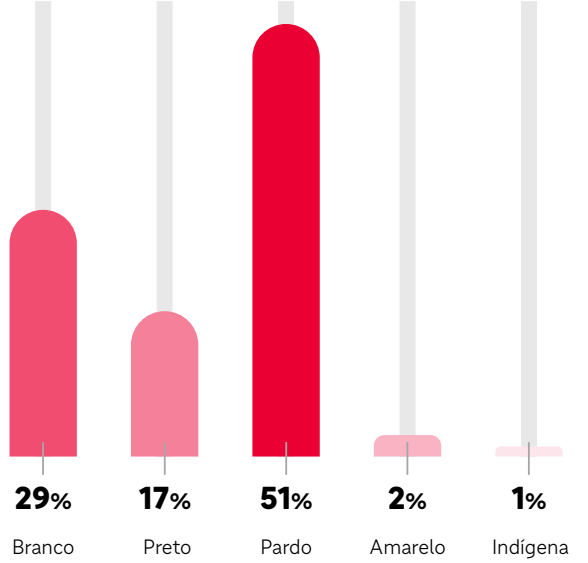


Quem são os profissionais de entrega por aplicativo no Brasil

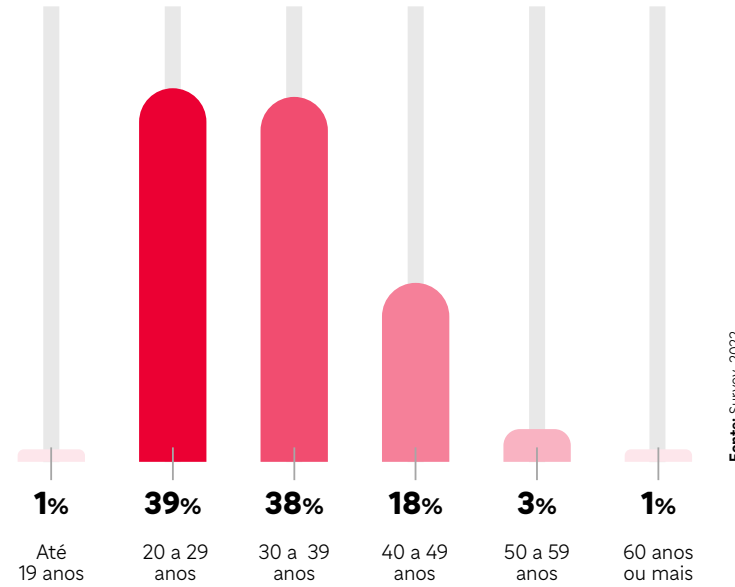
Mais de 60% dos entregadores se autodeclararam pretos e pardos, sendo mais de 70% homens jovens (idade média de 33 anos). Em sua maioria, a renda familiar mensal é de até três salários mínimos e o grau de escolaridade está enquadrado no Ensino Médio completo.

Do total, mais da metade (52%) dedica-se exclusivamente ao trabalho de entregas. Já o restante (48%) utiliza esse formato de trabalho como renda complementar.

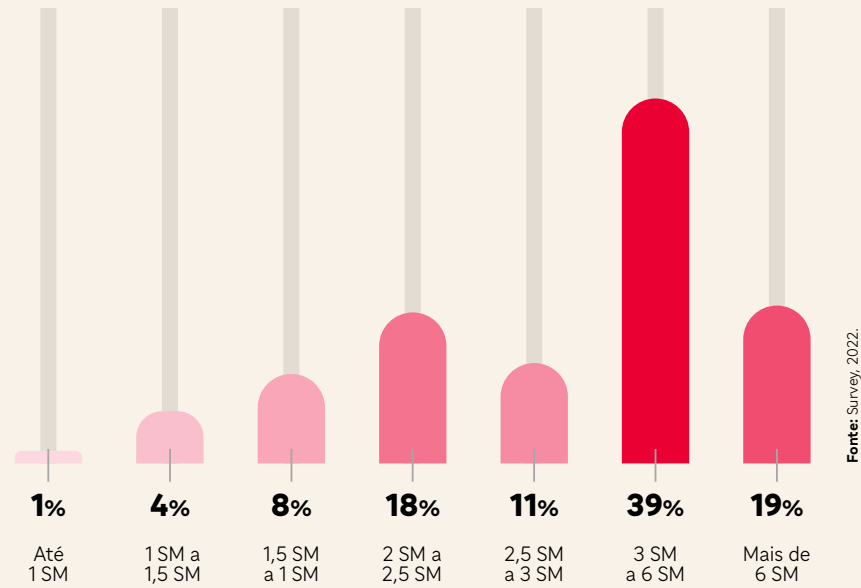
O retrato acima é apontado pela pesquisa **“Mobilidade urbana e logística de entregas: um panorama sobre o trabalho de motoristas e entregadores com aplicativos”**, realizada pelo Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap) em parceria com a Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia (Amobitec). O estudo é baseado em dados de várias plataformas de *delivery* no Brasil, inclusive a nossa.



Fonte: Survey, 2022.



Fonte: Survey, 2022.



SM = Salário Mínimo

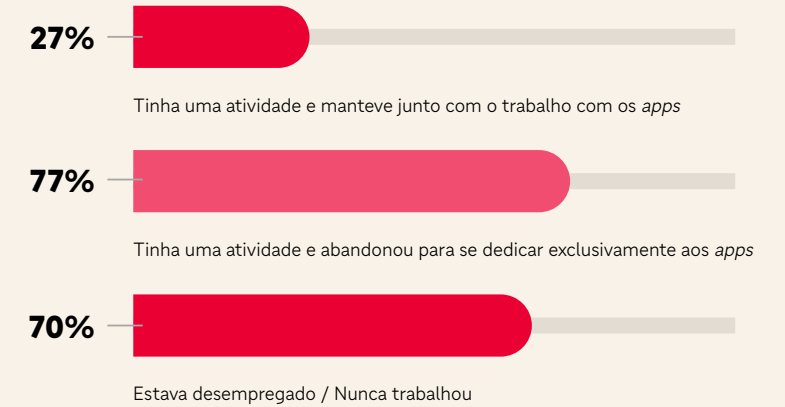
Fonte: Survey, 2022.



Fonte: Survey, 2022.

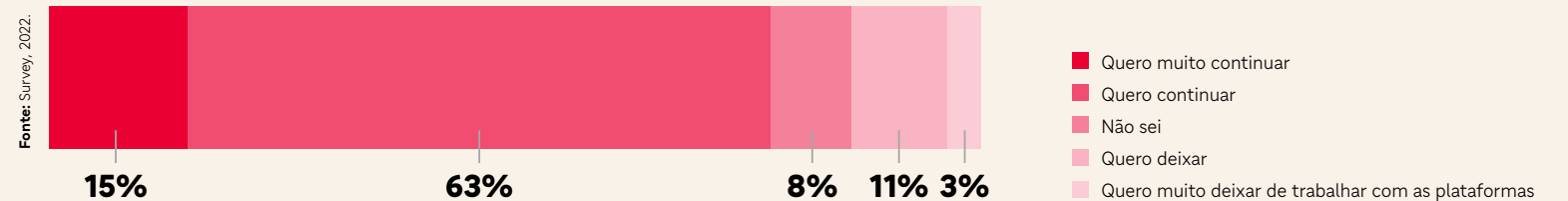
- É sua única atividade remunerada
- Exerce junto com outro(s) trabalho(s)

Outros dados da pesquisa revelam quanto as entregas se tornaram atividade complementar ou prioritária no decorrer do ano. Mais de 70% dos profissionais de entrega estavam envolvidos com alguma atividade econômica quando iniciaram as entregas no aplicativo e mais de 20% decidiram se dedicar exclusivamente a essa modalidade.



Fonte: Survey, 2022.

Cerca de 80% das pessoas que fazem entrega no Brasil querem continuar trabalhando com as plataformas



Fonte: Survey, 2022.

- Quero muito continuar
- Quero continuar
- Não sei
- Quero deixar
- Quero muito deixar de trabalhar com as plataformas

Como é o cadastro em nossa plataforma

Existem duas formas de se conectar como entregador ou entregadora no *app*. No modelo *Full Service* (41%), os pedidos podem ser entregues por profissionais independentes – formato chamado de **Nuven** –, ou por empresas especializadas nas atividades de entregas rápidas denominadas **Operadores Logísticos ou OL**. São as empresas que liberam o cadastro dos seus respectivos profissionais de entrega.

Exigências e orientações

O cadastro em nossa plataforma tem algumas exigências. Os profissionais de entrega devem ter mais de 18 anos e, caso utilizem motocicleta ou carro para atender aos pedidos, precisam da CNH válida na categoria correspondente. Para quem usa a bicicleta, basta apresentar o documento de identidade (RG) para comprovar a maioridade. Além disso, realizamos verificações periódicas das informações fornecidas para garantir a veracidade dos

dados, incluindo a comparação da fotografia do documento oficial com a foto do perfil.

É importante destacar que o cadastro em nossa plataforma é completamente gratuito e que **o iFood não cobra nenhuma taxa dos profissionais de entrega**, ou seja, eles recebem o repasse do valor integral que é informado no momento do aceite do pedido.

Já nos contratos com Operadores Logísticos, existem cláusulas contratuais que exigem a regularidade fiscal, previdenciária e trabalhista da empresa. Além disso, todos os OLs, fornecedores e parceiros que firmam contrato com o iFood concordam com as informações contidas em nosso Código de Conduta e Ética. Esse documento proíbe expressamente o trabalho infantil, forçado ou análogo à escravidão. Quaisquer irregularidades podem ser denunciadas no nosso canal de integridade, gerido por um terceiro independente. *(Saiba mais sobre nossa governança corporativa em “Gerar confiança com transparência”)*

Não exigimos formação, curso ou treinamento prévios para ingressar na plataforma. Muitas vezes, representamos a primeira oportunidade de atividade remunerada para os jovens,

reduzindo barreiras para o início de suas trajetórias profissionais. Para apoiar as pessoas nesse primeiro momento e ao longo de toda a sua jornada, oferecemos a elas conteúdos educacionais no iFood Decola, de forma online e gratuita. O objetivo é fornecer suporte e desenvolver habilidades técnicas e comportamentais importantes para uma realização segura e eficaz do trabalho de entregas junto à plataforma.



Diálogo social e Representatividade

Ouvir e compartilhar constantemente com os entregadores e as entregadoras são posturas fundamentais para melhorar a experiência da plataforma como um todo. Para isso, tivemos alguns marcos nos últimos anos:

2021

FÓRUM NACIONAL COM ENTREGADORES DO BRASIL

Realizamos o primeiro Fórum de Entregadores do país. O encontro presencial foi importante para a nossa compreensão das principais demandas dos profissionais de entrega e o fortalecimento do diálogo com a categoria. Também conseguimos dar mais visibilidade e transparência sobre nosso modelo de negócio.

Como resultado, **foi assinada, juntamente com representantes dos entregadores e das entregadoras, uma carta com 18 compromissos concretos de melhoria.**

2022

EVENTO VOZ DOS ENTREGADORES

O fórum foi expandido para o evento Voz dos Entregadores, uma série de encontros regionais de escuta para entender as dores e dificuldades que os entregadores e as entregadoras passam no dia a dia.

Foram mais de 20 encontros em diversas cidades, cobrindo todas as regiões do país. Ouvimos mais de 500 profissionais de entrega, e o índice de satisfação foi de 90%.

Como resultado, **conhecemos melhor diferentes realidades e os principais problemas enfrentados e que precisavam de uma ação nossa.**

2023

GRUPO DE TRABALHO COM ENTREGADORES

O próximo passo foi a criação do GT - Grupo de Trabalho com Entregadores.

O objetivo foi identificar, discutir e priorizar em conjunto os principais problemas a serem resolvidos, para então criar soluções. Seis problemas foram priorizados: suporte, tempo de espera no restaurante, relação com restaurante, rotas agrupadas, restrições & inativações e distribuição de rotas.

Como resultado, **desenhemos juntos ações com foco nos temas de relação excelente, vantagens, fazer o básico bem feito, operadores logísticos e franquias, restrições & inativações e transparência em ganhos.**

Evento Voz dos Entregadores no Recife (PE)



Evento Voz dos Entregadores em junho/2022



“O encontro é uma maneira de a gente ser ouvido, ter contato com as pessoas da empresa ao vivo, e não só pela internet. Faz muita diferença esse olho no olho. É muito importante essa presença”

Gilson da Costa, entregador iFood participante do Voz dos Entregadores que ocorreu no Rio de Janeiro



“Muitas dúvidas que eu tinha, a galera tirou, entendeu? Tô vendo um lado mais positivo, sim, referente aos problemas que a gente tem na rua.”

Ariane – Entregadora iFood e participante do GT

Liberdade sindical

(GRI 2-27)

Mantemos diálogos com uma série de lideranças em todo o Brasil entre pessoas físicas, associações, sindicatos, federações, confederações e centrais sindicais. As lideranças regionais de entregadores são importantes para levantar necessidades de melhorias às quais nossa operação pode contribuir para saná-las. Estabelecer um diálogo social frequente e construtivo com associações e sindicatos de trabalhadores é fundamental para entender e atender às demandas da categoria. Nesse sentido, já nos aproximamos de 28 sindicatos, três centrais sindicais e uma confederação, com os quais mantemos contato constante e aberto.

Reforçamos nosso compromisso com a liberdade sindical, o direito à paralisação e à liberdade de expressão de todas as pessoas. O documento [Termos e condições de uso iFood](#) para entregadores tem cláusulas explícitas sobre essas garantias. Nenhum profissional de entrega é penalizado por se sindicalizar, associar ou mesmo participar de paralisações, manifestações e/ou emitir qualquer crítica à plataforma.

Em julho de 2023, firmamos um acordo (TAC – Termo de Ajustamento de Conduta) com o Ministério Público do Federal e com o Ministério Público do Trabalho, no qual reafirmamos o compromisso de respeitar a liberdade sindical em decorrência da menção ao iFood em reportagens sobre esse tema em 2022.



Pilares de atuação

Temos como **direcional estratégico melhorar as condições de trabalho e segurança dos entregadores.**

Fazemos isso com base em cinco pilares: **Ganhos; Segurança; Proteção social; Valorização e respeito; e Educação.**

Ganhos

No que diz respeito a ganhos, observamos que o perfil de engajamento dos profissionais de entrega em nossa plataforma apresenta grande heterogeneidade. Em 2022, cerca de **40,5% dos profissionais que realizaram entregas** no modelo *Full Service* estiveram *online* na plataforma **menos de 20 horas semanais e 20,5% trabalharam entre 20 horas e 40 horas no mesmo período**, enquanto apenas 1,2% teve engajamento mensal entre 180 horas e 220 horas. Esses dados ilustram o papel de complementaridade de renda da plataforma para parte dos profissionais de entrega.

No entanto, é importante destacar que a remuneração por hora é realizada independentemente do perfil de

engajamento, ou seja, os profissionais que trabalham poucas horas não são penalizados e, em todos os níveis de engajamento, **ganham no iFood, em média, mais do que duas vezes o salário mínimo**, considerando as referências por hora trabalhada.

Em 2021, os profissionais de entrega registraram ganhos líquidos médios por hora trabalhada 165,5% maiores do que trabalhadores que exercem funções semelhantes no mercado de trabalho. Além disso, realizamos três reajustes nos ganhos mínimos entre 2021 e 2022, de acordo com nosso compromisso público de avaliar e revisar as tarifas pelo menos uma vez por ano.



Abril/2021

- Reajuste de **6,2%** no valor mínimo de uma entrega. Passou de R\$ 5 para **R\$ 5,31**

Novembro/2021

- Reajuste do valor do quilômetro rodado em até **8%**, dependendo do modal utilizado e da praça

Abril/2022

- Valor mínimo da rota passou de R\$ 5,31 para **R\$ 6**
- Valor mínimo do quilômetro rodado subiu **50%**, de R\$ 1 para **R\$ 1,50**

Conforme os dados da pesquisa do Cebrap, é notável o ganho médio dos profissionais de entrega.

Ao estimar o valor bruto recebido por hora trabalhada, o Cebrap chegou a uma média de R\$ 23. A pesquisa também realizou estimativas de ganhos mensais, descontando os custos médios declarados para manutenção da moto.

Considerando a jornada média mais comum entre os entregadores (20 horas por semana), sua remuneração líquida varia de R\$ 807 (com 30% de tempo ocioso) a R\$ 1.325 (sem ociosidade), segundo a pesquisa.

Ao fazer um cálculo para 40 horas semanais, aproximando-se da jornada definida pela CLT, os ganhos líquidos dos entregadores variam de R\$ 1.980 a R\$ 3.039 — com 30% e zero ociosidade, respectivamente.

Em ambos os cenários comparativos com a jornada de trabalhadores com carteira assinada, a renda mensal fica acima do salário mínimo, que era de R\$ 1.212 no momento em que a pesquisa foi feita. Inserindo os dados sobre ganhos em comparação à pirâmide de renda brasileira, vemos que, para mais de 90% dos entregadores, a renda bruta média por hora trabalhada está entre as 30% maiores do Brasil.

QUANTO GANHAM OS ENTREGADORES?

Por hora em entrega

R\$ 23

(valor bruto, em média)



73% ganham **R\$ 20** ou mais por hora em corrida

Por que esse valor pode variar?

Os ganhos dos entregadores dependem de quanto tempo eles trabalham e da ociosidade (tempo logado no aplicativo sem fazer entregas)

Segundo a estimativa do estudo

Quem trabalha **20 horas** por **semana** ganha
(valor líquido por mês)

De **R\$ 807** se tiver 30% de tempo ocioso
a **R\$ 1.325** sem ociosidade

Já quem trabalha **40 horas** por **semana** ganha
(valor líquido por mês)

De **R\$ 1.980** se tiver 30% de tempo ocioso
a **R\$ 3.039** sem ociosidade

R\$ 1.812 é a **média de ganho** dos brasileiros que têm **ensino médio completo**, segundo a Pnad

Fonte: Cebrap

Segurança

Desde 2019 oferecemos seguro aos profissionais de entrega com o objetivo de ampliar a cobertura de riscos e facilitar o acesso às vantagens oferecidas. Hoje, nosso seguro cobre desde o momento em que **a pessoa faz o aceite do pedido até o seu retorno para casa.** São sete principais coberturas, que foram evoluindo ao longo do tempo:



2019

- **Cobertura para acidentes pessoais**

Cobre R\$ 15 mil em despesas médicas, hospitalares e odontológicas de emergência via reembolso ou rede credenciada.

- **Cobertura para invalidez permanente e morte acidental**

A compensação por invalidez permanente (total ou parcial) ou morte acidental é de R\$ 100 mil.

2021

- **Cobertura por lesão temporária**

Valor de até R\$ 1.500 para afastamento igual ou superior a sete dias.

2022

- **Cobertura para auxílio-funeral**

Aumento de R\$ 1 mil para R\$ 5 mil no valor do auxílio para cobrir despesas do funeral em caso de morte acidental do profissional de entrega.

- **Cobertura para educação dos filhos**

Valor de R\$ 10 mil por filho de até 18 anos destinado à educação (em caso de morte acidental do entregador).

- **Cobertura Recomeço para Famílias: orientação emocional e financeira**

Educação financeira para a família em caso de morte acidental do entregador ou da entregadora.

- **Cobertura Proteção para Mulher: bem-estar, maternidade e tratamento de doenças das mulheres**

Cobertura de R\$ 10 mil em caso de diagnóstico de câncer de mama ou de colo de útero para auxiliar no tratamento e nas despesas;

Auxílio em caso de afastamento para cuidar dos filhos com valor de R\$ 100 para cobrir dois dias de trabalho, o correspondente a 70% dos ganhos diários.

Em nosso aplicativo, criamos o botão “Sofri um acidente” para simplificar o acesso na tela de quem está fazendo as entregas. O objetivo é contribuir para um atendimento com prioridade máxima e disponibilizar a opção de entrar em contato direto com o Samu (Serviço de Atendimento Móvel de Urgência), se necessário. Em casos mais graves, a família pode obter todas as informações, receber suporte e acionar o seguro por meio de nossa página: <http://sinistrosifood.parceiroseguro.com.br>. Em situações de óbito, os familiares também podem solicitar o seguro por telefone ou no site da seguradora, informando apenas o CPF do profissional. Em 2022, passamos a oferecer cobertura para auxílio-funeral.

Implementamos uma série de melhorias para facilitar o acesso aos seguros. Isso incluiu a criação de uma equipe especializada dedicada ao tema e novos canais específicos de atendimento para esse fim. Como resultado dessas iniciativas, reduzimos o tempo médio de abertura de um sinistro, de 35 para cinco dias, e o tempo de fechamento de um sinistro, de 87 para 13 dias. Continuaremos adotando outras formas de melhoria nessa área.

Na frente de segurança viária, firmamos termos de cooperação com o município de São Paulo para desenvolver campanhas educativas e ações voltadas para a segurança em vias públicas. Em 2018, por exemplo, assinamos um dos acordos para proibir promoções baseadas em metas de produtividade ou por entregas mais rápidas, o que pode incentivar, indiretamente, comportamentos imprudentes no trânsito.

Rotas mais eficientes

A tecnologia é nossa aliada para guiar a condução segura dos entregadores. Hoje, todas as rotas sugeridas pelo aplicativo contam com informações em tempo real do trânsito. Assim, conseguimos estimar o tempo necessário para uma viagem segura.

Disponibilizamos Seguro Moto com condições especiais para os profissionais de entrega, com descontos de até 12%.



Treinamentos e parcerias são caminhos para conscientização e segurança

Investir em treinamentos e parcerias representa papel fundamental na conscientização e segurança dos entregadores e das entregadoras. Um exemplo é o projeto **Anjos de Capacete**, responsável por preparar os profissionais de entrega para lidar com situações de emergência, especialmente em casos de acidentes, ao mesmo tempo em que promove a conscientização sobre a importância de um trânsito mais seguro para todos.

A iniciativa ocorre nas principais capitais do país por meio de treinamentos em parceria com as prefeituras e o Samu. É oferecida uma programação que envolve tanto aspectos práticos quanto teóricos. As sessões teóricas da capacitação, que somam 40 horas/aula, são disponibilizadas em nossa plataforma de cursos gratuitos iFood Decola, e a parte prática é realizada presencialmente com a participação de socorristas do Samu e agentes de trânsito municipais, com duração média de quatro a cinco horas.

Após a conclusão do curso presencial, os participantes recebem certificado e um kit personalizado do projeto com capacete branco, símbolo do Anjos de Capacete, jaquetas reflexivas e equipamentos básicos de primeiros socorros.

Em março de 2023, formamos as primeiras turmas em Brasília e Fortaleza, com 120 participantes. Na capital federal, houve uma turma exclusivamente feminina. Ao todo, são mais de 670 profissionais de entrega formados. Outras cidades que já participaram do programa: São Paulo, Belo Horizonte, Recife, Londrina, João Pessoa, Maceió e Rio de Janeiro.



Proteção social

Há mais de três anos estamos comprometidos em promover o aumento da segurança social para os profissionais de entrega ativos em nossa plataforma, considerando que mais de 90% deles têm a flexibilidade e a autonomia como motivos importantes ou muito importantes para trabalhar com entregas, segundo a pesquisa “Futuro do Trabalho por Aplicativo”, realizada pelo Datafolha no início de 2023.

Um movimento bem importante para o setor **é a regulação do trabalho intermediado por plataformas digitais**, que vem sendo debatida e transformada em propostas legislativas em diversos países. Por meio da nossa participação na Amobitec (Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia), **defendemos um modelo regulatório equilibrado que amplie a proteção social para os profissionais e ofereça segurança jurídica para essa atividade.**

Além de **garantir a integração do profissional ao sistema público de previdência**, o marco legal deve **reconhecer**

a autonomia e a independência que caracterizam o trabalho intermediado por aplicativos. Aspectos relevantes incluem **assegurar uma remuneração mínima proporcional ao tempo efetivamente trabalhado, estabelecer critérios claros sobre o trabalho prestado e garantir a contratação de seguros pessoais contra acidentes.**

Também é fundamental manter uma competição justa e neutra entre todos os envolvidos no setor.

Estamos abertos ao diálogo e à discussão desses temas com representantes dos profissionais de entrega e autoridades governamentais. Consideramos esse movimento algo muito positivo e transformador. Como parte desse esforço, participamos, por meio da Amobitec, do grupo de trabalho (GT) criado pelo governo federal, conforme o decreto nº 11.513/2023, para discutir a regulação das atividades intermediadas por plataformas digitais. Nossa expectativa é chegarmos a um consenso sobre o modelo regulatório apropriado para o setor. Traremos mais detalhes sobre essa temática em nosso próximo relatório.

Nesse sentido, estamos confiantes de que a regulação contribuirá para fortalecer os mecanismos de proteção para os profissionais



de entrega. Além disso, esclarecerá questões relacionadas aos direitos e garantias desses trabalhadores.

Delivery de Vantagens

Em 2019, lançamos o *Delivery de Vantagens*, **programa de vantagens** em serviços e produtos para pessoas que fazem entregas com o iFood. Em março de 2023, ampliamos o programa para unificar todas as vantagens em um ambiente só: o aplicativo exclusivo para entregadores e entregadoras, visando facilitar o acesso aos serviços e descontos.

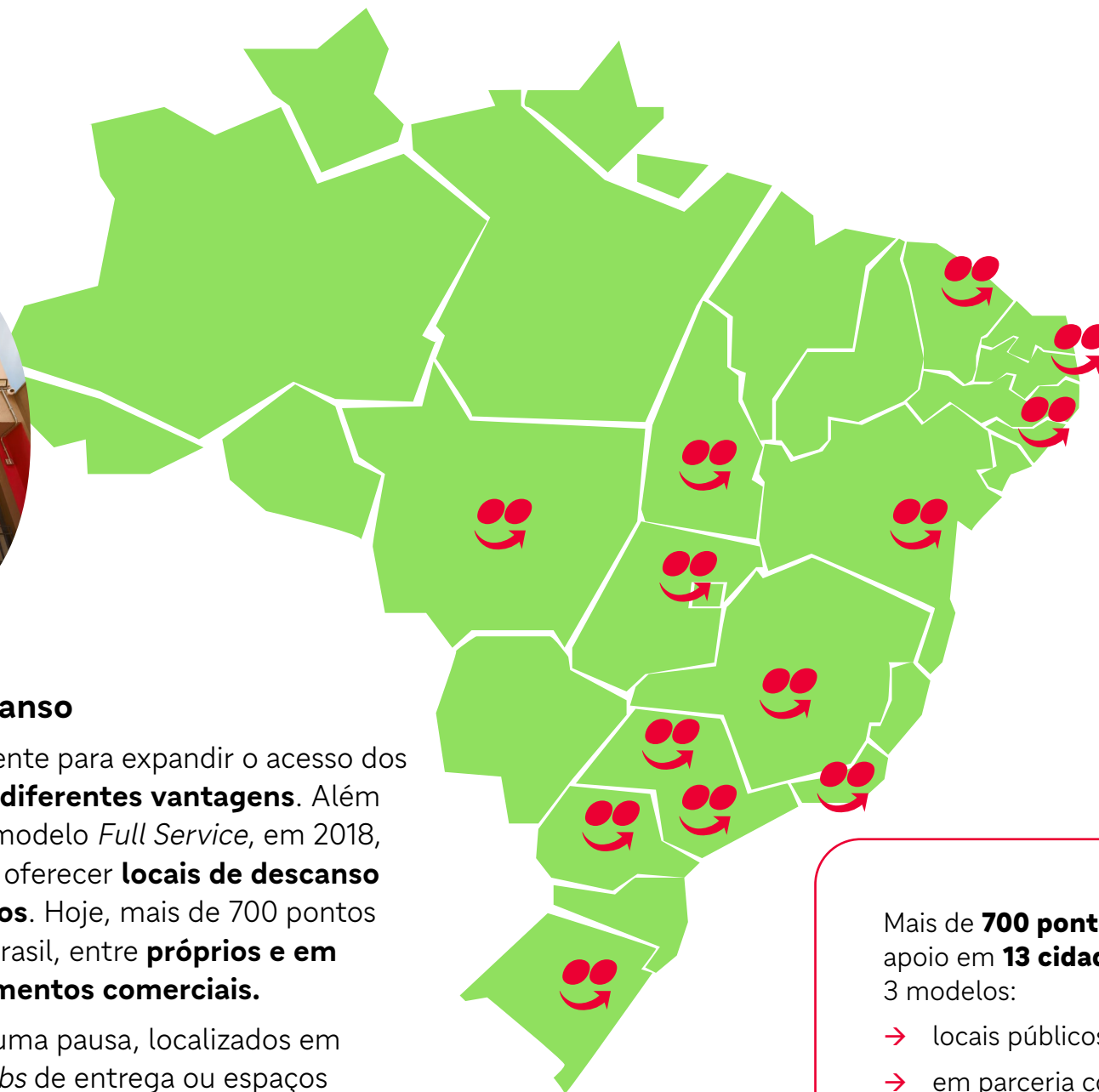
Uma das principais vantagens é a assistência à saúde. Ela inclui atendimento gratuito em telemedicina 24h por dia e descontos em farmácias, permitindo a inclusão de um ou uma dependente. Além da telemedicina, há acesso gratuito a consultas presenciais e exames a preços acessíveis. Os descontos em medicamentos em farmácias de todo o país chegam a 80%. Os planos odontológicos também são acessíveis. A partir de R\$ 31,90, há cobertura de diversos tipos de serviços com 20% de desconto para entregadores e seus familiares.



Uma pausa para descanso

Temos trabalhado ativamente para expandir o acesso dos profissionais de entrega **a diferentes vantagens**. Além disso, desde a criação do modelo *Full Service*, em 2018, estamos empenhados em oferecer **locais de descanso nos intervalos dos pedidos**. Hoje, mais de 700 pontos de apoio estão ativos no Brasil, entre **próprios e em parceria com estabelecimentos comerciais**.

São espaços criados para uma pausa, localizados em restaurantes parceiros, *hubs* de entrega ou espaços públicos. Além de serem locais de descanso, neles é possível **ter acesso a banheiro, tomar água e recarregar o celular**. Tudo isso visa proporcionar **mais conveniência para os profissionais em seu dia a dia**.



Mais de **700 pontos** de apoio em **13 cidades**.
3 modelos:

- locais públicos
- em parceria com restaurantes
- iFood Pedal

Valorização e respeito

A valorização dos profissionais de entrega e o respeito por eles são aspectos essenciais para nós.

Nossa atuação reúne diversos *stakeholders* que representam diferentes setores da sociedade, incluindo o governo, os trabalhadores, a sociedade civil e a comunidade empresarial. Isso nos coloca em uma posição de oportunidade para gerenciar um portfólio de soluções sociais promissoras para lidar com problemas complexos. **Estamos prontos para investir na luta contra qualquer forma de preconceito ou viés direcionado aos profissionais de entrega, na desconstrução de normas de subserviência, na redução de conflitos e na construção de confiança entre todos os envolvidos.**

Em nosso [Termo e condições de uso da plataforma iFood para os usuários](#), salientamos nossa firme posição de não tolerar nenhuma forma de preconceito, assédio, *bullying* e incitação à violência. Quaisquer condutas que envolvam homofobia, racismo, intolerância religiosa e/ou política, machismo, capacitismo

ou toda ação destinada a diminuir ou ofender alguém podem levar à suspensão ou ao cancelamento da Conta de Usuário em nossa plataforma, sem aviso prévio, além de podermos tomar medidas judiciais cabíveis.

Acompanhamento contínuo

Para um acompanhamento contínuo das preocupações e experiências dos profissionais de entrega, realizamos pesquisas mensais com eles. Isso nos permite monitorar os índices de valorização e casos de agressão relatados no aplicativo, levando em consideração que agressores podem ser clientes ou estabelecimentos comerciais.

Além disso, fazemos pesquisas bimestrais com a *RepTrak*® para compreendermos a percepção dos entregadores e das entregadoras sobre temas ligados à valorização da categoria na sociedade, ambiente e condições de trabalho, bem como suporte de forma geral. Esses *insights* nos permitem identificar possibilidades de melhorias contínuas nos pontos avaliados.



A metodologia *RepTrak*® é uma ferramenta desenvolvida com base em estudos qualitativos e quantitativos realizados em empresas de todo o mundo. Seu intuito é mensurar a reputação corporativa por meio da percepção geral de seus públicos. Para isso, utilizam-se aspectos como confiança, admiração e estima. A consolidação desses aspectos forma o Índice de Reputação da empresa com aquele público.

iFood Pedal

Uma maneira de promover a sustentabilidade e trazer vantagens para os profissionais de entrega, os consumidores e os negócios ocorre por meio de entregas feitas de bicicleta. Inclusive, somos pioneiros no *delivery* com o uso de bicicleta elétrica, **uma modalidade não poluente que já está presente em seis capitais brasileiras** e vem ganhando cada vez mais adeptos em várias cidades, seja como meio de transporte pessoal, seja como ferramenta de trabalho.

Possibilitamos o uso de bicicletas como meio de transporte para coletar e entregar uma variedade de itens, como documentos, comida, produtos de farmácia, entre outros. O transporte, em geral, é feito em uma mochila-baú ou caixa térmica que a pessoa entregadora leva nas costas.

Em parceria com a Tembici, líder em tecnologia para micromobilidade, disponibilizamos aluguel de bicicletas para



os entregadores e as entregadoras. Além disso, as seis capitais em que **oferecemos planos especiais de aluguel das bicicletas convencionais e elétricas** são: São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Porto Alegre e Brasília. Também temos pontos de apoio e espaço de convivência em São Paulo, localizados nos bairros de Pinheiros, Moema e no Centro (R. Augusta).

Educação para mobilidade social

Entendemos que a educação é a chave para o sucesso e o desenvolvimento do Brasil, uma alavanca essencial para promover a inclusão social.

Acreditamos que nosso envolvimento na melhoria da educação pode ter um impacto significativo na superação das desigualdades históricas e na construção de um país mais próspero e igualitário. Nessa jornada, enfrentamos desafios importantes, como a necessidade da melhoria da qualidade do ensino e o incentivo para que mais pessoas sejam inseridas no setor da tecnologia.

No Brasil, **51,2%** das pessoas não concluíram o Ensino Médio (Dados Pnad 2019 – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios). No mercado de trabalho, **32%** das áreas de tecnologia nas empresas não possuem nenhuma pessoa negra e, em **21%** dos casos, não há nenhuma mulher (Pesquisa PretaLab).

Fonte: PretaLab



Impacto social com educação básica

Meu Diploma do Ensino Médio

O programa **Meu Diploma do Ensino Médio** foi lançado em 2021, em parceria com a Termine Seus Estudos, para apoiar entregadores e entregadoras a completarem o **Ensino Médio**. Em 2022, **950 deles receberam seu diploma** após concluírem um curso preparatório para o Encceja (Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos).

A iniciativa está alinhada com nosso compromisso de incentivar a Educação Básica com o objetivo de impactar mais de 5 milhões de pessoas até 2025. *(Saiba mais detalhes no capítulo “Educação e nosso impacto”)*

iFood Decola

Oferecemos uma programação extensa de cursos por meio da nossa plataforma de educação chamada iFood Decola. O objetivo é **promover o desenvolvimento e a qualificação dos entregadores e das entregadoras** em diversas áreas para além do contexto das entregas em si.

São mais de 100 cursos gratuitos que abordam temas como segurança no trânsito, finanças pessoais, fluxo de caixa, empreendedorismo, manutenção de veículos, comunicação e marketing digital etc.

Ao todo, são mais de 348 mil certificados na plataforma iFood Decola para mais de 330 mil pessoas diretamente conectadas ao nosso ecossistema, entre entregadores e empreendedores. Com isso, impactamos positivamente mais de 350 mil pessoas em todo o Brasil com o desenvolvimento de habilidades técnicas e comportamentais. *(Saiba mais detalhes no capítulo “Educação e nosso impacto”)*

4.

Menu ☰

3. Condições de trabalho e
segurança dos entregadores

5. iFood Mercado

iFood Restaurantes: fortalecimento do ecossistema e diálogo social

GRI
3-3; 206-1

Entregar o melhor e mais completo pacote de serviços do Brasil!

Nosso compromisso é ser uma plataforma utilizada por todos os tipos e tamanhos de negócios, incentivando o empreendedorismo e o crescimento contínuo por meio de ferramentas tecnológicas e soluções que simplificam as atividades de pequenos empresários.

Auxiliamos empreendedores a administrar seus negócios sem a necessidade de investir em uma grande estrutura, aproveitando os serviços que oferecemos. Entre eles, podemos destacar:

- Logística disponível com alta tecnologia para os pedidos feitos no *app* ou fora dele;
- Portal do Parceiro - ferramenta de gestão digital para a operação do dia a dia;
- Plataforma de Alavancas promocionais com vários formatos para a captação de mais clientes;

- Conta Digital iFood com flexibilidade e possibilidade de crédito com taxa competitiva;
- Consultoria *online* e ao vivo para os primeiros 30 dias do parceiro na plataforma.

Esse suporte permite que o foco esteja no que nossos parceiros e parceiras fazem de melhor: a culinária.

Escuta ativa é o caminho para fortalecer a Agenda de Melhoria Contínua

Estamos focados em ser a melhor plataforma de *delivery* com o mais completo conjunto de serviços para donos e donas de restaurantes e entrega de comida no Brasil. Um aspecto fundamental dessa missão é garantir um processo de melhoria contínua dos sistemas operacionais dos nossos parceiros. Nesse sentido, a busca da Melhor Experiência dos parceiros se tornou um dos principais objetivos do iFood. Para concretizar essa estratégia, nós nos apoiamos em dois pilares complementares: **fazer o básico bem feito** e **construção de conexão e diálogo**.

Fazer o básico bem feito

Traduzimos este primeiro pilar em oferecer um excelente serviço e funcionalidades sistêmicas

modernas e de fácil uso. Elencamos 16 áreas-chave de atuação que abordam as principais dores dos restaurantes dentro do iFood, entre elas: cancelamentos; experiência financeira; atendimento; promoções; catálogo. A priorização e a evolução dessas frentes são chamadas de Agenda de Melhoria Contínua. A cada ciclo estratégico, priorizamos essas áreas com base em pesquisas e *feedbacks* que ouvimos dos restaurantes.

Construção de conexão e diálogo

O segundo pilar visa construir relacionamentos sólidos com os nossos parceiros por meio da prática de escuta ativa e da comunicação transparente sobre as ações que estamos implementando para aprimorar a experiência dos restaurantes. Para direcionar a Agenda de Melhoria Contínua de forma eficaz, é essencial ouvir os parceiros e entender as suas preocupações.

Atualmente, três grupos principais trabalham ativamente na construção dessa agenda e representam os demais restaurantes da plataforma do iFood. Além disso, utilizamos nossos canais proprietários de comunicação para disponibilizar informações transparentes sobre o processo de melhoria realizado.

FÓRUM DE RESTAURANTES

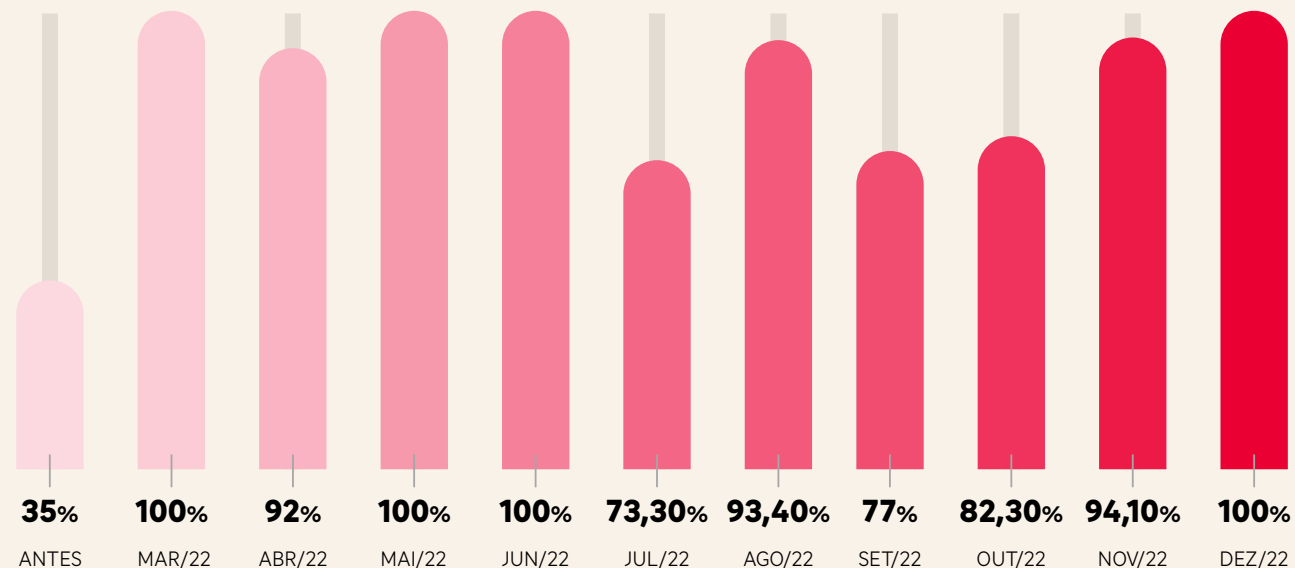
Este grupo é formado por 24 donos e donas de restaurantes de diferentes tamanhos e regiões do Brasil, que atuam como representantes da nossa base de parceiros. Os encontros ocorrem durante 12 meses e contam com a participação dos nossos líderes em mesas de colaboração. A cada reunião, apresentamos as ações tomadas com base nas demandas discutidas no encontro anterior. O objetivo é promover discussões, colaboração e testes para a melhoria das nossas soluções.

Entre as melhorias que fizemos por recomendação dos nossos parceiros após esses encontros estão a reformulação da tela de conciliação financeira para torná-la mais amigável; a definição de critérios mais claros para ser um Super Restaurante; e a implementação de quatro ferramentas novas para aprimorar o processo de cancelamento de pedidos por parte dos clientes, incluindo a confirmação dos pedidos para evitar cancelamentos injustificados e a permissão para os restaurantes denunciarem clientes que agem de má-fé na plataforma.

Essa abordagem de escuta ativa tem se mostrado essencial para fortalecer nossa Agenda de Melhoria Contínua e aprimorar a experiência dos nossos restaurantes parceiros. A dinâmica dos encontros abre espaço para compartilharmos nossas vulnerabilidades e aprendermos juntos.

Os resultados positivos do fórum são evidentes nas nossas pesquisas de satisfação realizadas antes, durante e após os encontros. **Antes dessa iniciativa, cerca de 30% dos parceiros afirmavam confiar no iFood. Após três encontros, o número saltou para 89%. Ao término dos 12 meses de colaboração, chegamos ao marco de confiança de 100%.**

Satisfação



“Sobre o Fórum de Restaurantes posso dizer que eu, que sempre cobrava uma posição do iFood sobre os problemas críticos na plataforma como cancelamento e tela financeira, hoje, poder ver que os problemas foram sanados, conseguir participar do processo e também perceber que as equipes do iFood estão engajadas em resolver os problemas e ir para cima como foi feito é o mundo ideal para termos esse laço entre os restaurantes e o iFood. Juntos somos mais fortes”

Maikon Rangel - Just Burger



CONEXÃO IFOOD

Entre as frentes que também contribuem para nossa Agenda de Melhoria Contínua, o programa **Conexão iFood** é voltado para o relacionamento com 25 dos principais produtores de conteúdo e influenciadores do mercado de *Food Service*, que têm potencial de alcance de mais de 1 milhão de restaurantes. São canais que geram informação de qualidade de forma recorrente.

ASSOCIAÇÕES E SINDICATOS

Encontros com associações e sindicatos regionais para entender os desafios do setor de alimentação. Esses diálogos nos permitem propor soluções e discutir temas relevantes em conjunto.

Nosso objetivo com essas iniciativas é construir uma relação de confiança com nossos parceiros, promovendo ambientes colaborativos.

Juntos, fortalecendo negócios!

O programa *Experts* iFood é direcionado para a capacitação de especialistas e produtores de conteúdo no segmento de *delivery* em relação à plataforma iFood.

A programação inclui uma série de atividades intensivas, como treinamento com nossa equipe, aprofundamento dos conhecimentos sobre o funcionamento e boas práticas da plataforma, além de cursos dentro do iFood Decola. Ao final do programa, os participantes passam por uma avaliação e recebem o certificado *Experts* iFood.

Hoje, temos 16 *Experts* iFood. O selo oferecido refere-se apenas à participação no programa de certificação, o que não significa nenhuma relação comercial ou trabalhista entre a marca iFood e os produtores de conteúdo.



Selo Super

Programa que reconhece e valoriza os estabelecimentos parceiros que se destacam no atendimento aos clientes.

Criado em 2019, já reconhecemos mais de 110 mil estabelecimentos como Super Restaurantes. Para conquistar o selo, é necessário somar, em três meses, 45 ou mais pedidos concluídos e registrar ao menos dez avaliações feitas por clientes. A partir desses dois critérios, o restaurante se torna elegível, atendendo à nota mínima de 4,7 em avaliação; menos de 1% de pedidos que tenham apresentado algum problema com abertura de chamados; e cancelamento menor ou igual a 0,90%.

O programa contribui para melhorar o desempenho dos restaurantes e reduzir os cancelamentos, incentivando uma boa experiência constante para os consumidores. Alguns exemplos dos critérios avaliados: pedido não entregue, item incorreto, pedido não aceito. O programa usa uma escala de desempenho dividida em cinco níveis com reconhecimento mensal.



iFood Decola – Restaurantes

(GRI 203-2)

O iFood Decola para restaurantes é um projeto de educação que disponibiliza uma trilha de conteúdos direcionada à capacitação de donas e donos de restaurantes e seus colaboradores. Os conteúdos dos cursos abordam questões operacionais do dia a dia, uso eficaz das ferramentas do iFood para potencializar os seus ganhos, além de outras habilidades importantes para a gestão de um negócio de sucesso como empreendedorismo e estratégias de marketing.

A plataforma disponibiliza mais de 100 cursos, totalizando 60 horas de aulas, e já impactou mais de 35 mil pessoas. Em 2022, introduzimos conteúdos adicionais, incluindo dicas para aumentar o faturamento, estratégias de crescimento de vendas no aplicativo, gestão de cozinha e gastronomia, treinamento para garçons e copeiras e combate ao desperdício de alimentos.

Acompanhamos de perto o processo de aprendizagem com indicadores como o

número de inscritos, iniciação dos cursos, conclusão e avaliações, somados ao NPS (*Net Promoter Score* – métrica desenvolvida para avaliar a fidelidade dos clientes), sobre a satisfação dos conteúdos e a usabilidade da plataforma. Em pesquisa com participantes respondentes de avaliações, 99% declararam que os conteúdos são úteis e que pretendem aplicar o conhecimento adquirido em seu dia a dia.

Acreditamos que a educação auxilia na prosperidade dos negócios, principalmente para os pequenos empreendedores.



Alavancas promocionais para gerar crescimento aos restaurantes

Em 2023, lançamos a plataforma **Marketing do Seu Jeito**, que consiste na reunião de diversas ferramentas de marketing gratuitas e pagas para apoiar o restaurante no desenvolvimento do seu negócio. O objetivo é oferecer muito mais autonomia e eficiência, respeitando o momento de cada empresário e o tamanho de cada empreendimento.

Dentro da plataforma, os restaurantes podem aprender as melhores práticas para aumentar suas vendas com o **"Aprenda sobre Marketing"**, que conta com uma série de cursos e aulas que vão explorar os benefícios da comunicação, bem como construir cardápios atraentes e eficientes. Todo esse pacote de cursos faz parte do programa Decola e está disponível para todos os restaurantes que operam na plataforma sem nenhum custo adicional à mensalidade.

Além disso, os restaurantes podem aproveitar o **iFood Anúncios** para aparecer no topo das listas e *ranking* dentro do *app*. Basta escolher o pacote que melhor se adequa ao perfil de negócio, com a quantidade de cliques esperada e pronto: a loja do restaurante vai aparecer nas primeiras posições do *ranking* no *app*, gerando mais visitas e vendas para o parceiro.

Na aba **Seus Clientes**, nossos parceiros conseguem ter uma visão completa do histórico de compra dos seus principais consumidores e aplicar estratégias de fidelização para eles. Essa função é 100% coberta por qualquer plano da loja parceira.

Já na frente de **Promoções**, os restaurantes podem escolher contratar e/ou participar daquelas que fazem mais sentido para o seu negócio, com a disponibilização de *vouchers* para captar clientes novos ou a reativação de um cliente que não compra há muito tempo na loja.

Por fim, a **Campanha Inteligente** é composta por pacotes automatizados que contam com a nossa inteligência de dados para direcionar o investimento em marketing do restaurante para os clientes com maior chance de conversão. Há pacotes personalizados que permitem que o restaurante consiga escolher em qual alavanca quer investir. Já para atrair novos clientes, uma das formas é contratar o pacote de cupons para a primeira compra. Além disso, os pacotes gratuitos estão contemplados em qualquer um dos planos disponíveis e as promoções são 100% custeadas por nós.



Acordo com o Cade

Entidade governamental que zela pela livre concorrência no mercado, o Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) estabeleceu um acordo conosco com critérios de legalidade e limites para a celebração de contratos de exclusividade com restaurantes. O objetivo é trazer maior segurança jurídica ao setor de *delivery* de comida.

O órgão reconhece, por meio do acordo, que a prática de exclusividade é legal, viabiliza investimentos nos restaurantes e gera eficiência para os clientes, prevendo, também, relevantes adequações na forma de executar contratos de exclusividade pelo iFood, que serão integralmente cumpridas dentro do prazo estipulado no acordo.

Em 2021, o Cade abriu um inquérito administrativo para investigar nossa política de exclusividade e impôs medida preventiva à plataforma, autorizando a permanência e a renovação de contratos com exclusividade que estavam em vigor, desde que limitados a um ano, e proibindo a celebração de novas exclusividades até decisão final. Com isso, mudamos nossa dinâmica de exclusividade desde 2021, cumprindo os termos da medida preventiva imposta. Veja mais detalhes dos principais pontos do acordo [aqui](#).

Contrato de exclusividade: nesse contrato firmado entre iFood e restaurante, o parceiro garante que a sua operação de *delivery* não estará disponível em outros *marketplaces* em troca de investimentos e condições comerciais diferenciadas.

Essa é uma prática legal e presente em diversos setores da economia, no Brasil e no exterior, e está em total conformidade com a legislação concorrencial. No acordo com o Cade, a legalidade desse tipo de contrato e a sua eficiência para restaurantes e clientes foram confirmadas.

Embalagens sustentáveis para nossos parceiros

Nossos canais oferecem muitos recursos, incluindo conhecimento, capacitação e ferramentas para melhorar a visibilidade e as vendas dos restaurantes parceiros dentro do nosso aplicativo. Como mais um aspecto positivo, **facilitamos o acesso a embalagens sustentáveis.**

Desenvolvemos embalagens práticas e resistentes em colaboração com empresas como a Klabin e a Suzano, utilizando papel certificado e livre de plástico. Também trabalhamos com a *startup growPack* para criar embalagens biodegradáveis feitas de palha de milho. Além disso, temos as sacolas biodegradáveis produzidas a partir da cana-de-açúcar e outros materiais compostáveis.

Todos os sacos para *delivery* vendidos com nosso logotipo são feitos de papel *kraft* e nossa plataforma de venda de embalagens e insumos, iFood Shop, eliminou completamente a utilização de embalagens de isopor.



Ainda no ecossistema de restaurantes, temos um programa chamado Amigos da Natureza para incentivar os estabelecimentos parceiros a reduzirem o uso de descartáveis em suas operações. Com esse movimento, evitamos a produção de 472 toneladas de plástico entre abril de 2022 e março de 2023. *(Saiba mais sobre nosso investimento em embalagens sustentáveis em “Meio ambiente”)*

5.

Menu ☰

4. iFood Restaurantes:
fortalecimento do
ecossistema e diálogo social

6. iFood Fintech

iFood Mercado

GRI
3-3; 203-2

Como parte da estratégia para fortalecer nosso ecossistema, o iFood Mercado facilita a vida das pessoas, proporcionando acesso rápido a produtos de supermercados, atacados, atacarejos, farmácias, pet shops e muitos outros, a preços atrativos e com a conveniência de fazer compras sem sair de casa. Além disso, pessoas de diferentes localidades podem escolher uma variedade de redes de estabelecimentos, sem se preocupar com distâncias geográficas, graças à nossa plataforma, que elimina essas barreiras.

No período do relatório, tínhamos mais de **30 mil estabelecimentos nessa unidade de negócio**, oferecendo funcionalidades como agendamento de entregas e opções de entrega rápida ou ultrarrápida para atender a diferentes necessidades, desde uma compra grande até reposições de itens do dia a dia.

Em 2019, à medida que expandimos o que hoje é o nosso principal negócio (*Food Delivery*), ganhando escala e mantendo o alto nível de serviço, também iniciamos novos modelos de negócio, que foi o caso do iFood Mercado. Embora em fase de teste, no início de 2020 escalamos rapidamente a operação, dada a demanda urgente de milhões de brasileiros que precisavam

receber suas compras em casa durante o isolamento social imposto pela pandemia de Covid-19.

Conseguimos também promover impacto positivo a partir do aumento do número de postos de trabalho nos mercados parceiros, o que significa que geramos empregos indiretos nas cadeias de fornecedores e distribuição.

Operações próprias e o Meio Ambiente

Incentivamos os estabelecimentos que fazem parte do nosso ecossistema a tornarem suas operações cada vez mais sustentáveis, especialmente com o uso de embalagens sustentáveis e a adoção de modais limpos nas entregas. Temos o mesmo olhar para nossas operações. Por isso, em 2022, quando tivemos lojas próprias (*dark stores*), fizemos da cidade do Rio de Janeiro nosso modelo em modais limpos.

O Rio de Janeiro é a segunda cidade com maior número de pedidos e conseguimos chegar a 60% das entregas de nossas *dark stores* feitas por modais limpos promovidos por nossas iniciativas, superando nesta localidade o objetivo de ter, até 2025, 50% das entregas com o uso de modais não poluentes.

Resíduos gerados

Abaixo vemos o volume de resíduos gerados em nossas operações, somando *dark stores* próprias e escritórios iFood, que foram destinados para aterro e para incineração, com recuperação de energia. Não geramos resíduos perigosos.

(306-5-b; 306-5-c; 306-5-d)	Dentro da Organização	Fora da Organização	TOTAL
Resíduos perigosos			
Incineração (com recuperação de energia)	0,00 t	0,00 t	0,00 t
Incineração (sem recuperação de energia)	0,00 t	0,00 t	0,00 t
Confinamento em aterro	0,00 t	0,00 t	0,00 t
Outras operações de disposição	0,00 t	0,00 t	0,00 t
TOTAL			0,00 t
Resíduos não perigosos			
Incineração (com recuperação de energia)	10,77 t	0,00 t	10,77 t
Incineração (sem recuperação de energia)	0,00 t	0,00 t	0,00 t
Confinamento em aterro	0,00 t	50,00 t	50,00 t
Outras operações de disposição			0,00 t
TOTAL			60,77 t

6.

Menu ☰

5. iFood Mercado

7. Educação e nosso impacto

iFood Fintech

GRI

3-3; 203-2; 204-1

Lançado em 2020, o iFood Benefícios é nossa solução de multibenefícios com flexibilidade para as empresas. Inicialmente, oferecemos vale-alimentação e vale-refeição em um único cartão. Durante a pandemia, expandimos ainda mais as opções ao permitir o uso desses benefícios em compras *online* em restaurantes e supermercados. Hoje, ampliamos nossa oferta para incluir novos tipos de vantagens que as empresas podem disponibilizar para os seus colaboradores como, por exemplo, mobilidade e suporte para o trabalho remoto, atendendo às necessidades em constante evolução nas empresas.

Nosso objetivo é colocar os colaboradores no centro, como tomadores de decisão, e auxiliar as empresas a oferecer o melhor benefício para seus colaboradores.

Em nossas práticas de compras, utilizamos fornecedores locais para atender a diferentes necessidades e valorizar nossos parceiros. Um exemplo é a parte gráfica para carta berço e envelope para enviar nossos cartões, serviço que representa 5% do orçamento anual da operação de cartões.

Em 2022, entramos para o *ranking* de empresas mais inovadoras da América Latina, promovido pela revista *Fast Company*, referência na área de tecnologia. O lançamento do nosso banco de restaurantes com contas digitais para estabelecimentos parceiros foi destaque para sermos considerados pela organização.

Essa unidade de negócio evoluiu e passou a ser chamada de iFood Fintech, que contempla também o negócio de crédito, soluções de pagamento e contas digitais para restaurantes.



Conta digital iFood

Em 2020, lançamos a conta digital iFood ao identificarmos a possibilidade de criar soluções financeiras dedicadas aos restaurantes, uma vez que estes são, em sua maioria, pequenas e médias empresas que têm acesso a ofertas limitadas de produtos, com taxas pouco atrativas. Exclusiva para os estabelecimentos parceiros, a conta digital dá acesso a benefícios como crédito iFood e oferece uma série de vantagens como gestão financeira, taxa exclusiva e Pix ilimitado e gratuito. Além de ser uma solução completa para otimizar a gestão financeira, ela proporciona economia de tempo e custo em diversas operações, incluindo a ausência de mensalidades e taxas de transação.



Embora nossas unidades de negócios movam nosso trabalho diário, temos convicção de que podemos contribuir ainda mais para a sociedade brasileira. Por isso, escolhemos nossa causa: **a Educação!**

7.

Menu ☰

- 6. iFood Fintech
- 8. Meio ambiente

Educação e nosso impacto

GRI
203-1; 203-2

Acreditamos absolutamente em **nosso propósito de Alimentar o Futuro do Mundo** e reconhecemos nossa responsabilidade de promover transformações significativas na sociedade. Para isso, é fundamental entendermos nossos impactos e nosso potencial para mudar a realidade ambiental e as desigualdades socioeconômicas, impulsionando a prosperidade e o bem-estar para as pessoas.

Nossa jornada se baseia em **três grandes pilares de atuação: educação, meio ambiente e inclusão (EMI), que orientam nossos compromissos e guiam nosso trabalho diário.**

Para medirmos nosso impacto, seguimos um processo que engloba desde o mapeamento, medição, análise de dados e construção de indicadores qualitativos e quantitativos, diagnósticos até a coleta de depoimentos, para então concluirmos e validarmos a análise do impacto de nossas intervenções.



Educação como causa

Queremos Alimentar o Futuro do Mundo e acreditamos que a educação de qualidade permite mais e melhores escolhas!

Em 2021, abraçamos a causa da educação por acreditar que esse é o melhor caminho para construir um país mais próspero e menos desigual. Nosso objetivo é promover a igualdade de acesso a oportunidades e preparar novos talentos para enfrentar os desafios do futuro do trabalho. A partir disso, **acreditamos que a educação de qualidade permite mais e melhores escolhas. Oferecer educação a quem precisa é gerar renda e melhorar a vida das pessoas e da sociedade.**

Nosso compromisso com a educação está baseado em metas estabelecidas nos três pilares a seguir:

- **Educação básica:** até 2025, o iFood vai incentivar a Educação Básica para impactar 5 milhões de pessoas, fomentando tecnologia e disciplinas relacionadas à tecnologia (STEM) nas redes públicas de educação;
- **Futuro do trabalho:** até 2025, capacitar mais de 5 milhões de pessoas para o trabalho do futuro e o empreendedorismo;
- **Talento Tech:** até 2025, o iFood vai formar e empregar 25 mil pessoas de grupos sub-representados e baixa renda em tecnologia.



Evolução das ações de impacto social do iFood

2021

DEFINIÇÃO DE METAS

iFood assume três compromissos públicos na área de educação para 2025:

- Formar e empregar **25 mil pessoas** de públicos sub-representados e de baixa renda em tecnologia;
 - Capacitar mais de **5 milhões de pessoas para o futuro do trabalho** e o empreendedorismo;
 - Incentivar a Educação Básica para impactar **5 milhões de pessoas** fomentando disciplinas relacionadas à tecnologia (STEM) nas redes públicas de educação.
- Lançamento do **iFood Decola**, plataforma de cursos rápidos e gratuitos para entregadores, restaurantes e mercados.
 - iFood se torna mantenedor da **ONG Todos pela Educação**, que mobiliza agentes públicos e lideranças para fortalecer o ensino básico.
 - Nasce o **Potência Tech**, plataforma com cursos e bolsas de estudo para formação em tecnologia, especialmente para o público sub-representado na área.

2022

- Início do programa **Meu Diploma do Ensino Médio**, para que entregadores e entregadoras completem seus estudos;
- iFood cocria a **Maratona Tech**, uma competição escolar para despertar o interesse de estudantes pela tecnologia por meio de uma jornada de aprendizagem;
- Lançamento do **Movimento Tech**, coalizão de organizações que trabalha para promover a inclusão de pessoas de baixa renda e subrepresentadas no setor de tecnologia, atuando desde a educação básica até a formação e empregabilidade em tecnologia.

2023

- 950 profissionais de entrega formados no Meu Diploma do Ensino Médio;
- iFood anuncia bolsas integrais em cursos na FAM (Faculdade das Américas) para 380 entregadores e entregadoras formados no **Meu Diploma do Ensino Médio**;
- O presidente do iFood, Fabricio Bloisi, é nomeado porta-voz de educação do ODS 4 - Educação de Qualidade do Pacto Global da ONU (Organização das Nações Unidas).

Para alimentar o futuro, gerando impacto real, desenvolvemos projetos em educação que oferecem oportunidades para nosso ecossistema de entregadores e entregadoras, restaurantes e também toda a sociedade, contribuindo com uma mudança estrutural. É o caso do Potência Tech, programa focado na formação e empregabilidade em tecnologia, destinado a pessoas de grupos sub-representados e baixa renda.

Educação no ecossistema iFood

Entre nossos grandes destaques para levar conhecimento ao nosso ecossistema está o **iFood Decola, uma plataforma de educação e aprendizagem** com o propósito de incentivar o desenvolvimento e a qualificação dos entregadores e entregadoras, donos e donas de restaurantes e mercados.

São mais de 100 cursos gratuitos que vão além do universo das entregas. Os módulos abordam uma variedade de temas que incluem desde como tirar bom proveito do *app* iFood para aumentar ganhos nas entregas ou nas vendas, passando também por segurança no trânsito, finanças pessoais, fluxo de caixa, empreendedorismo, manutenção de veículos, comunicação e marketing digital etc.

Temos orgulho em ter concedido mais de 340 mil certificados na plataforma iFood Decola a mais de 330 mil pessoas diretamente conectadas ao nosso ecossistema, entre entregadores e empreendedores. Com isso, impactamos positivamente mais de 350 mil pessoas em todo o Brasil com o desenvolvimento de habilidades técnicas e comportamentais.



Impacto social com Educação Básica

O programa Meu Diploma do Ensino Médio, em parceria com a Termine seus Estudos, é dedicado a apoiar os entregadores e entregadoras a completarem o Ensino Médio e está alinhado ao nosso compromisso de incentivar a Educação Básica, com o objetivo de impactar mais de 5 milhões de pessoas até 2025.

Em janeiro de 2023, celebramos o fato de 950 deles conquistarem o diploma do Ensino Médio após realizarem um curso preparatório para o Encceja (Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos) e passarem na respectiva prova, o que confirma a conclusão dessa etapa educacional. Foram mais de 5 mil profissionais de entrega inscritos que tiveram acesso ao curso preparatório para a prova do Encceja. Em 2023, abrimos a segunda edição do programa e foram mais de 14 mil entregadores e entregadoras que atuam em nossa plataforma inscritos no Encceja, quase o triplo do número de inscritos em 2022.

Apoio a ONGs e instituições em prol da educação

Na trilha de combinar tecnologia, inovação e pessoas para transformar a educação no Brasil, apoiamos organizações que realizam ações de impacto socioambiental positivo.

- **Todos pela Educação**

Somos mantenedores da Todos pela Educação, ONG que mobiliza agentes públicos e lideranças para assegurar o direito a uma educação básica de qualidade a todos os brasileiros e a garantia de maior igualdade de oportunidades.

- **Fundação 1Bi**

Para diminuir as desigualdades sociais no Brasil, a Fundação 1Bi foi criada em 2018 tendo em vista a tecnologia para gerar oportunidades inclusivas para jovens em situação de vulnerabilidade.

Carreira e qualificação em tecnologia

Movimento Tech

O Movimento Tech é uma coalizão de instituições da qual o iFood é cofundador e que, desde 2022*, se dedica a promover a inclusão de pessoas de baixa renda e sub-representadas no setor de tecnologia, **despertando, capacitando e empregando na área**. Nosso foco é contribuir para a construção de um setor tecnológico mais forte e equitativo. Hoje, já somos 33 organizações que compartilham desse compromisso.

Acreditamos que o Brasil de 2030 será uma potência tecnológica impulsionada pela diversidade e pela inovação, catalisadoras de transformações sociais significativas. A educação também desempenha um papel crucial para essa mudança e precisará da colaboração entre o poder público, o setor privado e organizações sociais como caminho para que essa visão se torne realidade.

*Ano fiscal que vai de abril/2022 a março/2023

O Movimento Tech tem impacto direto em ao menos cinco Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) e sua atuação está baseada em três pilares:



- A criação e promoção de projetos que gerem impacto positivo;
- A articulação de uma rede comprometida em acelerar essas mudanças;
- A geração de conhecimento que permita melhores decisões, crescimento econômico e impacto social.



Entre os projetos que desenvolvemos ou apoiamos, destacamos dois deles. O primeiro é a Maratona Tech, projeto fundado dentro do Movimento Tech e que contou com mais de **900 mil alunos impactados** na segunda edição, em 2023. O segundo é o Potência Tech, projeto criado e gerido pelo iFood, que recebe apoio do Movimento Tech. Tivemos **1.703** pessoas formadas e, no total, por meio das duas iniciativas, já impactamos cerca de **1 milhão de pessoas** até o momento.

Maratona Tech

Só é possível sonhar com o que se conhece. É com base nessa premissa que nasce a Maratona Tech, um projeto idealizado para despertar em crianças e adolescentes de escolas de todo o Brasil a perspectiva de futuros melhores e o interesse na área de tecnologia. A Maratona foi concebida pelo Movimento Tech e é operacionalizada pela Associação Cactus.

O projeto acontece por meio de parcerias privadas e públicas e está presente em todos os estados brasileiros. Entre os parceiros públicos, temos as Secretarias de Educação do Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso, Tocantins, Rio Grande do Sul, Salvador e Fortaleza.

Para além do iFood, na segunda edição do projeto, realizada em 2023, contamos com o patrocínio da Accenture, Fundação Behring, Telles *Foundation*, Mercado Livre, Instituto Localiza, Grupo Boticário e RD, bem como outras parcerias com serviços e conteúdos como *chatclass*, *Inspere Women in Tech* e Arco Instituto. Apenas nessa edição, impactamos mais de 900 mil alunos em mais de mil municípios de todos os estados do Brasil.

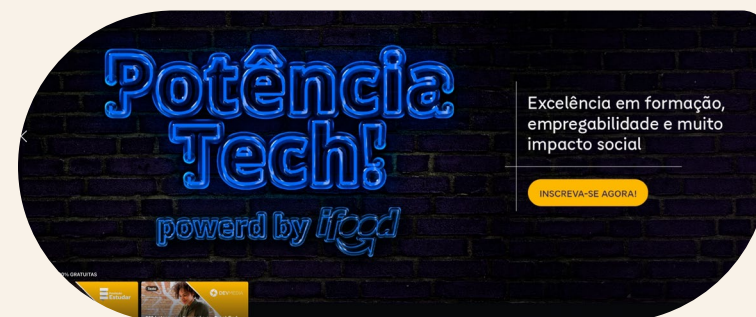


Potência Tech

Para capacitar e empregar em tecnologia, temos o Potência Tech, plataforma de formação e empregabilidade em tecnologia que criamos em outubro de 2021. O principal objetivo é oferecer educação e mais igualdade de acesso a oportunidades para pessoas de grupos sub-representados e de baixa renda por meio da tecnologia, promovendo a inclusão no mercado de trabalho pela educação.

Desde o seu lançamento, mais de 70 mil pessoas se inscreveram e 20 escolas de tecnologia foram parceiras. Também foram oferecidas mais de 30 mil bolsas, que somam 70 turmas, resultando em quase 3 mil pessoas formadas e mais de 2 mil pessoas empregadas.

O Potência Tech vem para ser a maior plataforma de bolsas e conexão com a empregabilidade para área de tecnologia com foco nos perfis sub-representados e de baixa renda.



Investimento em Infraestrutura Tecnológica na Educação Básica

Compreendendo a carência significativa de acesso a uma infraestrutura de qualidade para a Educação Básica na rede pública, implementamos duas iniciativas para promover a democratização desse acesso. A primeira consistiu na equipagem de três salas em escolas municipais do Rio de Janeiro. O propósito foi facilitar o acesso à tecnologia e apoiar iniciativas estudantis, como o uso de impressoras 3D e outras ferramentas que estimulam autonomia e criatividade. Essas salas são os Ginásios Experimentais Tecnológicos (GETs), destinados a proporcionar experiências novas e positivas para crianças e adolescentes em laboratórios STEM (envolve ciência, tecnologia, engenharia e matemática), e fomentar a cultura *maker* entre professores e alunos.

Outro aspecto inovador de nosso investimento foi direcionado à conectividade, assegurando o acesso à internet via satélite em escolas rurais. Essa medida visa contribuir para a aprendizagem dos alunos e oferecer suporte aos professores em suas práticas pedagógicas. Doamos antenas equipadas com a tecnologia *Starlink* a dez escolas públicas, sendo cinco delas localizadas na região de Cunha (SP) e cinco na região de Lages (SC). São ações que demonstram nossa busca por soluções concretas para os desafios educacionais, visando aprimorar o aprendizado e facilitar o trabalho dos educadores.

Segurança alimentar

Entendemos que a segurança alimentar e o combate à fome são desafios intrínsecos à realidade brasileira. Além disso, são temas materiais relacionados à sustentabilidade do nosso negócio e do nosso setor de atuação. Portanto, essas questões também estão diretamente ligadas à nossa responsabilidade de contribuir positivamente com a sociedade.

Nesse sentido, estamos engajados em três grandes projetos:

Movimento Todos à Mesa

Fundamos a coalizão de diferentes empresas, inclusive concorrentes, que se unem para gerar impacto sistêmico no combate ao desperdício de alimentos e à fome. Entre abril de 2022 e março de 2023, investimos R\$ 325 mil na gestão e governança do movimento. Até o momento **a coalizão já conta com mais de 25 membros envolvidos de alguma forma na cadeia de alimentos e foram doadas mais de 10 mil toneladas de alimentos.**



Hortas escolares

Implementamos três novas hortas escolares nas periferias da Grande São Paulo e mantivemos as outras duas implementadas em 2021.

Essa iniciativa impacta cerca de 3 mil crianças. Também capacitamos mais de 200 professores como mobilizadores para uso pedagógico das hortas, com mais de 400 atividades pedagógicas realizadas com os alunos em sala de aula.

Com as hortas escolares, buscamos promover melhorias nos hábitos alimentares da comunidade escolar e seu entorno, sendo que 61% das famílias relataram mudanças positivas em sua alimentação após a implementação das hortas.

Em março de 2023, também hospedamos o evento Encontro de Líderes do Todos à Mesa em que CEOs, VPs e principais lideranças do movimento assinaram uma carta de intenções em prol do combate ao desperdício e à fome no Brasil.



Em julho de 2022, a coalizão ganhou o **prêmio ECO Brasil 2022**, criado pela Amcham e realizado em parceria com a revista Época Negócios, que reconhece as melhores e mais inovadoras práticas de ESG (sigla em inglês que representa a sustentabilidade corporativa nas frentes ambiental, social e de governança – Environmental, Social and Governance). O movimento foi vencedor **na modalidade Práticas de Sustentabilidade da categoria de Processos para Grandes Empresas.**

Doações pelo aplicativo

Pelo nosso aplicativo, é possível prestar assistência imediata a pessoas em situação de extrema vulnerabilidade, bem como apoiar projetos de curto a longo prazo, em parceria com ONGs que atuam no combate à fome e à pobreza, na melhoria da educação e na restauração e cuidado com o meio ambiente.

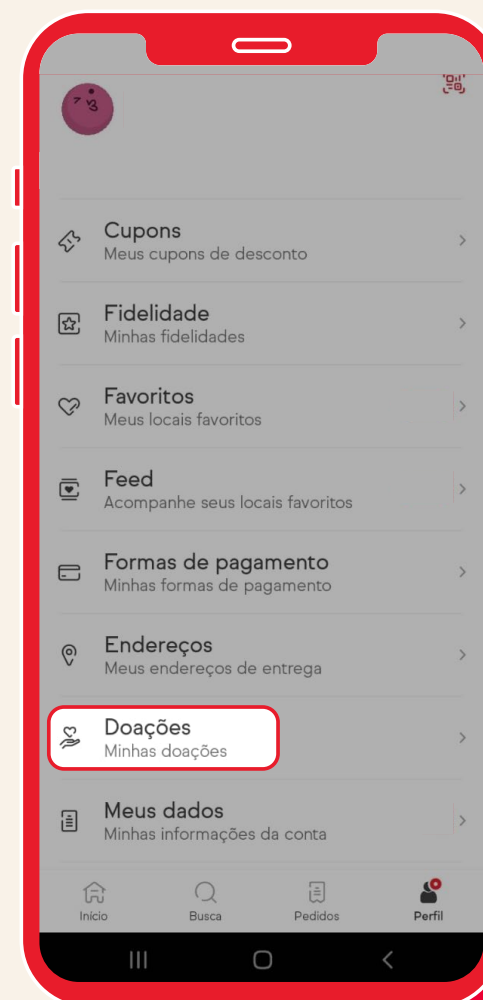
As doações recebidas são revertidas de acordo com a necessidade de cada projeto, podendo ser cestas básicas e refeições prontas, itens de primeira necessidade em situações de emergência, plantio e acompanhamento do desenvolvimento de mudas de árvores, bolsas de estudo diversas, entre outros produtos e serviços voltados para questões socioambientais. No período do relato, contamos com a doação de R\$ 7.387.364 pelos usuários, que equivalem a 72.259 cestas básicas e 1.458.407 pratos de comida, o que impactou mais de 1,5 milhão de pessoas.

Além da distribuição das refeições, foram plantadas 50 mil mudas de árvores na Mata Atlântica e doadas 1.095 bolsas de estudo a jovens de periferia. Na agenda de educação, trabalhamos em parceria com entidades como a Todos pela Educação, Fundação 1Bi, CIEE, Gerando Falcões e Vocação. No combate à fome, o iFood atua com a Ação da Cidadania, Amigos do Bem, CUFA, Gastromotiva e Orgânico Solidário. Ao lado dessas organizações, o iFood transforma as doações dos seus clientes em refeições e cestas de alimentos para os brasileiros mais vulneráveis.

E, ao lado da SOS Mata Atlântica, o iFood atua na regeneração de florestas.

Repassamos o valor integral das doações às Organizações da Sociedade Civil (OSCs), sem subtrair a taxa de gestão da doação, e absorvemos o custo por todas as transações financeiras, o que é considerado investimento social privado.

Por questão de transparência, validamos os repasses e há relatórios elaborados pelo Instituto MOL e disponibilizados para serem acessados publicamente no [link](#).



8.

Menu ☰

7. Educação e nosso impacto

9. Gerar confiança com transparência

Meio ambiente

GRI

3-3; 306-2; 306-3; 306-5; SASB FB-FR-430a.4; SASB FB-RN-150a.2; SASB FB-FR-430a.4; SASB CG-EC-410a.2

Nosso compromisso em Meio Ambiente está embasado em **Alimentar o Futuro do Mundo** de forma mais sustentável. Estabelecemos metas para, até 2025, zerar a poluição plástica associada ao serviço de entrega. Isso inclui a **redução de envio de plásticos de uso único (talheres e canudos plásticos)**, substituição de embalagens plásticas e de isopor por embalagens sustentáveis e reciclagem do plástico restante com ações de fomento à cadeia de reciclagem.

Outra frente com que estamos comprometidos consiste em neutralizar as emissões de CO₂ das nossas entregas e atingir 50% das entregas feitas por profissionais conectados à plataforma do iFood realizadas por modais limpos até 2025. Para alcançarmos nossas metas, desenvolvemos planos de ação para mitigar os impactos nas duas frentes (plástico e emissões). Nossas estratégias são fundamentadas em dados, novos produtos a preços competitivos e *feedback* de



quem consome os produtos que são entregues por meio da nossa plataforma. Por isso, nosso objetivo é desenvolver alternativas sustentáveis e torná-las escaláveis.

Dessa forma, entendemos **nosso papel como viabilizador de negócios mais sustentáveis**. Investimos em soluções que conectem restaurantes parceiros a novas embalagens – que sejam recicláveis, renováveis ou biodegradáveis/ compostáveis e economicamente viáveis. **Promovemos a adoção de modais de entrega não poluentes a serem utilizados pelos entregadores e entregadoras, como motocicletas elétricas, bicicletas e bicicletas elétricas.**

75% dos clientes se dizem mais satisfeitos ao consumirem produtos sustentáveis

Fonte: Relatório ESG e Sustentabilidade de 2022 da Opinion Box

Implementamos, ainda, diversas ações, entre programas para conscientização ambiental e alternativas para embalagens descartáveis e incentivo à reciclagem, com patrocínio de projetos de reciclagem como a **implantação de ecopontos públicos, capacitação de cooperativas e incentivo à logística reversa do isopor**.

Em gestão de resíduos, adotamos algumas medidas para reduzir o desperdício em nosso escritório também, eliminando garrafas de vidro e otimizando a gestão de resíduos, além de substituir os plásticos de uso único e encaminhar os resíduos adequadamente. São ações que demonstram nosso trabalho em promover práticas mais sustentáveis. Algumas delas serão destacadas a seguir.

Eliminação da poluição plástica

O plástico de uso único é um dos grandes desafios ambientais da atualidade. Segundo o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), cerca de 8 milhões de toneladas de plástico são descartadas nos oceanos a cada ano. Pensando que pedidos de *delivery* demoram, em média, uma hora entre pedir, entregar e comer, é importante repensar quais embalagens serão utilizadas para transportá-los. Entre outubro de 2022 e março de 2023, reduzimos de 27% para 26% a quantidade de resíduos plásticos, considerando também a mensuração de resíduos dos restaurantes.

Amigos da Natureza

Nosso programa Amigos da Natureza tem o objetivo de estimular os estabelecimentos parceiros a reduzirem o envio de descartáveis a seus clientes. A participação é opcional e pode ocorrer de duas maneiras: quando o restaurante avisa aos clientes que não envia descartáveis ou pergunta se desejam recebê-los.

Como resultado, 82% dos clientes recusaram o recebimento de descartáveis nos pedidos, gerando uma expressiva economia de insumos não renováveis e reduzindo a dependência desses materiais. A substituição de plásticos por alternativas sustentáveis fez diminuir o consumo do material e o acúmulo de resíduos. Entre abril de 2022 e março de 2023, **evitamos a produção de 472 toneladas de plástico.**

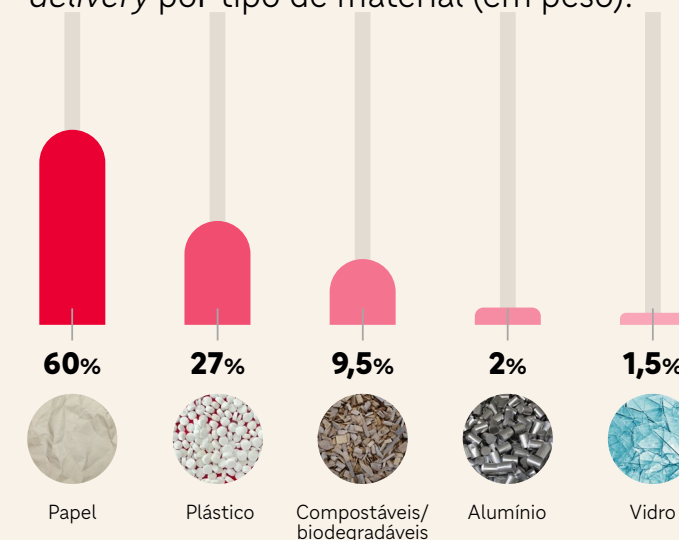
Elo com a cadeia de valor

Um de nossos grandes desafios é mensurar os resíduos que circulam no nosso *delivery*, uma vez que não os produzimos diretamente. Ou seja, não somos uma indústria que consegue controlar as entradas e as saídas de resíduos de suas operações. Além disso, não existia uma referência comparativa para nosso modelo de negócio.

Em 2021, fomos pioneiros em desenvolver um estudo para o setor com o suporte e inteligência da consultoria Manuia. Aplicamos pesquisas qualitativas e quantitativas com restaurantes para mapear o volume total de embalagens plásticas, papel, vidro, alumínio e biodegradáveis e quais perfis de culinária demandam mais embalagens. Demos continuidade à pesquisa

em 2022 e identificamos que os tipos de culinária que mais circulam embalagens plásticas são os de comida brasileira; comida japonesa/ asiática; e lanches/ hambúrguer. Por isso, são as culinárias foco para o desenvolvimento de embalagens sustentáveis.

Abaixo está o resultado da composição das embalagens utilizadas nos restaurantes e estabelecimentos e que circulam no *delivery* por tipo de material (em peso):



Com o cenário apontado pela pesquisa, passamos a ser mais assertivos com o direcionamento de nossas ações para os estabelecimentos geradores de mais resíduos.

Embalagens sustentáveis

Somos protagonistas no setor em usar a tecnologia para desenvolver embalagens mais sustentáveis e que sejam competitivas às opções de plástico.

Embalagens de papel: nossas embalagens de papel são feitas de celulose com uma camada de resina biodegradável que protege contra gordura e umidade. Práticas e resistentes, são fabricadas a partir de papel certificado com parceiros como a Suzano e a Klabin.

Embalagens biodegradáveis: embalagens renováveis e 100% compostáveis fabricadas a partir de palha de milho. Em apenas 12 semanas se decompõem completamente (em condições de umidade e temperatura adequadas).

Sacolas biodegradáveis: feitas de cana-de-açúcar ou outros materiais compostáveis, as sacolas podem se tornar adubo quando destinadas à compostagem industrial ou doméstica. Não produzem microplásticos.

Acompanhamos a evolução das embalagens feitas a partir de materiais reciclados e/ou renováveis nos restaurantes e mercados, em nossas operações internas e nos eventos que patrocinamos. Com base nesses indicadores, chegamos a:

59,9%

de embalagens dos restaurantes e mercados

88,2%

das nossas operações internas

100%

em eventos que patrocinamos



O poder das parcerias

Temos muito orgulho das parcerias que estabelecemos e dos resultados das ações que planejamos.



Embalagens sustentáveis no Rock in Rio 2022: economia circular e incentivo à reciclagem

Como *delivery* oficial do *Rock in Rio* Brasil 2022, disponibilizamos mais de 230 mil embalagens sustentáveis, feitas de papel 100% reciclável, com matéria-prima de fonte renovável, biodegradável e livre de plástico. O projeto foi desenvolvido em parceria com a Suzano e as embalagens foram utilizadas no *Gourmet Square*, área para alimentação no festival.

Para estimular a circularidade, a coleta de parte dessas embalagens foi usada pela Suzano para a produção de 20 mil sacos *kraft* com papel reciclado para serem utilizados nas lojas próprias do iFood.

Nossa parceria com a Suzano se iniciou um ano antes, com o Desafio “Embalagem do Futuro” para incentivar o desenvolvimento de projetos de embalagens para entregas de alimentos em domicílio produzidas a partir do uso exclusivo do papel *Bluecup Bio*, um produto 100% nacional e com baixa absorção lateral, sem transferência de odor ou gosto para os alimentos.





Startup growPack desenvolve embalagens com palha de milho

Estamos junto à *growPack* desde o seu surgimento, em 2019. Acompanhamos seu crescimento e incentivamos o seu trabalho para os nossos estabelecimentos. A sinergia conosco também está conectada ao desejo de tornar a novidade escalável e, para isso, trabalhar seu preço para ser cada vez mais atrativa para os restaurantes.

A *gBox* é uma embalagem no formato de marmitta produzida a partir da palha de milho com uma tecnologia 100% nacional. A nova embalagem funciona muito bem para pratos úmidos e secos, além de poder ir ao forno e ter ótima vedação.

Quando iniciamos nossas ações em conjunto, o preço da *gBox* era R\$ 4,30. É um valor bem comum, comparativamente às demais soluções biodegradáveis importadas do mercado. Depois de um ano de parceria, em 2021, a embalagem passou a custar quase R\$ 3 e, com o crescimento da operação e investimento de mais de R\$ 500 mil do iFood,

o preço atual é R\$ 2,30, próximo ao preço da embalagem de plástico sem divisória.

Esse patamar de preço se mantém em um cenário com potencial de crescimento produtivo e comercial, que vem sendo desenvolvido em parceria para reduzir ainda mais os custos. Para quem se interessar, é possível adquirir essas embalagens pelo iFood Shop.



A importância da reciclagem

Em nossa jornada para engajar os clientes, também nos aproximamos da agenda de reciclagem a partir dos Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) como forma de sensibilização e de levar conhecimento sobre os locais de destinação correta de resíduos recicláveis. São mais de 80 PEVs em funcionamento por meio de parcerias com B2Blue (SP); SO+MA (BA); Coletando (RJ e SP); Instituto Muda (SP); e Recicla Orla (RJ), resultando em **4 mil toneladas por mês de resíduos recicláveis destinados de forma correta.**

E, na agenda de educação ambiental, atuamos para levar conhecimento aos clientes sobre a relevância da reciclagem e os impactos socioambientais positivos ao descartar os resíduos corretamente, além de facilitar o acesso aos PEVs em diferentes regiões do país. Também direcionamos nossos esforços para apoiar o desenvolvimento de cooperativas de materiais recicláveis.



Investimos cerca de R\$ 5 milhões em projetos de apoio a cooperativas de reciclagem, PEVs e logística reversa do isopor – resíduo plástico mais gerado pelo *delivery*. Com nossos projetos, foi possível reciclar um pouco mais de mil toneladas somente de plástico, além de beneficiar 16 cooperativas.

Como próximo passo para continuar contribuindo para a cadeia da reciclagem dentro do caminho da economia circular, com soluções escaláveis, **passaremos a investir cada vez mais na estratégia de apoio ao desenvolvimento de cooperativas de materiais recicláveis.** No próximo ano, teremos ações voltadas para melhorias na estruturação das cooperativas também, uma vez que são espaços onde é feita a triagem dos recicláveis e onde a reciclagem pode mudar a vida de diversas famílias que trabalham com essa atividade.

Municípios mais sustentáveis: fomento a políticas públicas em prol da reciclagem

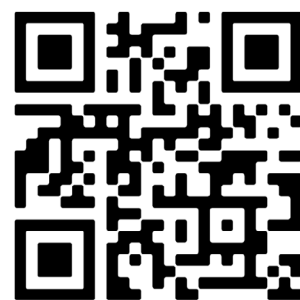
Nosso trabalho também envolve o engajamento do poder público para mudar o cenário de gestão de resíduos no Brasil. Em 2022, lançamos o Guia para Cidade Modelo em Gestão de Resíduos e Reciclagem – publicação criada para orientar os municípios sobre como incluir ações eficazes de reciclagem.

Conectado aos nossos objetivos de melhorar a cadeia recicladora no Brasil, o projeto se iniciou em Fortaleza, transformando o iFood em parceiro estratégico da cidade no Programa Mais Fortaleza. O guia, elaborado para e juntamente com gestores públicos, empresas e cidadãos de todo o país, está disponível para adesão de outras prefeituras.



TECNOLOGIA PARA SENSIBILIZAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

O isopor é reciclável? Tem um ponto de descarte perto da minha casa? Para sanar essas e outras dúvidas das pessoas sobre a reciclagem, utilizamos nossa experiência em tecnologia para desenvolver o ReciclaBot, um *chatbot* de *WhatsApp* que usa inteligência artificial. Basta mandar uma mensagem que o *chatbot* se prontifica a ajudar e identificar se a embalagem é reciclável, como descartá-la e os pontos de descarte. Entre abril de 2022 e março de 2023, houve **mais de 1.800 acessos via WhatsApp e aproximadamente 500 mensagens trocadas com o bot**. Acesse via *QR Code* (abaixo) ou adicione no whatsapp o nº (11) 91034-2963.



Hub de conteúdo

Em nosso canal iFood News, criamos uma página sobre embalagens que traz todas as ações realizadas para tornar as ações públicas e consolidadas sobre nossos esforços. O acesso pode ser feito por este [link](#).

Logística reversa: Já Fui Bag

O projeto Já Fui Bag, em parceria com a GreenPlat e a Retalhar, recicla as nossas mochilas térmicas. Elas se transformam em diferentes produtos a partir do material reciclado das mochilas, como sacolas, estojo para primeiros socorros, pochetes, entre os mais de 8 mil itens já criados.

Além de gerar renda para quem desenvolve as peças, o projeto evitou que 827 m³ de resíduos sólidos das *bags* fossem para aterros e reduziu 66 toneladas de emissões de CO₂.

O próximo passo é redesenhar as mochilas para aproveitar mais o material. O desafio é tornar o produto mais sustentável e eficiente, considerando o tamanho e a matéria-prima. O **projeto incentiva a economia circular e promove a sustentabilidade em todo o país.**



Emissões de gases de efeito estufa

(GRI 3-3; 505-1; 505-2; 505-3; 505-4; 505-5; SASB TR-RO-110a.2; SASB TR-RO-110a.3)

Nosso compromisso é atingir, até 2025, 50% das entregas feitas por profissionais conectados à plataforma iFood utilizando modais limpos.

Além da redução dos resíduos plásticos, nosso compromisso em meio ambiente contempla esforços para mitigar os impactos em relação ao agravamento do efeito estufa. Nós nos tornamos neutros na emissão de CO₂ dentro das operações de *delivery* desde julho de 2021. Desse modo, quando um pedido chega

Nosso trabalho está focado em promover soluções transformadoras que revertam os impactos socioambientais provenientes de uma operação de *delivery*

ao cliente, o gás emitido durante o trajeto já foi compensado, estratégia que faz parte da nossa ambição de mensurar, reduzir e neutralizar todas as emissões de gases de efeito estufa (GEE) do nosso negócio.

A partir do inventário de emissões de gases de efeito estufa do iFood realizado anualmente, é possível fazer as projeções das emissões para operação do ano seguinte, usando a quantidade de pedidos como referência. Dessa forma, **periodicamente é feita a compensação antecipada das emissões com a utilização de créditos de carbono.**

Em 2021, as compras de crédito de carbono para neutralizar as entregas de *delivery* pelo iFood foram direcionadas a projetos de preservação da Amazônia. Já em 2022, investimos em projetos de incentivo à energia renovável.



INVENTÁRIO DE CARBONO IFOOD

Anualmente, elaboramos nosso inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE), seguindo o padrão do *GHG Protocol* e com o auxílio de consultoria especializada nesse tipo de metodologia.

Os dados são considerados para as atividades diretas dos escritórios do iFood (Escopos 1 e 2), além das operações próprias como as *dark stores*. Para o Escopo 3, incluímos dados referentes às entregas realizadas via app para estimar esse impacto, uma vez que se trata de uma importante fonte de emissões.

Restauração florestal

Investimos em ações de regeneração e restauração florestal em parceria com a ONG SOS Mata Atlântica. Em março de 2022, iniciamos o plantio de 30 mil mudas de árvores na área do Instituto Raquel Machado, em Porto Feliz, no interior de São Paulo. O local acolhe animais silvestres vítimas de tráfico ou maus-tratos.

Escolhemos a cidade de Porto Feliz por saber que está em uma região que sofre com falta d'água e pelo fato de a recuperação da mata nas margens dos rios ser uma forma de melhorar a condição do ciclo hídrico. A cidade de Marabá Paulista também recebeu a ação. Em maio do mesmo ano, foram plantadas mais de 20 mil mudas de árvores na região.



Plantio de **50 mil mudas nativas** da Mata Atlântica, representando uma área similar a **20 campos de futebol**

Recurso capaz de capturar em **20 anos** até **8.300 toneladas de CO₂** da atmosfera, o equivalente a **34 milhões de entregas no delivery**

Modais sustentáveis: agenda em evolução

Em 2022, nosso objetivo de investir em modais sustentáveis teve dois destaques: **avancamos em nosso programa de aluguel de bicicletas iFood Pedal e incentivamos os entregadores e entregadoras a migrarem de modal com a moto elétrica**, apesar de não termos conquistado a escala que gostaríamos com as motos.

No ano, um em cada cinco pedidos foi entregue por um modal não poluente, o que inclui bicicletas, bicicletas elétricas e motos elétricas, reduzindo o impacto das entregas no meio ambiente.



40 mil

profissionais de entrega usam modais limpos

6 mil

deles fazem parte do iFood Pedal

22%

dos pedidos iFood são entregues com modais não poluentes, o que ultrapassa a marca de **10 milhões**

430 mil

toneladas de CO₂ compensadas



No início de 2022, estávamos presentes com o iFood Pedal apenas em São Paulo e Rio de Janeiro. Hoje estamos em mais cinco cidades: Recife, Salvador, Brasília, Porto Alegre e Curitiba. Em março de 2023, o **iFood Pedal foi responsável por cerca de 500 mil pedidos por mês**, gerando impactos social e ambiental positivos.

No modal de motos elétricas, tivemos grandes aprendizados em 2022. A *startup* Voltz lançou o modelo EVS Work, que era comercializado a um valor diferenciado para os profissionais de entrega conectados à plataforma do iFood. Para garantir a funcionalidade das motos elétricas é necessário ter instalado um sistema de troca de baterias para suportar a operação e a necessidade de autonomia dos entregadores. Encarando os fatos brutais, não deu certo como planejado!

MUDANÇA DE ROTA

Fizemos um plano para que 10 mil motos elétricas estivessem em circulação até o fim de 2023. Ao chegar no período estimado, havia apenas 150 unidades rodando para as nossas entregas. Reconhecemos os problemas enfrentados e o fato de encontrarmos mais dificuldades do que prevíamos na entrega das motos.

A proposta da parceria mirava a facilitação do acesso às motos elétricas aos profissionais de entrega, com condições especiais de financiamento e adaptação para o trabalho diário com as entregas. Estes movimentos estão atrelados às nossas metas de investimento em veículos não poluentes.

A operação de troca de baterias é fundamental para escalar o modelo no *delivery*, por isso identificamos a necessidade de fazer ajustes no projeto e torná-lo eficiente. A disposição de enfrentar os desafios para eletrificar nossa frota de motos permanece firme e, para isso, vamos seguir em negociações com outros potenciais fornecedores.

Comunicação e engajamento com o cliente rumo à redução das emissões

Informar os clientes sobre a compensação de CO₂ e engajá-los nessa proposta também são parte da nossa jornada. Para isso, sinalizamos as ações que compõem essa frente dentro do aplicativo. No momento do pedido, informamos que a entrega já foi compensada.

É possível, ao mesmo tempo, saber se a entrega está sendo feita com utilização de modais limpos e se o restaurante tem boas práticas relacionadas ao meio ambiente por meio do selo de sustentabilidade.

Além disso, o aplicativo traz a seção de doação, em que o cliente pode colaborar com uma quantia a ser direcionada às ações de plantio de mudas na Mata Atlântica.

Emissões		Fontes dos fatores de emissão	
Total de emissões diretas (Escopo 1) de GEE	201,803 tCO ₂ e	Emissões biogênicas de CO ₂ em toneladas métricas de CO ₂ equivalente	0,086 tCO ₂ e
		Consumo de óleo diesel – Biodiesel (B100) nos geradores das unidades Osasco e Campinas	
Total de emissões indiretas (Escopo 2) de GEE provenientes da aquisição de energia em toneladas métricas de CO ₂ equivalente calculadas com base na localização	556,263 tCO ₂ e	Consumo de energia elétrica dos escritórios e <i>dark stores</i> do iFood	
Total de outras emissões indiretas (Escopo 3) de GEE em toneladas métricas de CO ₂ equivalente	173.061,47 tCO ₂ e	Emissões biogênicas de CO ₂ em toneladas métricas de CO ₂ equivalente	45.418,16 tCO ₂ e
		Operações próprias dos escritórios do iFood para as categorias: Bens e serviços comprados, Transporte e distribuição (<i>Upstream</i>), Resíduos sólidos, Efluentes, Viagens a negócios e Transporte e distribuição (<i>Downstream</i>) com as entregas realizadas via <i>app</i> do iFood	
Intensidade de emissões por pedido	0,248 tCO ₂ e	Métrica específica escolhida para calcular o índice: kg de CO ₂ eq. por pedido	Emissões diretamente estimadas do Escopo 3: categoria Transporte e distribuição (<i>Downstream</i>), Entregas realizadas via <i>app</i> iFood, uma vez que representa maior impacto para as emissões de GEE para o setor de <i>delivery</i> por <i>app</i>

Fonte para base de dados: *The Greenhouse Gas Protocol – a Corporate Accounting and Reporting Standard – Revised Edition* – WRI/WBCSD, 2011. Ano-base para cálculo: 2022

Nossa estratégia de gerenciamento de GEE está focada na categoria de Transporte e distribuição (*Downstream*), conforme as entregas realizadas pelo nosso aplicativo, uma vez que representa o maior impacto relacionado às emissões do nosso segmento. Em nossas operações, o principal impacto está ligado ao consumo de energia elétrica dos escritórios e das *dark stores*. No período do relatório, foram consumidos diretamente 310 litros de diesel nos geradores de energia dos nossos escritórios de Osasco (SP) e Campinas (SP).

Em 2022, contamos com a redução de 13.496,71 tCO₂e, considerando as emissões indiretas da categoria de Transporte e distribuição (*Downstream*), evitadas por meio de entregas realizadas via modais limpos como bicicletas, motos elétricas e patinetes, por exemplo.

A metodologia para o cálculo de redução de emissões utilizou o índice de intensidade de emissões (0,2408 grama de CO₂ por pedido) multiplicado pela quantidade de entregas por modais limpos. Seguimos em busca de caminhos com alternativas limpas rentáveis e viáveis para incentivar essa transição para modais sustentáveis.

9.

Menu ☰

- 8. Meio ambiente
- 10. Sobre o relatório

Gerar confiança com transparência

GRI

3-3; 2-9; 2-13; 2-15; 2-23; 2-25; 2-26; 2-27; 201-2; 205-1; 205-2; 207-1;
SASB CG-EC-220a.2; SASB TC-IM-220a.4; SASB CG-EC-230a.1

Nossa governança corporativa está presente nas políticas que adotamos, como forma de avaliar e mitigar riscos, além de gerenciar nossa cadeia de valor. Reconhecemos também a importância do nosso compromisso com os *stakeholders* que fazem parte do nosso ecossistema: *FoodLovers*, entregadores e entregadoras, estabelecimentos parceiros e consumidores.

Priorizamos a transparência por meio da divulgação de resultados, promoção da equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. Contamos com uma liderança atenta aos impactos das decisões de negócios e comprometida a atuar conforme os valores do iFood e em aderência às regulamentações aplicáveis. Desse modo, mantemos políticas que abordam temas cruciais como política de *compliance*; política do canal de denúncias; anticorrupção; relacionamento com agentes públicos; prevenção à lavagem de

dinheiro; conflito de interesses; doações e patrocínios. Essas políticas passam por revisões periódicas e os documentos correspondentes são facilmente acessíveis por meio de diversos canais internos.

Nossos esforços de diversidade, equidade e inclusão também estão presentes nas oportunidades de trabalho que oferecemos. Na esfera de responsabilidade corporativa, nossa prioridade está refletida nos programas de proteção de dados e na segurança das informações pessoais dentro do aplicativo do iFood.



Movimento institucional

Em 2022, o grupo brasileiro Movile, financiado pela Prosus (subsidiária de investimentos internacionais do grupo Naspers), adquiriu a participação remanescente de 33,3% do iFood junto ao acionista minoritário *Just Eat Holding Limited*, assumindo assim o controle total dos nossos negócios.

A aquisição da participação restante no iFood pela Movile reforça a diferença que buscamos sempre fazer no mercado brasileiro como empresa de tecnologia, gerando impacto positivo em nossa sociedade.

Estrutura de governança

Somos uma empresa de capital fechado e contamos com uma liderança sólida para a tomada de decisão. Nosso presidente e a diretoria executiva são responsáveis pelas definições do planejamento estratégico, o que envolve os objetivos relacionados ao desenvolvimento sustentável da companhia. A agenda de planejamento estratégico ocorre semestralmente e as definições são compartilhadas, sequencialmente, com as diversas áreas. Nosso presidente também é membro do conselho de administração do iFood.

Nosso programa de integridade é uma extensão natural da nossa cultura organizacional, considerando os pilares estratégicos que norteiam nossas ações. Ele reforça e consolida os princípios éticos e a transparência, fundamentais em tudo o que fazemos.

Nossa área de *Compliance* opera com autonomia e acesso aos recursos necessários, informações e sistemas.



COMITÊ DE ÉTICA

Nosso Comitê de Ética conta com representantes das áreas de *Compliance*, Investigações Corporativas, Jurídico, Pessoas e Diversidade & Inclusão (D&I). Com atuação independente, delibera sobre os casos relacionados ao nosso Código de Conduta. Os encontros acontecem mensalmente ou extraordinariamente, sempre que necessário.

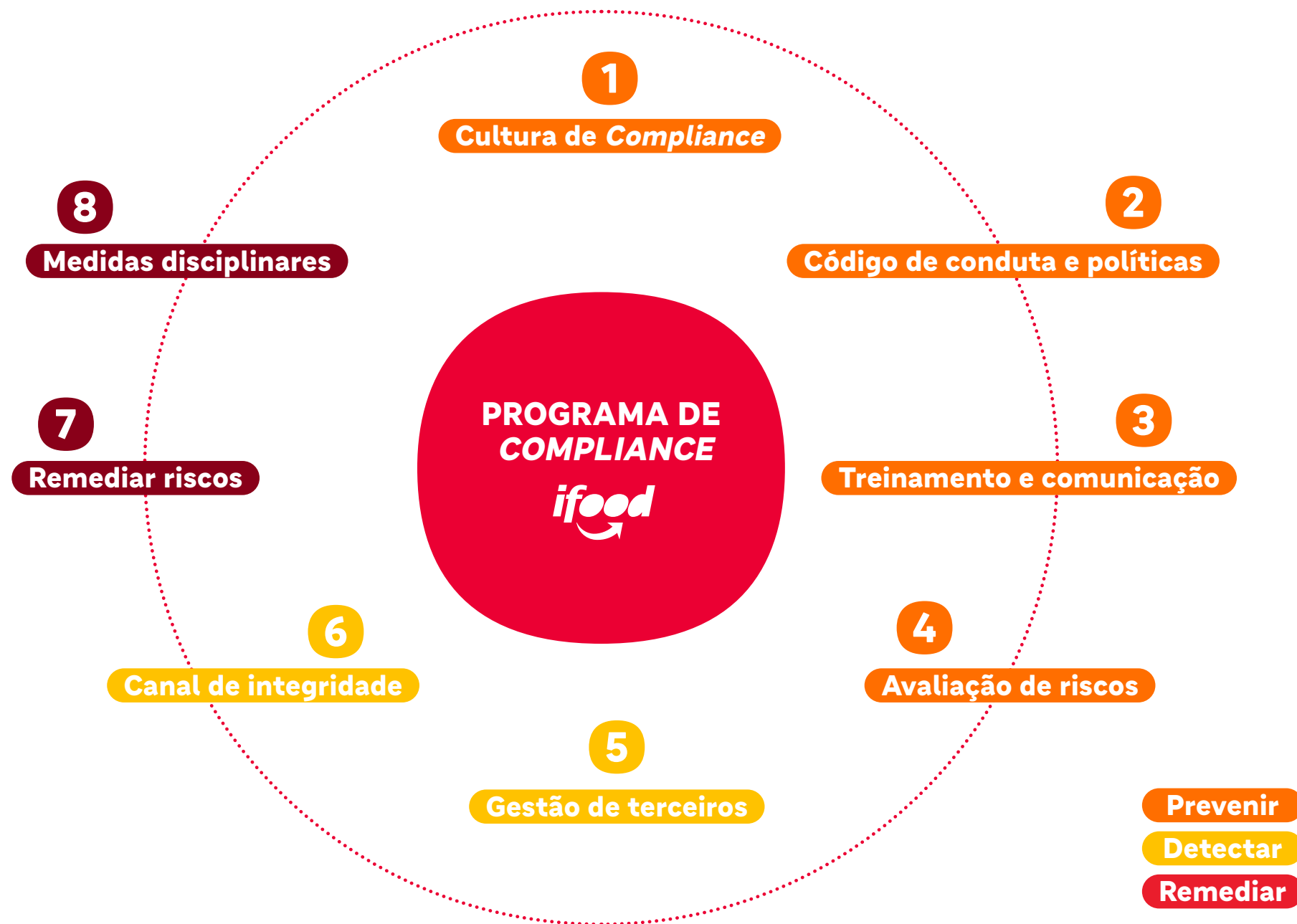
COMITÊ DE AUDITORIA E RISCOS

Criado em janeiro de 2022, promove encontros bimestrais ou trimestrais para debater pontos do programa de *Compliance*, Controles Internos, Contabilidade e Cibersegurança.

Programa de Integridade

Nosso Programa de Integridade é baseado em oito pilares para **prevenir, detectar e remediar ações que possam interferir nos valores e princípios estabelecidos em nosso Código de Ética e Conduta**, protegendo nossos negócios e a cadeia de valor em que estamos inseridos.

Periodicamente, as atividades do Programa de Integridade são reportadas ao Comitê de Auditoria e Riscos. Esse processo tem como finalidade manter os membros do comitê informados sobre o andamento do programa por meio de indicadores e/ou endereçar pontos críticos e riscos. As ações realizadas são comunicadas por representantes da alta administração da empresa, incluindo iniciativas como o lançamento do Código de Ética e Conduta, treinamento interno e outras comunicações relevantes.



Código de Conduta e Políticas

Além do nosso Código de Ética e Conduta, o Programa de Integridade conta com políticas internas referentes aos temas de:

- Anticorrupção;
- Canal de Denúncias;
- *Compliance*;
- Conflito de Interesses;
- Doações e Patrocínios;
- Interação com Agentes Públicos;
- Partes Relacionadas;
- Prevenção à Lavagem de Dinheiro.

O Código de Ética e Conduta é facilmente acessado pelo nosso canal online: <https://institucional.ifood.com.br/sobre/codigo-de-etica/>, e sua visibilidade é aberta tanto para o público interno quanto para o público externo. Adicionalmente, o documento é compartilhado em ferramentas de comunicação interna.



Também disponibilizamos uma versão do código para terceiros e a Cartilha Respeito e Igualdade, um guia de ações contra o assédio que traz informações sobre o contexto externo relacionado ao tema; nossas diretrizes; orientações para identificar diferentes situações de assédio e discriminação e como lidamos com elas.

Em 2023, trabalhamos no desenvolvimento de um novo modelo sobre identificação de situações de conflito de interesses de colaboradores. Os detalhes estarão em nosso próximo relatório.

Combate à corrupção

Avaliamos os riscos de corrupção em todas as operações das nossas unidades de negócio, considerando suas particularidades, mercado de atuação, produtos oferecidos e relacionamento com agentes públicos. Adicionalmente, aplicamos essa avaliação ao conduzir contratações e operações que envolvem terceiros. Mantemos processos bem definidos para conhecer nossos clientes, parceiros e fornecedores.

Nosso compromisso em relação à integridade e à prevenção de riscos é enfatizado em nosso Código de Conduta, especificamente no item 4.3, que reforça nossa intolerância em relação à corrupção e estabelece práticas estritas e em conformidade com as normas e leis nacionais e internacionais de combate à corrupção.

O programa de *Compliance* também inclui uma política anticorrupção que reflete nossa determinação de não tolerar nenhuma forma de corrupção,

independentemente do contexto, seja por meio de incentivos, financiamento, custeio, patrocínio ou qualquer outra modalidade de apoio. Nossa diretriz é realizar e conduzir negócios de maneira ética e íntegra, em total consonância com o Código de Ética e Conduta e leis anticorrupção vigentes.

Extensão obrigatória à cadeia de valor: exigimos que todos os nossos parceiros, suas afiliadas, acionistas, representantes, funcionários e subcontratados sigam as regras da Lei Anticorrupção (lei nº 12.846/13), a Lei de Combate à Lavagem de Dinheiro (lei nº 9.613/98), a *Foreign Corrupt Practices Act (FCPA)* e outras regulamentações correlatas aplicáveis. Todos eles devem adotar as melhores práticas de integridade e controles internos para evitar atos de corrupção, fraude, práticas ilícitas ou lavagem de dinheiro. Também disponibilizamos nosso Código de Ética e Conduta para nossos parceiros, garantindo que estejam cientes de suas diretrizes e princípios.



Treinamentos e comunicação

A área de *Compliance* é responsável por planejar, aplicar e monitorar diversos treinamentos disponíveis em nossa ferramenta interna com acesso a todos os *FoodLovers*. A área também acompanha os indicadores de engajamento para reportar periodicamente ao Comitê de Auditoria e Riscos.

Os treinamentos são destinados a todos os colaboradores. Na programação, são tratados temas como: Código de Ética e Conduta; Ética no Dia a Dia; Antiassédio; Conflito de Interesses e Prevenção à Lavagem de Dinheiro.

Avaliação de riscos

Periodicamente, realizamos avaliação de riscos de *compliance* em nossos processos e produtos. Trabalhamos em conjunto com as equipes de negócios para endereçar os riscos.

Também avaliamos os riscos que estão relacionados a mudanças climáticas e os riscos físicos para a operação das frotas.

Gestão fiscal e tributária

Nossa abordagem tributária é integrada às nossas operações de negócios e desenvolvimento sustentável. Possuímos uma estratégia fiscal robusta, embora não esteja disponível publicamente.

Formalmente analisada e aprovada por altos cargos executivos, incluindo o VP de Legal & Tributário, Diretor Tributário e CFO, garantimos uma estratégia eficiente. Também possuímos uma área jurídica dedicada exclusivamente aos assuntos regulatórios do grupo, assegurando a nossa conformidade.

Além disso, adotamos procedimentos e fluxos que visam o *compliance* contábil e tributário, reforçando nosso compromisso com a transparência e a ética nos negócios.

Os riscos fiscais são identificados, geridos e monitorados por meio de análises jurídico-tributárias internas, prognósticos legais de advogados terceiros e auditorias regulares por uma empresa independente.

A conformidade com a estrutura de governança e controle fiscal é avaliada por meio de auditorias internas, auditorias

independentes, auditorias do nosso investidor e consultorias pontuais para aprimoramento dos processos internos e fortalecimento da governança corporativa.

Com relação aos nossos *stakeholders*, mantemos um diálogo aberto e construtivo com as autoridades fiscais e buscamos resolver de maneira oportuna e eficiente quaisquer questões que surjam.

No que diz respeito à advocacia em políticas públicas referentes a tributos, adotamos uma abordagem proativa e responsável. Participamos de fóruns e grupos de discussão relevantes, nos quais contribuimos com nossas perspectivas e experiências para ajudar a moldar políticas fiscais justas e eficazes.

Para coletar e avaliar as opiniões e preocupações dos *stakeholders*, inclusive externos, temos vários canais de comunicação abertos. Isso inclui pesquisas regulares de satisfação, reuniões de *feedback* e uma linha direta de comunicação para perguntas e preocupações. Todas as ponderações coletadas são analisadas e levadas em consideração na tomada de decisões estratégicas.



Gestão de terceiros

Temos processo de diligência estabelecido para terceiros e parceiros, que acontece no início da nossa relação de trabalho. São considerados critérios de integridade e realizadas avaliações no momento do cadastro.

A cláusula de *compliance* e anticorrupção é parte integrante dos contratos com terceiros, bem como o aceite/ciência do Código de Ética e Conduta do Terceiro pelo parceiro.

Canal de Integridade

Nosso Canal de Integridade é uma plataforma segura e confidencial, permitindo o recebimento de denúncias relacionadas a não conformidades com nossos padrões éticos, políticas internas e infrações às leis e regulamentos em vigor.

Direcionado para os públicos interno e externo, incluindo nossos colaboradores e terceiros, prestadores de serviço, agentes públicos e a sociedade em geral, o canal funciona sete dias por semana, 24 horas por dia e é operado por um terceiro, garantindo segurança e integridade das denúncias recebidas.

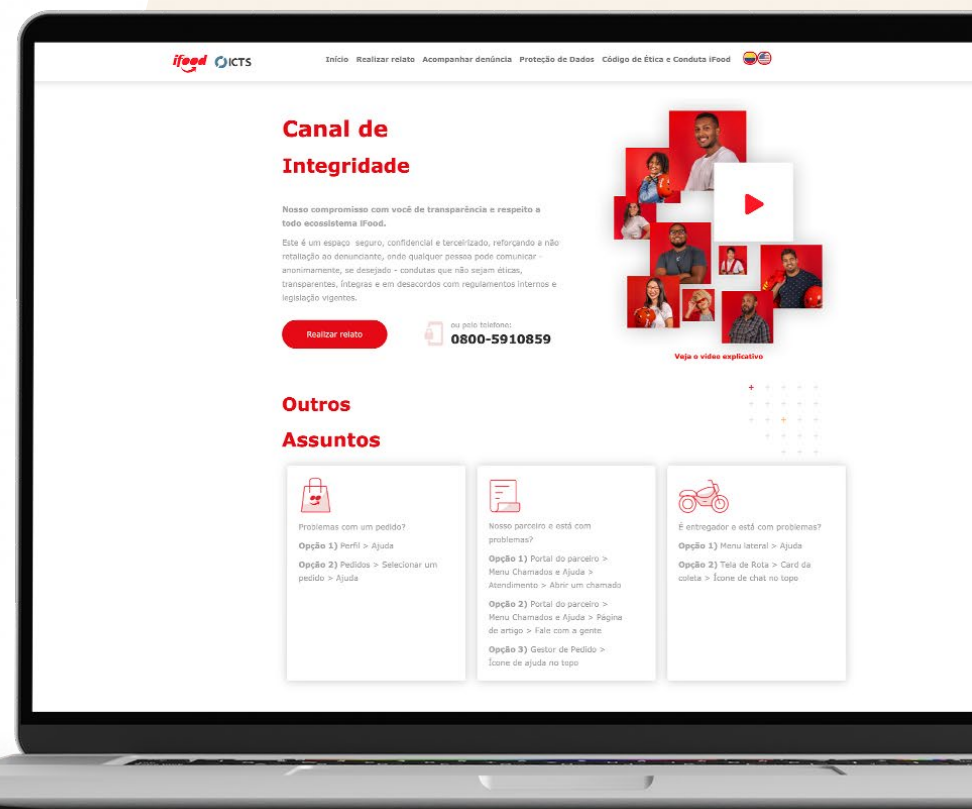
A denúncia pode ser realizada anonimamente ou identificada, com a garantia do anonimato e preservação do denunciante durante e após as investigações. O denunciante pode acompanhar o andamento da denúncia por meio de um protocolo informado no momento do registro.

O Canal de Integridade pode ser acessado das formas abaixo:

- Site institucional (públicos interno e externo)
- Portal de *Compliance* (público interno)
- *Bots* internos – GRCCBot e Buddy (público interno)
- Workplace (público interno)
- Por telefone - 0800 591 0859

O canal é sempre comunicado internamente aos colaboradores. A partir da denúncia feita, realizamos apurações e tratativas com base em evidências, utilizando metodologia específica e amparo legal. Caso a conduta em

questão viole o Código de Ética e Conduta, regulamentos internos e/ou leis vigentes, torna-se passível de aplicação de medidas disciplinares. Essas medidas são definidas de maneira colegiada pelos membros do Comitê de Ética com base nos relatórios das investigações conduzidas.



Remediar riscos

Com base nas avaliações de riscos realizadas, são levantados os planos de tratativas, que podem incluir a eliminação, redução, compartilhamento ou aceitação, respeitando a sua tolerância.

Medidas disciplinares

Após a denúncia feita no Canal de Integridade, uma empresa terceira faz as primeiras validações, análises e classificações. Na sequência dessa análise inicial, o acesso do iFood é liberado na ferramenta interna.

Ao ser disponibilizada no portal, a denúncia fica acessível para consulta e início das tratativas pela nossa área de investigação. O processo de investigação ocorre de forma independente, imparcial e qualificada com o objetivo de apurar condutas antiéticas em desconformidade com o nosso Código de Ética e Conduta. Os casos podem ser classificados como procedentes, parcialmente procedentes, improcedentes, com dados insuficientes ou fora de escopo.

Após a conclusão das apurações, os casos são apresentados e discutidos em um Comitê de Ética, formado por representantes das áreas de *Compliance*, Jurídico, Investigações, People/ RH e Diversidade & Inclusão. O comitê se reúne mensalmente para discutir as ocorrências apresentadas e definir a aplicação de medidas disciplinares, quando necessário.

Com a análise do comitê e a aplicação das medidas disciplinares realizadas, as ocorrências são encerradas na plataforma do canal. O protocolo de consulta do denunciante na ferramenta é atualizado com as informações sobre a conclusão. O denunciante pode consultar o andamento e encerramento da denúncia com o número de protocolo gerado no registro da denúncia no canal. No período de abril de 2022 a março de 2023, foram registradas 602 denúncias com as devidas tratativas realizadas.



Segurança de dados

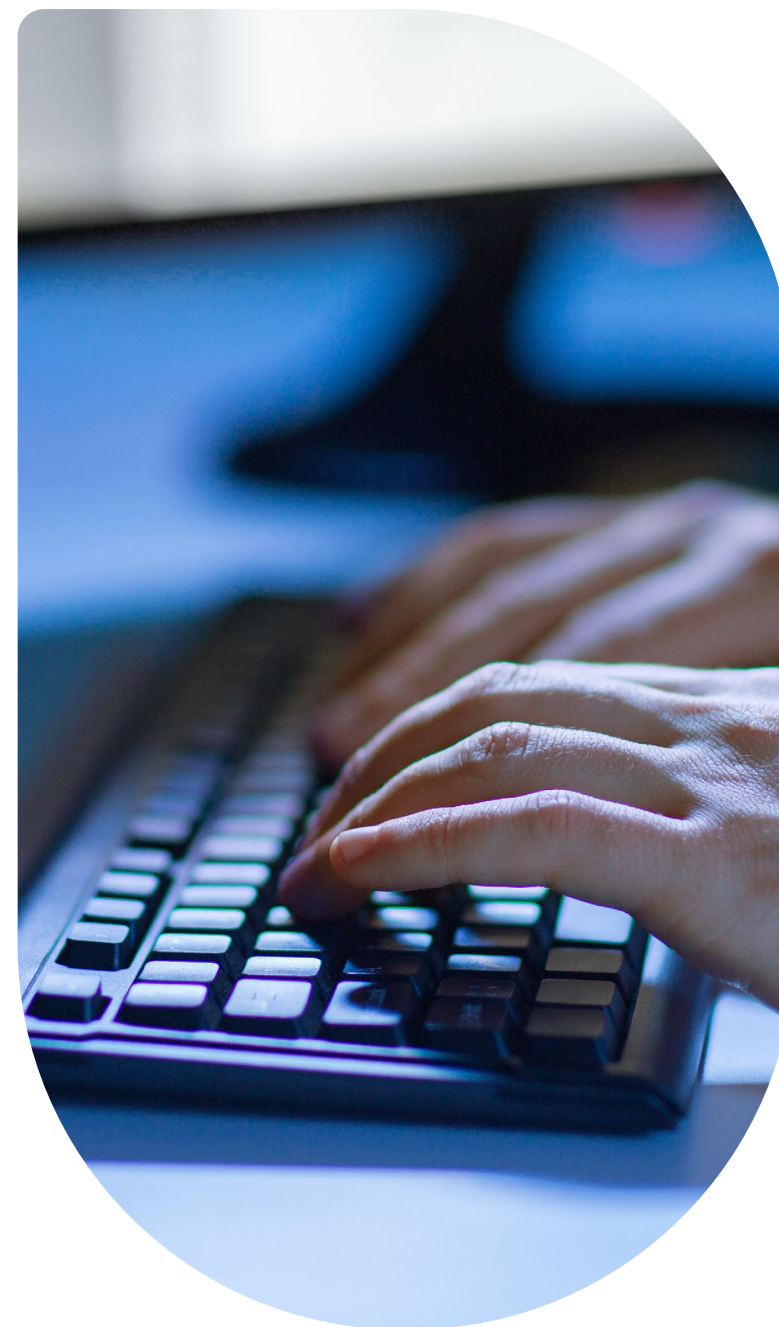
Seguimos criteriosamente os padrões estabelecidos pela legislação aplicável à proteção de dados pessoais, como a Lei Geral de Proteção de Dados (lei federal nº 13.709/2018), o Marco Civil da Internet (lei federal nº 12.965/2014) e seu Decreto regulamentador nº 8.771/2016, e as demais normas setoriais sobre proteção à privacidade e aos dados pessoais.

Todo dado coletado tem finalidade específica e a informamos ao seu titular por meio da Declaração de Privacidade, documento no qual damos transparência sobre as atividades de tratamento de dados pessoais. Também comunicamos as atualizações da declaração. Além disso, a retenção de dados é realizada durante o prazo e de acordo com os critérios definidos na política interna para esse fim.

Como parte do nosso compromisso com a segurança pública e auxílio na resolução de problemas, dispomos de uma equipe dedicada a responder a requisições das autoridades de

persecução criminal ou de vigilância sanitária. Contamos, dessa forma, com um processo contínuo de atendimento a pedidos legítimos de titulares de dados e de autoridades competentes, disponibilizado no aplicativo dos usuários e na plataforma SIRA (<https://sira.ifood.com.br/>), de acordo com os termos da legislação aplicável.

Para prevenirmos vetores de riscos, adotamos alguns processos como a instalação e gestão de antivírus nos *devices* corporativos; a aplicação de *patches* de segurança nos Sistemas Operacionais Windows, Linux e MacOS; a proteção de borda (*network*) com a gestão de *Firewall*; gestão de dispositivos móveis por meio do MDM; classificamos a informação e prevenimos a perda de dados com ferramenta de DLP. Além disso, avaliamos nossos fornecedores e fazemos análise de risco para verificar se atendem a requisitos de segurança, assim como realizamos treinamentos e ações de conscientização para nossos *FoodLovers* sobre temas relacionados à eficiência e segurança. Mensalmente, temos um comitê de risco e segurança com a liderança da área e trimestralmente um comitê direcionado para os riscos de tecnologia para toda a liderança da companhia e nossa controladora.



Engajamento de *stakeholders*

(GRI 2-28; 2-29; 413-1)

Mantemos relacionamentos transparentes e produtivos com diferentes *stakeholders*, com o objetivo de ampliar diálogo, fortalecer vínculos, apresentar e consolidar nossos posicionamentos, projetos e propostas, além de esclarecer dúvidas e identificar sugestões de melhorias nas relações com públicos direta e indiretamente afetados pelas nossas atividades ou com potencial de impacto.

De maneira ativa e responsiva, nossas atividades de relacionamento são variadas em seus objetivos e formas, em razão das particularidades, necessidades e demandas de diferentes grupos de *stakeholders*.

Para todos os casos, as premissas são semelhantes: comunicação clara e transparente, escuta ativa, integridade e ética, gestão de expectativas e cooperação/resolução de conflitos.

Os principais *stakeholders* com os quais mantemos relacionamento sistemático são as academias e institutos de pesquisa; governo; associações do setor; comunidades, lideranças políticas e influencers; ONGs; formadores de opinião/imprensa; clientes; restaurantes; fornecedores; concorrentes; acionistas e investidores; além dos nossos colaboradores.

Como forma de interagir e contribuir com nosso setor, fazemos parte de diferentes associações, coalizões e entidades que atuam em frentes relacionadas aos nossos negócios.



A **Câmara Brasileira da Economia Digital** é a principal entidade multissetorial da América Latina e a entidade brasileira de maior representatividade da Economia Digital. A associação visa, para além do fomento dos negócios digitais, o incentivo à inovação, à geração de conhecimento e ao desenvolvimento sustentável da Economia Digital.



A **Conecta - Associação Brasileira de Marketplaces e Intermediadores de Pagamentos** é uma associação sem fins lucrativos que representa empresas de tecnologia que atuam como *marketplaces*, subcredenciadores, iniciadores e intermediadores de pagamentos. Atua na interlocução oficial desse setor perante reguladores, a sociedade civil e o mercado.



O **Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social** é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público cuja missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

Zetta

A **Zetta** é uma associação sem fins lucrativos fundada por empresas de tecnologia que oferecem serviços financeiros digitais com o objetivo de garantir um ambiente econômico competitivo que resulte em maior inclusão financeira, inovação e satisfação dos clientes.



Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia

A **Amobitec** é uma entidade que reúne as empresas líderes no desenvolvimento e utilização de soluções tecnológicas inovadoras para melhorar o transporte de pessoas e de bens. A prioridade é atender a sociedade civil e empresas em suas necessidades de deslocamento urbano e rodoviário de forma eficiente, inclusiva, sustentável e mais econômica.



O **Pacto Global** é uma iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) para que empresas do mundo todo trabalhem em prol da sustentabilidade, inclusão e uma sociedade melhor. São mais de 15 mil membros, entre empresas e organizações, espalhados por 160 países.



O **Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife)** é uma associação de investidores sociais privados do Brasil, sejam institutos, fundações ou fundos familiares, corporativos independentes ou empresas.



O **Observatório Nacional de Segurança Viária** é uma instituição sem fins lucrativos dedicada a desenvolver ações que contribuam efetivamente para a redução dos índices de ocorrências no trânsito brasileiro.



A **Todos pela Educação** é uma ONG que mobiliza agentes públicos e lideranças para assegurar o direito a uma educação básica de qualidade a todos os brasileiros e a garantia de maior igualdade de oportunidades.



Com o objetivo de diminuir as desigualdades sociais no Brasil, a **Fundação 1Bi** foi criada em 2018 pensando em utilizar a tecnologia para gerar oportunidades inclusivas para jovens em situação de vulnerabilidade social.



O **CIEE** é uma organização do terceiro setor com o objetivo de apoiar jovens brasileiros no processo de preparação e inclusão no mundo corporativo. De forma gratuita para os jovens, atua com ações socioassistenciais no Brasil todo.



GERANDO FALCÕES

Ecossistema de desenvolvimento social, a **Gerando Falcões** atua em rede para acelerar o poder de impacto de líderes em favelas no Brasil. O foco são iniciativas transformadoras que sejam capazes de gerar resultados de longo prazo por meio de serviços de educação, desenvolvimento econômico e cidadania em favelas, além de executarem programas de transformação sistêmica como o Favela 3D.



A **Ação Cidadania** foi fundada em 1993, formando uma imensa rede de mobilização de alcance nacional para o combate à fome, promover cidadania e inclusão social. A rede é formada por voluntários e voluntárias que se mobilizam para arrecadar alimentos, roupas e outros itens para distribuir às pessoas em vulnerabilidade social.



A **Amigos do Bem** promove a transformação de milhares de vidas por meio de projetos contínuos de educação, geração de renda e acesso à água, moradia e saúde. Um dos maiores projetos sociais do país, a entidade atende, regularmente, mais de 150 mil pessoas no sertão de Alagoas, de Pernambuco e do Ceará.



A **CUFA (Central Única das Favelas)** é uma organização brasileira reconhecida nacional e internacionalmente nos âmbitos político, social, esportivo e cultural que existe há 20 anos.



A **Gastromotiva** é uma organização não governamental que usa a gastronomia como motor de transformação social. Desde 2006, a entidade trabalha com iniciativas de combate à fome e à insegurança alimentar, e de geração de renda a partir da educação.



Orgânico Solidário é uma plataforma sem fins lucrativos organizada sob a forma de um fundo filantrópico. Sua implementação acontece por meio de uma rede de transformadores que tem como objetivo comum levar alimentos orgânicos para famílias em situação de vulnerabilidade social.



Atuamos junto à **SOS Mata Atlântica** para a regeneração de florestas. A ONG atua na promoção de políticas para a conservação da Mata Atlântica por meio do monitoramento do bioma, produção de estudos, projetos demonstrativos, diálogo com setores públicos e privados, aprimoramento da legislação ambiental, comunicação e engajamento da sociedade.



A **Vocação** é uma organização da sociedade civil dedicada a desenvolver as habilidades das pessoas por meio do trabalho com comunidades, do investimento em projetos de educação integral, da realização de cursos profissionalizantes e da prestação de serviços para empresas.

10.

Menu ☰

9. Gerar confiança
com transparência

11. Glossário

Sobre o relatório

GRI
2-2, 2-3

Este relatório foi elaborado em conformidade com as diretrizes da *Global Reporting Initiative – GRI, versão Standards*. Ele cobre o período de 1º de abril de 2022 a 31 de março de 2023 e cumpre os princípios de contexto (equilíbrio), completude, materialidade e inclusão de *stakeholders*.

Seu conteúdo foi estabelecido com priorização dos temas apontados na Avaliação de Materialidade do iFood, com o objetivo de compartilhar informações de maior interesse dos públicos da empresa (*stakeholders*).

Dúvidas, comentários e sugestões podem ser enviados para:
imprensa@ifood.com.br



11.

Menu ☰

- 10. Sobre o relatório
- 12. Sumário de conteúdo da GRI

Glossário

Ambidestria

A cultura ambidestra é a habilidade das empresas em investir nas pessoas e recursos pioneiros e inovadores, ao mesmo tempo que faz uma gestão eficaz das operações e negócios que já estão consolidados.

Avaliação de Materialidade

Ferramenta utilizada por empresas para identificar temas prioritários (temas materiais) para a sustentabilidade do seu negócio, da sociedade e do meio ambiente. A partir de metodologia de consulta a seus principais *stakeholders* e hierarquização de resultados, a matriz resultante da pesquisa visa conciliar o impacto de cada tema material no negócio com sua relevância para *stakeholders*.

Capitalismo de Stakeholders

Sistema de pensamento que defende a ideia de que, para que as empresas alcancem o desenvolvimento sustentável, é necessário que considerem em sua estratégia os interesses de todos os seus *stakeholders*, em vez de somente a geração de lucro aos acionistas.

Criação de Valor Compartilhado (CSV – Creating Shared Value)

Trata de estratégias e ações de empresas que visam beneficiar simultaneamente o negócio e seus *stakeholders*, gerando o desenvolvimento sustentável.

Dark store

Uma *dark store* (loja escura, na tradução livre) é um pequeno centro de distribuição, utilizado para armazenar e agilizar a entrega de pedidos.

FoodLovers

Como chamamos nossos colaboradores.

Gig Economy

Atividade econômica gerada por plataformas online, incluindo plataformas que correspondam à oferta e procura de mão de obra remunerada (como a Uber), materiais ou capital; plataformas de vendas (como eBay); plataformas de alojamento (como Airbnb); plataformas de serviços financeiros; e plataformas não comerciais envolvendo voluntariado, networking, mídia social (como LinkedIn) ou qualquer outra forma de transação não remunerada (como *Couchsurfing*, para acomodação gratuita), segundo definições da Eurofund (Fundação Europeia para a Melhoria das Condições de Vida e de Trabalho).

GHG Protocol

O Programa Brasileiro *GHG Protocol* é uma iniciativa da GVces (Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas) para registro e publicação de Inventários de Emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE). O objetivo é estimular as empresas e governos a entenderem, quantificarem e gerenciarem as suas emissões de GEE.

ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável)

Há 17 objetivos e 169 metas definidos pela ONU para seus países-membros com a missão de servirem como apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade.

Squad

Equipe multidisciplinar formada para trazer autonomia, desempenho e agilidade para um projeto.

Stakeholder

Categoria de público direta ou indiretamente impactada por uma empresa (traduzido com frequência como “parte interessada”), devendo ser considerada em sua estratégia de sustentabilidade. Exemplos de *stakeholders* são colaboradores, clientes, fornecedores, investidores e acionistas, comunidades, sindicatos, associações, ONGs, governo, imprensa, entre outros.

STEM

O termo STEM é um acrônimo em inglês para as disciplinas Science, Technology, Engineering, Arts e Mathematics – Ciência, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática.

12.

Menu ☰

- 11. Glossário
- 13. Créditos

Sumário de conteúdo da GRI

Declaração de uso

O iFood relatou em conformidade com GRI *Standards* e SASB para o período de 1º de abril de 2022 a 31 de março de 2023.

GRI 1 usada	GRI 1 - Fundamentos 2021							
Divulgação geral	Conteúdo	Dados	Localização - Capítulo	Localização - Subcapítulo	ODS	Páginas	Omissão	
							Motivo	Explicação
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: A organização e suas práticas de relato	2-1: Detalhes da organização		O iFood			5		
	2-2: Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização		Sobre o Relatório			112		
	2-3: Período de relato, frequência e ponto de contato		Sobre o Relatório			112		
	2-4: Reformulações de informações					-	Não aplicável	Como este é o primeiro relatório GRI da empresa, não há informações anteriores a serem reformuladas.
	2-5: Verificação externa					-	Não aplicável	Este relatório ainda não passa por verificação externa.
Este relatório ainda não passa por verificação externa	2-6: Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios		O iFood	Nossos Negócios		5 e 13		
	2-7: Empregados		Quem somos nós		8	18		
	2-8: Trabalhadores que não são empregados		O iFood	Nossos Negócios	4, 8, 10	13		

GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: 3. Governança	2-9: Estrutura de governança e sua composição	Gerar confiança com transparência	Estrutura de governança	16	99 e 101			
	2-10: Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Gerar confiança com transparência	Estrutura de governança	16	101			
	2-11: Presidente do mais alto órgão de governança	Gerar confiança com transparência	Estrutura de governança	16	101			
	2-12: Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Gerar confiança com transparência	Estrutura de governança		101			
	2-13: Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Gerar confiança com transparência	Estrutura de governança		99 e 101			
	2-14: Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Sobre o Relatório/Créditos			128			
	2-15: Conflitos de Interesse	Gerar confiança com transparência			99			
	2-16: Comunicação de preocupações cruciais				-	Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais	
	2-17: Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança				-	Não aplicável	Informações confidenciais	
	2-18: Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança				-	Não aplicável	Informações confidenciais	
	2-19: Políticas de remuneração				-	Não aplicável	Informações confidenciais	
	2-20: Processo para determinação da remuneração				-	Não aplicável	Informações confidenciais	
2-21: Proporção da remuneração total anual				-	Não aplicável	Informações confidenciais		
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: 4. Estratégia, políticas e práticas	2-22: Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Mensagem do Presidente		10	3			
	2-23: Compromissos de política	Gerar confiança com transparência	Programa de Integridade		99 e 102			
	2-24: Incorporação de compromissos de política	Gerar confiança com transparência	Programa de Integridade		102			
	2-25: Processos para reparar impactos negativos	Gerar confiança com transparência			99			
	2-26: Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Quem somos nós	Nossa cultura			22		
		Gerar confiança com transparência				-		
	2-27: Conformidade com leis e regulamentos	Gestão de valor no ecossistema	Liberdade sindical		16	52 e 99		
		Gerar confiança com transparência				-		
2-28: Participação em associações	Gerar confiança com transparência	Engajamento de stakeholders	10	109				

GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: 5. Engajamento de stakeholders	2-29: Abordagem para engajamento de stakeholders		Gerar confiança com transparência	Engajamento de stakeholders	10	109		
	2-30: Acordos de negociação coletiva	100% dos nossos colaboradores CLT são cobertos por acordos de negociação coletiva. Estagiários possuem legislação específica.				-		
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-1: Processo de temas materiais		Educação e nosso impacto	Sustentabilidade corporativa		9		
	3-2: Lista de temas materiais		Educação e nosso impacto	Sustentabilidade corporativa		9		

Temas materiais	Conteúdo	Dados	Localização - Capítulo	Localização - Subcapítulo	ODS	Páginas	Omissão	
							Motivo	Explicação
Atração e bem-estar dos colaboradores								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3: Atração e bem-estar dos colaboradores		Quem somos nós			25		
GRI 401: Emprego 2016	401-1: Novas contratações e rotatividade de empregados		Quem somos nós		5, 10	20		
	401-2: Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial					-	Não aplicável	Não temos contrato de trabalho ativos no regime temporário ou período parcial.
	401-3: Licença maternidade/paternidade		Quem somos nós	Remuneração e Benefícios	5	33		
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-1: Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho		Quem somos nós	Saúde e segurança		31		
	403-2: Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes		Quem somos nós	Saúde e segurança	3	31		
	403-3: Serviços de saúde do trabalho		Quem somos nós	Saúde e segurança	3	31		
	403-4: Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Reuniões mensais da CIPA e manual de Segurança são canais de informações sobre saúde e segurança para os colaboradores.	Quem somos nós	Saúde e segurança	3	-		
	403-5: Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho		Quem somos nós	Saúde e segurança	3	31		
	403-6: Promoção da saúde do trabalhador		Quem somos nós	Gestão de Talentos: atração e bem-estar dos colaboradores	3	25		
	403-7: Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios		Quem somos nós	Saúde e segurança	3	31		
	403-8: Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho		Quem somos nós	Saúde e segurança	3	31		

	403-9 Acidentes de trabalho	Apenas 1 acidente caracterizado de comunicação obrigatória, mas com baixa gravidade, resultando em 5 horas de trabalho perdidas.				-		
	403-10 Doenças profissionais	Não tivemos óbitos decorrentes de doenças profissionais ou que precisasse ser comunicada.				-		
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado		Quem somos nós	Gestão de Talentos: atração e bem-estar dos colaboradores		8		
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira		Quem somos nós	Gestão de Talentos: atração e bem-estar dos colaboradores	8	25		
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira		Quem somos nós	Gestão de Talentos	8	25		
GRI 407 Liberdade Sindical e Negociação 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco					-	Não aplicável	Não há risco de liberdade sindical e negociação coletiva.
Diversidade, equidade e inclusão								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Diversidade, equidade e inclusão		Quem somos nós	Diversidade, equidade e inclusão	5, 10	35 e 41		
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados		Quem somos nós	Diversidade, equidade e inclusão	10, 16	35		
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens					-	Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (Entregadores)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Fortalecimento do ecossistema e diálogo social		Gestão de valor no ecossistema			63		
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços		Gestão de valor no ecossistema			41		
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos		O iFood		8	5		
			Educação e nosso impacto			76		

GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais					-	Informação indisponível / incompleta	Indicador não é acompanhado pela empresa, pois ainda não foi estabelecida uma definição interna para o que é local
GRI 413: Comunidades Locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		Gerar confiança com transparência	Engajamento de stakeholders		109		
	413-2 Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais					-	Não aplicável	O impacto gerado pelo tema de ecossistema e diálogo social engloba toda a sociedade e interesses públicos
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais					-	Informação indisponível / incompleta	Indicador não mensurado pela organização
	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas					-	Informação indisponível / incompleta	Organização não mapeou impactos negativos na cadeia de fornecedores
Investimento em educação								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3: Temas Materiais: Investimento em educação		Educação e nosso impacto	Educação como causa		-		
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços		Educação e nosso impacto	Investimento em infraestrutura		41 e 76		
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos		Gestão de valor no ecossistema	Condições de Trabalho e Segurança dos Entregadores	4, 8	76		
Inovação e Inteligência Artificial								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Temas Materiais: Inovação e Inteligência Artificial		iFood	Inovação e AI como diferenciais estratégicos	9	16		
Condições de Trabalho e Segurança dos Entregadores								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Condições de trabalho e segurança dos entregadores		Gestão de valor no ecossistema			45		
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		Gestão de valor no ecossistema		8	41		

Indicador próprio iFood: Condições de trabalho dos entregadores	(1) Taxa total de incidentes registráveis (TRIR) e (2) taxa de mortalidade para (a) funcionários diretos e (b) das pessoas entregadoras		Gestão de valor no ecossistema	Condições de Trabalho e Segurança dos Entregadores	8	-		
	Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para as pessoas entregadoras					-	Informação indisponível / incompleta	Informações confidenciais
	Descrição da abordagem para gerenciar no curto prazo e no longo prazo os riscos para a saúde dos motoristas		Gestão de valor no ecossistema	Condições de Trabalho e Segurança dos Entregadores				
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (Restaurantes)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Fortalecimento do ecossistema e diálogo social		iFood Restaurantes: Fortalecimento do ecossistema e diálogo social			63		
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos		Gestão de valor no ecossistema	Condições de Trabalho e Segurança dos Entregadores	4, 10	-		
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais					-	Informação indisponível / incompleta	Organização não mensura compras realizadas de fornecedores locais
GRI 413: Comunidades Locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		Gerar confiança com transparência	Engajamento de stakeholders		109		
	413-2 Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais					-	Não aplicável	O impacto gerado pelo tema de ecossistema e diálogo social engloba toda a sociedade e interesses públicos
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais					-	Informação indisponível / incompleta	Indicador não mensurado pela organização
	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas					-	Informação indisponível / incompleta	Organização não mapeou impactos negativos na cadeia de fornecedores
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (Mercados)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Fortalecimento do ecossistema e diálogo social		iFood Mercado			71		

GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços					-	Nenhum investimento realizado em iFood Mercado tem cunho de infraestrutura	
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos				17	71		
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais					-	Organização não mensura compras realizadas de fornecedores locais	
GRI 413: Comunidades Locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		Gerar confiança com transparência	Engajamento de stakeholders		109		
	413-2 Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais					-	Não aplicável	O impacto gerado pelo tema de ecossistema e diálogo social engloba toda a sociedade e interesses públicos
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais					-	Organização não mensura compras realizadas de fornecedores locais	Indicador não mensurado pela organização
	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas					-	Informação indisponível / incompleta	Organização não mapeou impactos negativos na cadeia de fornecedores
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (iFood Fintech)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Fortalecimento do ecossistema e diálogo social		iFood Fintech			73		
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços					-	Não aplicável	Nenhum investimento realizado em fintech tem cunho de infraestrutura.
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos		iFood Fintech		8	73		
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais		iFood Fintech		17	73		
GRI 413: Comunidades Locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		Gerar confiança com transparência	Engajamento de stakeholders		109		
	413-2 Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais					-	Não aplicável	O impacto gerado pelo tema de ecossistema e diálogo social engloba toda a sociedade e interesses públicos
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais					-	Informação indisponível / incompleta	Indicador não mensurado pela organização
	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas					-	Informação indisponível / incompleta	Organização não mapeou impactos negativos na cadeia de fornecedores
Segurança Alimentar								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Segurança Alimentar		Educação e nosso impacto	Segurança Alimentar		83		

GRI 416: Saúde e Segurança do Consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços					-	Não aplicável	Organização não tem operações de produção de alimentos
	416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços					-	Não aplicável	Não houve casos em não conformidade com leis que resultaram em multa ou penalidade.
Desempenho Econômico								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Temas Materiais: Desempenho Econômico					-	Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído					-	Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais
	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas		Gerar confiança com transparência	Avaliação de riscos		105		
	201-3 Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria					-	Não aplicável	Organização não tem empregados que se encaixem no tema do indicador.
	201-4 Apoio financeiro recebido do governo	Não recebemos nenhum tipo de verba ou apoio financeiro de governo, seja em âmbito federal, estadual ou municipal.					-	
Gestão de resíduos e impacto na cadeia de valor								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Temas Materiais: Gestão de resíduos e impacto na cadeia de valor		Meio Ambiente			85		
GRI 301: Materiais 2016	301-3 Produtos e suas embalagens reaproveitados		Meio Ambiente	Eliminação da poluição plástica	12	88		
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos		Meio Ambiente			-		
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos		Meio Ambiente	Eliminação da poluição plástica	12	85 e 87		
	306-3 Resíduos gerados		Meio Ambiente	Eliminação da poluição plástica	12	85 e 87		
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final					-	Não aplicável	Organização não gera nenhum tipo desses resíduos
	306-5 Resíduos destinados para disposição final		Meio Ambiente	Resíduos gerados nos escritórios e dark stores		72		
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais					-	Informação indisponível / incompleta	Indicador ainda não mensurado pela organização
	308-2 Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas					-	Informação indisponível / incompleta	Indicador ainda não mensurado pela organização

SASB: Gerenciamento de desperdício de comida & embalagem	FB-RN-150a.2: (1) Peso total da embalagem, (2) porcentagem feito de material reciclado e/ou renovável materiais, e (3) porcentagem que é recicláveis, reutilizáveis e/ou compostáveis		Meio Ambiente		12	85		
SASB: Gerenciamento de Impactos Ambientais & Sociais na cadeia de suprimentos	FB-FR-430a.4: Discussão da estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens		Meio Ambiente	Eliminação da poluição plástica	12	85		
SASB: Embalagem & Distribuição de produtos	CG-EC-410a.2: Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental da entrega do produto		Meio Ambiente	Eliminação da poluição plástica	12	85		
Emissão de gases do efeito estufa								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Gestão dos temas materiais: Emissões de gases de efeito estufa		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94		
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94 e 98		
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94 e 98		
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94 e 98		
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94 e 98		
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94 e 98		
	305-6 Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94 e 98		
	305-7 Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94 e 98		
SASB: Transportes	TR-RO-110a.2: Discussão de longo prazo e curto prazo da estratégia ou do plano para gerenciar as emissões do Escopo 3, metas de redução de emissões e uma análise de desempenho em relação a essas metas		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94		
	TR-RO-110a.3: (1) Total de combustível consumido, (2) porcentagem natural gás, (3) por cento renovável		Meio Ambiente	Emissões de gases de efeito estufa	13	94		
Governança, Gestão de Riscos & Compliance								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	GRI 3-3: Temas Materiais: Governança, Gestão de Riscos & Compliance		Gerar confiança com transparência			99		Informações confidenciais
GRI 202: Presença no Mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero					-	Restrições de Confidencialidade	Informação confidencial

GRI 205: Combate à Corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção		Gerar confiança com transparência		16	99 e 104		
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção		Gerar confiança com transparência		16	99		
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Nenhum caso ou contrato rescindido em decorrência de violações relacionadas à corrupção.				-		
GRI 206: Concorrência Desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio		iFood Restaurantes: Fortacelimento do ecossistema e diálogo social			63		
GRI 207: Tributos 2019	207-1 Abordagem tributária		Gerar confiança com transparência	Gestão fiscal e tributária		105		
	207-2 Governança, controle e gestão de risco fiscal		Gerar confiança com transparência	Gestão fiscal e tributária		105		
	207-3 Engajamento de stakeholders e gestão de suas preocupações quanto a tributos		Gerar confiança com transparência	Gestão fiscal e tributária		105		
	207-4 Relato país-a-país	Organização opera somente no Brasil.				-		
GRI 418: Privacidade do Cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Nenhuma queixa comprovada identificada no período do relato.				-		
SASB: Privacidade de dados privados & Anúncios padrões	CG-EC-220a.2: Descrição de políticas e práticas relacionadas a publicidade comportamental e privacidade do usuário		Gerar confiança com transparência			99		
SASB: Privacidade de dados privados, Anúncios padrões e Liberdade de expressão	TC-IM-220.a4: (1) Número de pedidos de aplicação da lei para informações do usuário, (2) número de usuários cujo informações foram solicitadas, (3) porcentagem resultando em divulgação		Gerar confiança com transparência	Segurança de dados		99 e 108	Restrições de confidencialidade	O número total de solicitações é informação confidencial.
SASB: Segurança de dados	CG-EC-230a.1: Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados		Gerar confiança com transparência	Segurança de dados		99 e 108		
	CG-EC-230a.2: Número de violações de dados, porcentagem envolvendo informações pessoalmente identificáveis (PII), número de usuários afetados	No período de abril/2022 a março/2023, não houve violações de dados identificadas.				-		

13.

Menu ☰

12. Sumário de conteúdo da GRI

Créditos

Agradecemos a todas as pessoas que contribuíram no processo de construção deste relatório, que contou com diferentes times estratégicos e o envolvimento da alta liderança na aprovação do conteúdo final. O trabalho de ponte entre as áreas e consolidação foi realizado por:

Luana Ozemela

VP de Impacto Social

Flavia Gomes De Rosso

Head de Gestão de Impacto

**Consultoria GRI, produção de conteúdo, edição,
projeto gráfico e design**

Beon ESG

beonesg.com

Fotos

iFood – Divulgação e banco de imagens



Relatório de Sustentabilidade 2022/23