RELATÓRIO DE IMPACTO E SUSTENTABILIDADE 2023/25

ANO FISCAL **ABRIL/2023** A **MARÇO/2025**

MENU

Mensagem da Administração 3

Nosso ecossistema e jornada de impacto 5

- Marketplace 8
- iFood Pago 9
- Nosso impacto econômico 10
- Desempenho financeiro 11
- Jornada de sustentabilidade 12
- Mapa do impacto do iFood 18

Inovação como identidade 22

- Cultura de inovação 23
- Inteligência artificial aliada à eficiência operacional e experiência de todo o ecossistema iFood 25
- Programa de Governança de Inteligência Artificial (IA) 27

Restaurantes 29

- Quem são os restaurantes no iFood 30
- Conexão e Diálogo: nossa estratégia para a Melhoria Contínua 34
- Impacto ambiental: embalagens sustentáveis 44

Entregadores e entregadoras 46

- Quem são os entregadores no iFood 47
- O Modelo *Gig Work* 48
- Regulamentação e Diálogo Social 49
- Debate Global e Good Work Alliance 50
- Direcional estratégico 53
- Saúde, Segurança e Bem-Estar 54
- Renda Digna e Transparência 62
- Educação e desenvolvimento 67
- Impacto ambiental: descarbonização e eletrificação da frota 70

Investimento social privado 74

- Parcerias para investimento em infraestrutura tecnológica 76
- Desperdício de alimentos e combate à fome 76
- Doações no App 78
- Apoio ao nosso ecossistema no Rio Grande do Sul 79

FoodLovers 80

- O impacto começa dentro de casa 81
- Equidade nos processos 83
- Desenvolvimento de talentos diversos 85
- Diversidade, Equidade e Inclusão 87
- Saúde e Segurança 92

Governança 94

- Estrutura e movimentações institucionais 96
- Programa de Integridade 97
- Combate à corrupção 99
- Avaliação de riscos 101
- Gestão fiscal e tributária 101
- Segurança de dados 103

Engajamento com *stakeholders* 104

Glossário 107

Anexos 109

Sumário GRI 117

Sobre o relatório 127

Créditos 129

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

(GRI 2-22)

A cultura é um elemento-chave do sucesso de qualquer organização para crescer, inovar e gerar valor. Com oito anos de grupo Movile e, desde 2018, como vice-presidente de finanças e estratégia do iFood, participei de momentos-chave da empresa como a expansão do iFood pelo Brasil, o início da operação logística, a diversificação da oferta no app incluindo mercados, farmácias, pet shops, assim como benefícios e fintech, posicionando a empresa como um negócio que vai além do delivery de comida. Liderei a implementação do modelo de gestão, da agenda de impacto e sustentabilidade e lutei diariamente pelo fortalecimento da cultura que temos hoje, três aspectos que nos fizeram chegar no patamar de maior plataforma de delivery da América Latina. Nesses oito anos, aprendi a importância de se ter uma cultura forte para gerar crescimento.

Foram seis anos ao lado de Fabricio Bloisi, compartilhando uma visão única de futuro e construindo o iFood que temos hoje. Sinto muito orgulho em assumir a liderança de um ecossistema de soluções de conveniência que atende a diferentes necessidades do mercado, enquanto gera renda para brasileiros e aumenta as oportunidades para pequenos comerciantes. Nos dois últimos anos fiscais (de abril de 2024 a março de 2025), registramos uma receita de aproximadamente R$ 7.5 bilhões, impulsionada pelo forte desempenho do nosso *core business* (marketplace), que nos últimos anos - além dos restaurantes e logística - vêm sendo impulsionados pelas verticais de mercado, farmácia e pet.

Nos últimos três anos, proporcionamos soluções financeiras inovadoras para restaurantes, destacando-se o oferecimento de pagamento e acesso ao crédito com excelência. Em junho de 2024, demos um passo significativo ao lançar o iFood Pago, o primeiro banco digital dedicado ao setor de alimentação. Com isso, otimizamos a gestão financeira, facilitamos o acesso ao crédito e já conectamos 180 mil clientes, a maioria pequenos e médios, cobrindo lacunas não atendidas por bancos generalistas. Já concedemos R$ 2 bilhões em crédito, impulsionando significativamente a expansão dos nossos parceiros.

Estou comprometido em dar continuidade às iniciativas de inovação, crescimento exponencial e sustentabilidade do iFood, mantendo a gestão alinhada à nossa visão e propósito atuais. Nosso foco é gerar impacto positivo no Brasil através de práticas sólidas, fortalecendo nosso ecossistema e promovendo um desenvolvimento inclusivo e duradouro.

Vejo a educação e o aprendizado contínuo como motores de mudanças, que também ampliam a perspectiva sobre inclusão e diversidade dentro do nosso ecossistema. Entre os programas nos quais continuamos apostando está o Meu Diploma do Ensino Médio, que não atende apenas os entregadores, mas agora também alcança familiares e funcionários dos nossos restaurantes parceiros. Em 2024, atingimos um marco significativo com 5.264 aprovados no Encceja, totalizando 11 mil aprovados desde o início do projeto em 2021.

Os resultados destacam nosso impacto: 45% dos participantes relatam um aumento de renda e 28% continuam seus estudos após o programa*. Além disso, o programa conta com o AprendiZAP Encceja, uma ferramenta desenvolvida pela Fundação 1Bi, que é oferecida gratuitamente, atuando como complemento escolar via WhatsApp.

Também temos nossa plataforma educacional iFood Decola, que oferece trilhas de conhecimento com mais de 50 cursos sobre competências práticas para operar no iFood e outras habilidades para o dia a dia. Para os entregadores, disponibilizamos conteúdos sobre

* Fonte: Pesquisa interna - iFood Decola 2024

segurança no trânsito e educação financeira, além de conteúdos específicos de segurança para entregadores ciclistas. Já para os restaurantes, oferecemos cursos que variam de empreendedorismo a marketing digital - temas que melhoram significativamente a performance e aumentam o potencial de geração de receita.

Esses esforços resultaram em um notável aumento de até 23% no volume de pedidos para novos restaurantes e um incremento de até 23% nos ganhos semanais dos entregadores*. Nosso propósito em Alimentar o Futuro do Mundo permanece firme, mostrando que investir em educação impacta não apenas o desempenho financeiro, mas também transforma vidas inteiras.

Em 2023, nos tornamos a primeira empresa brasileira e da *Gig Economy* a integrar a Good Work Alliance, um grupo do Centro para a Nova Economia e Sociedade do Fórum Econômico Mundial que visa estabelecer padrões saudáveis, equitativos e justos para um futuro do trabalho mais digno. Em 2024, firmamos quatro compromissos junto ao Fórum Econômico Mundial, focados em sustentar o amplo acesso às trilhas educacionais, oferecer bolsas e incentivos para a conclusão do ciclo básico escolar, e garantir proteção e apoio jurídico e psicológico aos entregadores em situações de violência. Também no âmbito da participação junto ao WEF, colaboramos com criação da "Digital Platform Alliance" em conjunto com o grupo Prosus, uma iniciativa que busca reunir plataformas digitais, governos e organizações para abordar desafios e oportunidades no trabalho em plataformas, pautando princípios de práticas trabalhistas justas e condições de trabalho sustentáveis para essa força de trabalho.

Na frente de descarbonização e inovação em alta escala, focamos na eletrificação dos modais de transporte, como bicicletas e motos elétricas, ao longo dos últimos dois anos fiscais, com cerca de 10% dos pedidos sendo entregues por esses modais limpos. Em parceria com a YvY Capital, o iFood impulsionará o uso de motos elétricas no Brasil, trazendo mais inovação, sustentabilidade e eficiência ao setor. Tornamo-nos o primeiro investidor âncora do Fundo FIP YvY Fábrica de Negócios, com um aporte inicial de US$7,5 milhões. A expectativa é que, até 2035, o Fundo produza e comercialize 600 mil motos elétricas por ano, com preços competitivos, beneficiando entregadores e outros parceiros, além de contribuir para a mobilidade urbana limpa. Com mais de 360 mil entregadores ativos e investindo na eletromobilidade desde 2020, o iFood adota esta estratégia como parte de sua competitividade e transformação socioambiental. A inovação também é aliada na introdução de alternativas ao plástico no delivery. Por meio do programa Amigos da Natureza, em 2024 evitamos o envio de mais de 816 toneladas de plástico aos consumidores, um aumento de 11% em relação ao ano fiscal anterior. Em 2023, investimos mais de R$ 2,5 milhões no desenvolvimento de embalagens alternativas, na cadeia de reciclagem e projetos de logística reversa.

A Nova Economia, o desenvolvimento de tecnologia proprietária e a cultura de inovação são a base do nosso trabalho, permitindo a criação e a implementação de ideias com autonomia. A inovação contínua garante que cada interação seja mais efetiva, ágil e única. Por isso, desenvolvemos constantemente novas funcionalidades e temos mais de 100 modelos de inteligência artificial proprietários

em operação, sendo parte disponível para o uso de nosso ecossistema. Esses modelos otimizam todo o fluxo, desde a abertura até a entrega do pedido, oferecendo soluções que facilitam o dia a dia dos nossos parceiros, proporcionam uma experiência mais fluida para os clientes, entregadores e restaurantes e elevam não apenas nossa eficiência operacional, mas também os resultados de todo o ecossistema.

Nos próximos anos, continuaremos evoluindo junto ao nosso ecossistema, impulsionando inovações disruptivas e gerando valor compartilhado. Queremos um Brasil melhor. Somos parte da solução.

Diego Barreto
Presidente do iFood

* Fonte: Pesquisa interna - iFood Decola 2024

Nosso ecossistema e jornada de impacto

SOMOS UMA EMPRESA BRASILEIRA DE TECNOLOGIA.

GRI 3-3, 2-1, 2-6, 2-8
S&P 1-1-1 Limites do Relatório de Sustentabilidade

Desde a nossa fundação em 2011, no interior de São Paulo, o iFood transformou-se de um simples guia impresso de cardápios em uma potência tecnológica que lidera o delivery online na América Latina. Em apenas um ano, migramos para o digital com nosso aplicativo e site, e em 2015, celebramos nosso primeiro milhão de pedidos. Essa trajetória de crescimento acelerado reflete nossa capacidade de inovação e adaptação às necessidades emergentes dos consumidores. Impulsionados pelo propósito de Alimentar o Futuro do Mundo, buscamos trazer benefícios significativos à economia, ao meio ambiente e à sociedade, contribuindo ativamente com o crescimento sustentável de todo o ecossistema do qual fazemos parte.

Por meio da tecnologia, conectamos mais de 400 mil estabelecimentos parceiros (restaurantes, mercados, pet shops, farmácias e varejistas) e mais de 360 mil entregadores, possibilitando que mais de 120 milhões de pedidos mensais cheguem a cerca de 55 milhões de usuários ativos. Em 2024, tivemos um crescimento de aproximadamente 13% no número de pedidos, comparado ao ano anterior, fortalecendo uma tendência contínua de crescimento e inovação, com presença em mais de 1.500 cidades do Brasil.

Com o lançamento do iFood Pago, fortalecemos nossa posição no setor financeiro. Nosso banco digital integra o ecossistema iFood voltado para o setor de alimentação e tem como foco crescer junto com os restaurantes, auxiliando os parceiros que possuem conta conosco a melhorar seu desempenho e aumentar suas vendas. Oferecemos soluções para uma gestão financeira completa, além de ampliar o acesso ao crédito, essencial para garantir o sucesso dos pequenos e médios empreendedores.

Na vertical de Benefícios, estabelecida em 2020, visamos proporcionar aos trabalhadores acesso a uma ampla rede para utilização de vale-refeição e vale-alimentação - com 4 milhões de estabelecimentos em todo o Brasil.

Com um impacto registrado de 0,55% no PIB brasileiro (FIPE 2024 - Fundação Instituto de Pesquisa Econômica), o iFood vai além de entregar refeições. Lideramos um ecossistema de inovação e impacto social, utilizando tecnologias de ponta e plataformas de dados para atender de maneira única e contínua às novas demandas dos consumidores e parceiros.

NÚMERO DE PEDIDOS POR MÊS

+ DE 120 MILHÕES
DE PEDIDOS SÃO ENTREGUES MENSALMENTE A CERCA DE 55 MILHÕES DE USUÁRIOS ATIVOS

MARKETPLACE

+ DE 360 MIL
ENTREGADORES E ENTREGADORAS

+ DE 400 MIL
ESTABELECIMENTOS
(restaurantes, mercados, farmácias, pet shops, varejistas)

+ DE 55 MILHÕES
DE CLIENTES

O marketplace do iFood emerge como uma potência estratégica de conveniência multicategoria, que desempenha um papel essencial na conexão de estabelecimentos com consumidores, seja no ambiente digital - app iFood - ou físico, iFood Salão.

O Marketplace iFood transforma a experiência dos consumidores, oferecendo acesso rápido e fácil às suas refeições favoritas, sejam pizzas, hambúrgueres, marmitas ou comida japonesa. Além disso, no Marketplace os consumidores podem realizar compras em supermercados, atacados, atacarejos, farmácias, pet shops e muito mais. Com preços atraentes e a conveniência de fazer compras sem sair de casa, atendemos a pessoas em diversas localidades que podem escolher entre uma ampla variedade de estabelecimentos e receber seus pedidos no mesmo dia.

Firme nos pilares de tecnologia e inovação, o marketplace se destaca ao oferecer serviços práticos, rápidos e seguros que atendem as necessidades de 55 milhões de clientes, ao mesmo tempo que é uma vitrine de alto alcance que impulsiona os negócios de mais de 400 mil parceiros, incluindo restaurantes, mercados, farmácias, pet shops, atacadistas, lojas de conveniência e outros varejistas. Atualmente, 40% dos pedidos são realizadas por um dos 360 mil entregadores cadastrados na nossa plataforma.

ESTABELECIMENTOS

ENTREGADORES E ENTREGADORAS

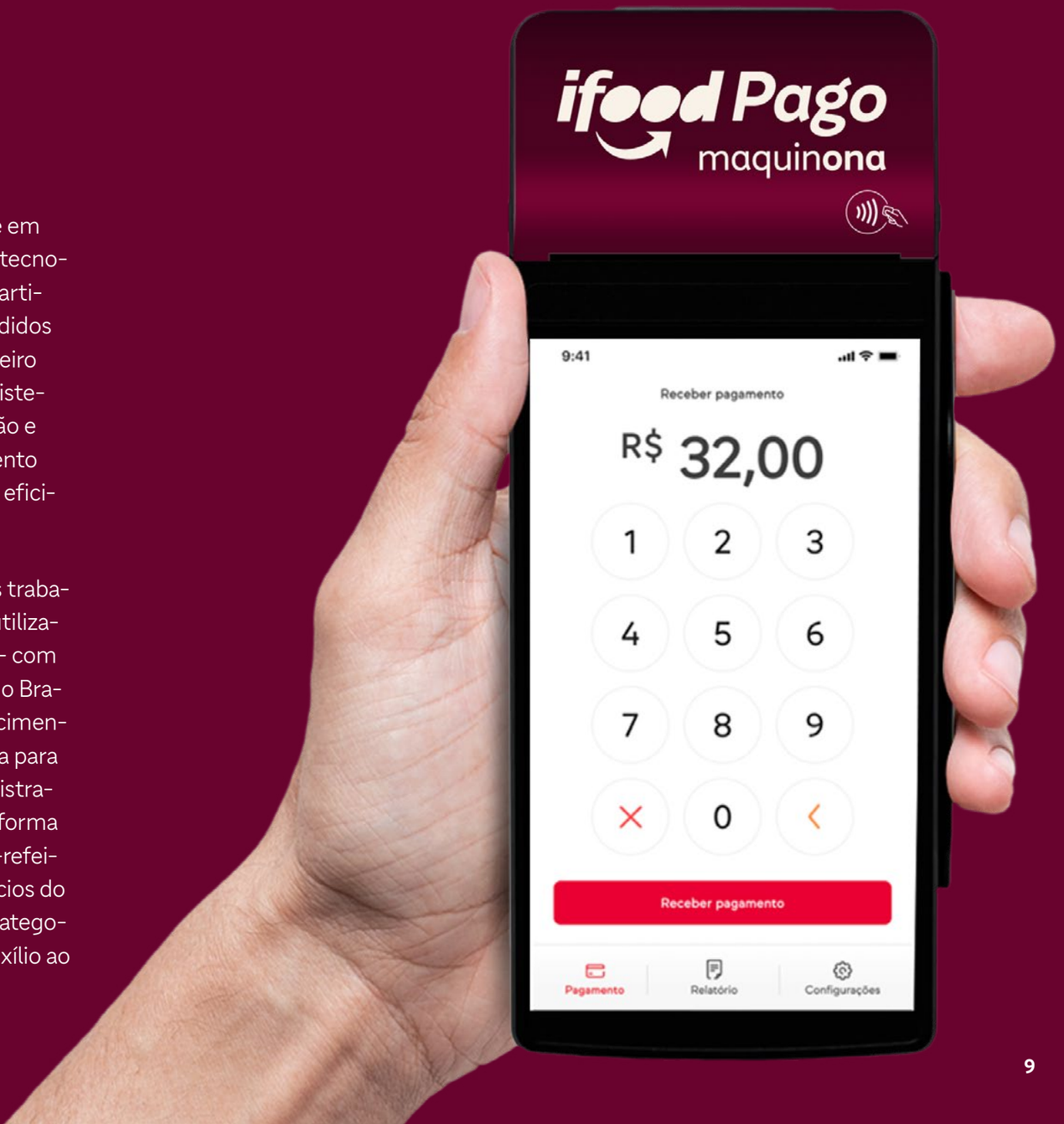
+ DE 180 MIL CONTAS DIGITAIS

GRI 3-3, 203-2, 204-1

Desde o seu lançamento, em junho de 2024, o iFood Pago se firmou como o banco digital para restaurantes, oferecendo soluções financeiras que otimizam a gestão de 180 mil parceiros em todo o Brasil. Já concedemos R$ 2 bilhões em crédito. A plataforma dispõe de uma conta digital robusta, com funcionalidades como antecipação de recebíveis, crédito facilitado – com taxas competitivas e análises baseadas no desempenho do restaurante dentro do iFood, facilitando o acesso para quem enfrenta barreiras nos modelos tradicionais – e a inovadora **Maquinona**, uma solução avançada que integra vendas, marketing e gestão de dados, oferecendo ferramentas para maximizar o faturamento e fortalecer o relacionamento com os clientes.

Com o iFood Salão, expandimos nossa atuação para além do delivery, levando tecnologia aos restaurantes físicos. O primeiro lançamento foi uma solução integrada com totens de autoatendimento, que otimizam pedidos e diminuem filas, especialmente em horários de pico. Nos testes iniciais, essa tecnologia capturou 75% do GMV dos salões participantes e a projeção é de 1 milhão de pedidos realizados pelos totens até o fim do primeiro trimestre de 2025. A integração desses sistemas potencializa estratégias de fidelização e geração de insights sobre o comportamento dos clientes, promovendo crescimento e eficiência para os parceiros.

Em benefícios, visamos proporcionar aos trabalhadores acesso a uma ampla rede para utilização de vale-refeição e vale-alimentação - com 4 milhões de estabelecimentos em todo o Brasil, inclusive os mais de 400 mil estabelecimentos no iFood - e oferecer mais autonomia para colaboradores e equipes de RH na administração dos benefícios, através de uma plataforma simples e de gestão ágil. Além dos vales-refeição e alimentação, o cartão multi benefícios do iFood permite a alocação de saldos nas categorias de mobilidade, cultura, educação, auxílio ao trabalho remoto, saúde e bem-estar.



NOSSO IMPACTO ECONÔMICO

GRI 203-2

Nosso papel de conectar pessoas e negócios por meio da tecnologia gera valor para a sociedade, ao acelerar oportunidades de renda e crescimento para pequenos e médios restaurantes e outros estabelecimentos, assim como para os parceiros que realizam as entregas. Além do impacto econômico direto, nossa atividade gera um efeito multiplicador na economia, com impacto em diversos setores, desde alimentação e comércios até desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação.

Segundo a pesquisa **Impacto Socioeconômico do iFood, FIPE 2024** (Fundação Instituto de Pesquisas Econômica), nosso ecossistema movimentou R$ 110 bilhões em valor bruto da produção em 2023, o equivalente a 0,55% do PIB, e gerou cerca de 909 mil postos de trabalho, direta e indiretamente, o que corresponde a 0,91% da população brasileira ocupada no ano.

R$110 BILHÕES
movimentados em 2023 em valor bruto da produção

>

R$59 BILHÕES
do PIB, o que corresponde a
0,55%
do PIB de 2023

Cerca de
909 MIL
postos de trabalho*
gerados - diretos e indiretos

>

0,91%
da população
ocupada em 2023

*Posto de trabalho é medido por Equivalentes-Homens-Ano (EHA): jornada de trabalho de um(a) homem/mulher adulto(a), por oito horas, durante 200 dias por ano. Ou seja, um EHA pode representar mais de um trabalhador.

Efeito multiplicador iFood na economia brasileira:

PRODUÇÃO ESTIMULADA

Para cada

R$1 MIL

gastos diretamente na plataforma, gera-se indiretamente um adicional de

R$1.390

na economia do país.

IMPOSTOS INDIRETOS ADICIONAIS

Para cada

R$1 MIL

arrecadados diretamente em impostos devido às transações na plataforma,

R$1.119

adicionais são indiretamente arrecadados.

EMPREGABILIDADE AMPLIADA

A cada

100

postos de trabalho gerados pelo iFood, outros

67

são indiretamente adicionados na economia brasileira.

O Efeito iFood na **geração de empregos em restaurantes** parceiros que empregam funcionários formais é muito representativo: em média, um restaurante que entrou no iFood gerou quase **7% A MAIS DE POSTOS DE TRABALHO** formais em comparação a um estabelecimento equivalente fora do aplicativo. O impacto é ainda maior para os **pequenos negócios**: um restaurante pequeno que ingressou na plataforma entre 2017 e 2020 gerou, em média, **10,2% MAIS POSTOS DE TRABALHO** formais do que um pequeno negócio do mesmo ramo que não entrou no aplicativo. Para restaurantes pequenos que ingressaram no iFood em 2020, o incremento foi de quase 20%.

DESEMPENHO FINANCEIRO

GRI 3-3: Tema material - Desempenho econômico
GRI 201-1
S&P 1-8-2 Relatórios fiscais

Geramos impacto positivo ao contribuir para o desenvolvimento socioeconômico brasileiro e a cadeia de valor do segmento de delivery. Manter um ecossistema eficiente e em constante progresso é nosso maior desafio e também uma oportunidade de impacto. No último ano fiscal (abril de 2024 a março de 2025), registramos uma receita de R$ 7.5 bilhões*, impulsionada pelo forte desempenho do nosso *core business* (food delivery) e pelo crescimento das verticais de mercado e benefícios. Juntas, elas respondem por 40% de todo o nosso negócio.

*Informações sobre receita e desempenho financeiro do iFood podem ser encontradas no **Relatório Anual da Prosus de 2024.**

JORNADA DE SUSTENTABILIDADE

Em 2019, antes da pandemia do Covid-19 no Brasil, e após a consolidação orgânica de nossa operação logística, iniciou-se a jornada de sustentabilidade do iFood. Éramos uma empresa com oito anos de vida e havia um que estávamos em estágio de *hyper growth* e expansão, em consequência do aporte financeiro que fez do iFood um dos dez primeiros unicórnios na história do país. Até então haviam emergido iniciativas de sustentabilidade por autonomia e empreendedorismo de alguns Food Lovers, como a criação dos Grupos de Afinidade (grupos internos focados em DE&I), o desenvolvimento da feature de Doações no aplicativo e práticas de gestão de resíduos no escritório. A jornada ESG porém ganhou outra dimensão quando passou a ser capitaneada pela liderança da empresa à época.

Iniciamos nessa agenda da forma como iniciamos novos negócios: sonhando grande, com um bom time, metas ambiciosas, inovando de maneira ágil e com foco em resultados de alta escala. A estratégia inicialmente focou em três eixos: Educação, Meio Ambiente e Inclusão - EMI, e em menos de cinco anos desenvolvemos projetos e programas em cada um deles, com alta escala de impacto socioambiental, parte deles reconhecidos mundialmente.

Em 2021, lançamos um conjunto de compromissos públicos alinhando todos na empresa sobre nossas intenções de impacto e prioridades, bem como para nos desafiar a pensar a agenda em escala e a partir de quem somos: nossa cultura, posição no ecossistema e ativos.

Celebramos o atingimento de compromissos em todos os eixos:

- **Inclusão:** 38,5% de posições de alta liderança ocupadas por mulheres, estando entre as empresas mais diversas do setor neste recorte.

- **Educação:** Superamos o objetivo ao alcançar mais de 5 milhões de estudantes do ciclo básico escolar, a partir do esforço combinado das iniciativas Aprendizap e MovTech.

- **Meio Ambiente:** De 2021 até 2024 neutralizamos 100% das entregas próprias, alcançando o objetivo antes do prazo. Renovamos nosso comprometimento em reduzir as emissões diretas e indiretas do iFood. A partir de outubro de 2024 direcionamos os investimentos em compra de créditos de carbono para o desenvolvimento da estratégia de redução das emissões por modais limpos, detalhada no capítulo “Impacto Ambiental: emissões e eletrificação da frota” Estamos em validação das metas baseadas em ciência (SBTi) de redução de emissões para nortear os avanços daqui em diante, reforçando nosso alinhamento com o Acordo de Paris.

Dos compromissos não alcançados:

- **Inclusão:** seguimos comprometidos em avançar consistentemente rumo aos percentuais de representatividade definidos inicialmente de mulheres na liderança, pessoas negras no geral e pessoas negras na liderança, enquanto sustentamos a representatividade de mulheres na alta liderança já alcançada.

- **Educação:** Alcançamos mais de 1,3 milhão de certificados de conclusão de cursos emitidos na plataforma do Decola por restaurantes e entregadores. Em 2024 optamos por reescrever e renovar o comprometimento com a Educação assumindo o compromisso com o Fórum Econômico Mundial de garantir acesso a 100% dos entregadores a trilhas de aprendizagem focadas em ampliar ganhos, proteção e segurança.
  O compromisso de Formação e Empregabilidade Tech alcançou 12.060 alunos formados, 5.127 empregados em apenas 4 anos, e em 2024 optamos por reduzir o investimento nesta frente e canalizá-lo para as iniciativas com geração de valor compartilhada com o ecossistema de restaurantes e entregadores especialmente.

- **Meio Ambiente:** Apesar dos esforços empreendidos, ainda não conseguimos eliminar completamente o uso de plástico em nossas embalagens. Em março de 2025, o material ainda estava presente em 26% das entregas, um número próximo ao registrado no início do nosso compromisso, de 27%. Nesse período, reciclamos 1,7 toneladas de plástico, representando 1.85% do material ainda utilizado. A ampla variedade de embalagens no delivery, aliada às limitações da cadeia de suprimentos, dificultou avanços mais significativos. Diante desse cenário, estamos reavaliando nossa estratégia. Mantemos nosso compromisso com a redução do uso de plástico, mas deixamos de monitorar esse indicador com base na meta inicial. O foco agora está no Programa Cidades Verdes, que adota uma abordagem sistêmica e direcionada para enfrentar o problema em cidades selecionadas. O programa mobiliza fornecedores, restaurantes, clientes e o poder público para cocriar soluções adaptadas às necessidades e realidades locais.

	Compromissos	Resultados	Prazo	Daqui para Frente
EDUCAÇÃO	**Impactar 5 milhões de estudantes na Educação Básica, fomentando tecnologia e disciplinas relacionadas à STEM nas redes públicas de educação**	Superamos o objetivo ao alcançar mais de 5 milhões de estudantes, a partir do esforço combinado das iniciativas Aprendizap e MovTech	2025	Renovamos nosso compromisso com a Educação ao firmar em 2024 compromissos junto ao Fórum Econômico Mundial de sustentar o acesso a 100% dos entregadores a bolsas e incentivos para a conclusão do Ensino Médio, bem como às trilhas educacionais para que qualquer pessoa possa aprender a ampliar seus ganhos, segurança e bem estar junto ao iFood.
	Capacitar 5 milhões de pessoas para o trabalho do futuro	Foram emitidos mais de 1,3 milhão de certificados no iFood Decola, em trilhas educacionais sob-medida voltados para entregadores e restaurantes.	2025	O compromisso com o futuro do trabalho junto ao WEF passa a contemplar também a oferta de apoio jurídico e psicológico para no mínimo 90% dos casos envolvendo discriminação com parceiros de entregas, bem como garantir que eles conheçam e saibam utilizar este serviço.
	Formar e empregar 25 mil pessoas de grupos sub-representados e baixa renda na área de tecnologia	Alcançamos 48% do compromisso de formação e 20% de empregabilidade na área de Tecnologia até março de 2025: 12.060 formados e 5.127 empregados, via iniciativas como MovTech e Potência Tech.	2025	O objetivo de ampliar a formação e empregabilidade de pessoas de grupos sub-representados na área de tecnologia segue contemplado pela ampliação desses perfil no time de Tecnologia do próprio iFood, refletido nas ambições de DE&I.
MEIO AMBIENTE	**Zerar a poluição plástica no delivery até 2025, reduzindo em 50% a presença do plástico nas entregas e reciclando o restante, tendo como base o volume gerado em 2021**	Redução de 27% para 26% de plástico nas embalagens de Delivery, e 1.686 toneladas recicladas, equivalente a 2% do restante de plástico.	2025	Revisamos a estratégia de resíduos plásticos e ajustamos nossas metas, levando em conta nosso crescimento significativo. Estamos ampliando soluções com foco em métricas mais precisas, fomentando a redução de custos de embalagens sustentáveis, incentivando sua distribuição para parceiros e investindo em cadeias de reciclagem em cidades-chave no Brasil. Permanecemos comprometidos com a redução do uso de plástico, indo além dos compromissos originalmente assumidos.
	Tornar neutra a emissão de CO_2 e atingir 50% das entregas via iFood (full service) com veículos não poluentes.	Até outubro de 2024, compensamos as emissões de CO_2 por meio da compra de créditos de carbono para todos os pedidos desse período. No entanto, reconhecemos a necessidade de amadurecer nossa estratégia e buscar alternativas adicionais. 100% das emissões neutralizadas até 2024. 10% dos pedidos full service foram entregues por modais limpos.	2025	Renovamos nosso comprometimento em reduzir as emissões do iFood, bem como em contribuir para a solução dos impactos sistêmicos. Focaremos na expansão de entregas e entregadores com modais limpos, além de aumentar nossa eficiência logística. Estamos em construção dos targets baseados em ciência (SBTi) para a redução de emissões, que irão nortear nossas ações daqui em diante.

INCLUSÃO

Compromissos	Resultados	Prazo	Daqui para Frente
50% de mulheres na liderança	Saltamos de 28% para 46% a representatividade de mulheres na liderança desde 2019. Tecnologia é a única área em que a paridade de gênero na liderança ainda não foi alcançada pelo desafio estrutural de falta de mão de obra feminina nesta carreira.	2023	Enquanto sustentamos a presença feminina na alta liderança seguimos comprometidos em avançar consistentemente rumo aos percentuais de representatividade definidos inicialmente nos demais recortes.
35% de mulheres na alta liderança	Superamos o objetivo original de 35% de representatividade feminina na alta liderança desde 2023 e mantivemos a evolução constante até 38,7% em Março de 2025.	2023	
40% de pessoas negras em geral	Saltamos de 21% para 35% de pessoas negras no iFood desde 2019 – um crescimento de 67%. Ainda abaixo do objetivo de 40%.	2023	
30% de pessoas negras na liderança	Saltamos de 14% para 23% de pessoas negras na liderança desde 2019 – um crescimento de 65%. Ainda abaixo do objetivo de 30%.	2023	

Os compromissos foram importantes na tração inicial da agenda de sustentabilidade no iFood e, com acertos e aprendizados, nos orgulhamos da trajetória até aqui e do ganho de maturidade acelerado que esta experiência nos proporcionou.

Desde 2021, temos ampliado ativamente o diálogo com todos os atores do nosso ecossistema: entregadores, proprietários de pequenas e médias empresas, poder público e sociedade civil. Nosso foco tem sido intensificar a identificação de necessidades e oportunidades de impacto para entregadores e restaurantes. Essa abordagem tem mostrado que investir em nossos parceiros não apenas gera retorno financeiro, mas também promove benefícios sociais e ambientais relevantes.

Evolução para uma Nova Estratégia de Impacto e Sustentabilidade

Com base nos aprendizados adquiridos, estamos ajustando nossa estratégia para intensificar nosso impacto socioambiental de maneira financeiramente sustentável e escalável. A Vice-Presidência de Impacto Social transformou-se em Impacto e Sustentabilidade, refletindo nossa visão abrangente e integrada do futuro. Com foco renovado nos pilares de futuro do trabalho, educação e meio ambiente, continuamos a fomentar um ambiente resiliente, equitativo e centrado no bem-estar das pessoas, enquanto ampliamos nossas ações para atender aos objetivos climáticos globais.

Nossa estratégia ESG está profundamente ligada à inovação tecnológica, buscando mitigar impactos negativos por meio da redução de emissões de CO_2 e do uso de plásticos, além de garantir condições de trabalho justas e dignas. Estamos comprometidos em fornecer educação de qualidade e apoio às PMEs (Pequenas e Médias Empresas), promovendo a inclusão digital e o crescimento sustentável do nosso ecossistema.

Compreendendo o papel crucial que desempenhamos na *Gig Economy*, nosso objetivo é definir padrões globais de excelência, promovendo um equilíbrio entre eficiência econômica e responsabilidade social. Nossa colaboração com *stakeholders* e governos será vital para alcançar uma transformação sustentável que beneficie toda a cadeia de valor.

Acreditamos que essa evolução permitirá ao iFood não apenas fortalecer suas práticas sustentáveis, mas também liderar como um exemplo inspirador no setor, oferecendo soluções inovadoras e duradouras para os desafios do futuro. Estamos comprometidos em estabelecer padrões elevados no Brasil e além, criando um legado de impacto positivo para as gerações futuras.

Compromissos para o futuro

Em 2023, nos tornamos a primeira empresa brasileira e da *Gig Economy* a integrar a Good Work Alliance — um grupo global e intersetorial vinculado ao Centro para a Nova Economia e Sociedade do Fórum Econômico Mundial — com o objetivo de estabelecer padrões saudáveis, equitativos e justos para um futuro do trabalho mais digno.
Para oficializar nosso engajamento com o tema, assumimos, em 2024, **quatro compromissos com o Fórum Econômico Mundial** quanto ao Futuro do Trabalho na *Gig Economy*. São eles:

1

Garantir que apoio jurídico e psicológico seja oferecido em 90% dos casos de discriminação envolvendo entregadores (atualmente estamos acima da meta, com 96%) e que 100% dos casos levados sejam concluídos* (atualmente em 93%) até 2026.

2

Aumentar a conscientização entre os entregadores sobre o fornecimento de suporte jurídico e psicológico do iFood para casos de discriminação e garantir que eles entendam como acessá-lo, com o objetivo de atingir 75% (atualmente 38%) até 2026.

3

Garantir que todo o pessoal de entrega tenha acesso a treinamento, cursos e oportunidades educacionais para melhorar seu desempenho e ganhos na plataforma até 2025.

4

Promover a conclusão do ensino médio para 100% da base de entregadores que se candidatarem à bolsa de estudos

Na *Good Work Alliance*, o iFood, ao lado de 40 empresas, contribui com o Fórum Econômico Mundial no desenho de um novo marco em relação ao trabalho, baseado em 6 pilares:

- **Promover justiça salarial**
- **Desenvolver tecnologia de forma responsável**
- **Oferecer flexibilidade e proteção**
- **Impulsionar a diversidade, equidade e inclusão**
- **Garantir saúde e bem-estar**
- **Promover a empregabilidade e a cultura de aprendizagem**

Além dos compromissos com as Condições de Trabalho na *Gig Economy* junto ao Fórum Econômico Mundial, estamos em etapa de validação interna de nossas Metas Baseadas em Ciência (SBTi) para nortear a redução das emissões de gases de efeito estufa do iFood e ecossistema. Após validação das metas, as mesmas se tornarão públicas.

Seguimos comprometidos em assegurar a equidade, promover a inclusão e ampliar a representatividade dentro de nossas equipes, mantendo a aspiração de alcançar os percentuais originais de representatividade nos recortes de gênero e raça. Esta agenda foi repactuada internamente com todo o iFood em fevereiro de 2025, reafirmando nossa posição de construir um time com uma demografia mais próxima à diversidade que observamos no nosso ecossistema.

*O caso é considerado concluído quando o advogado designado contata o entregador e registra o boletim de ocorrência ou inicia a ação legal. No apoio psicológico, considera-se concluído quando o entregador completa de uma a três sessões de psicoterapia, sem desistir do processo.

MAPA DO IMPACTO DO IFOOD

Temas materiais que direcionam nossa estratégia

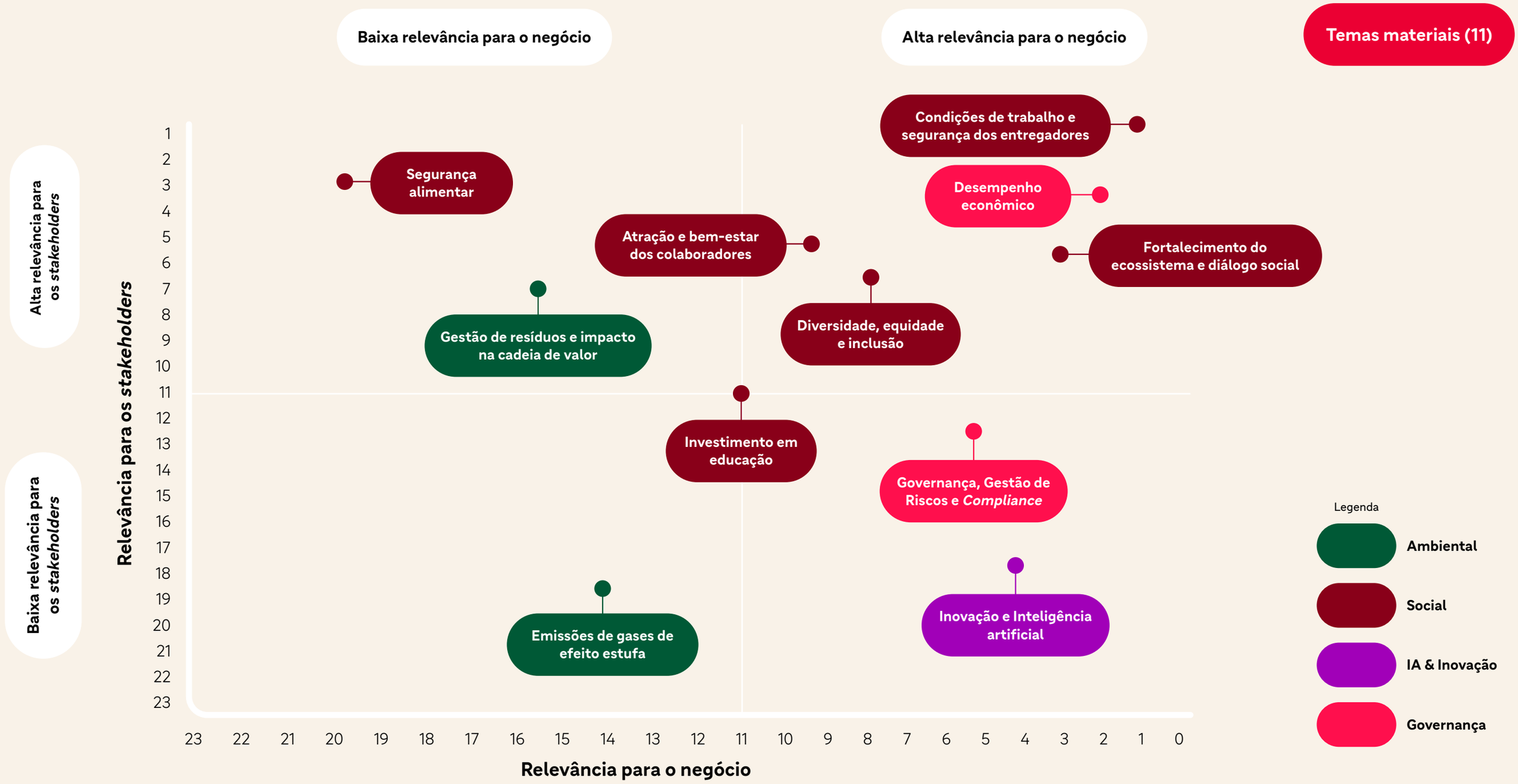
GRI 3-1, 3-2
S&P 1-3-1 Análise de Materialidade
S&P 1-3-2 Questões Materiais para Criação de Valor Empresarial
S&P 1-3-3 Métricas de Materialidade para Criação de Valor Empresarial
S&P 1-3-4 Questões Materiais para Partes Interessadas Externas
S&P 1-3-5 Métricas de Materialidade para Partes Interessadas Externas

No iFood, reconhecemos a importância de gerenciar de forma ativa os temas ambientais, sociais e de governança (ESG) mais relevantes para nosso ecossistema e de fornecer transparência sobre esses temas aos nossos *stakeholders*.

Nossa abordagem de materialidade está centrada em identificar os aspectos cruciais que exigem nossa atenção para maximizar nosso impacto positivo e mitigar eventuais riscos. Alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, definimos 11 temas materiais que orientam nossas estratégias de sustentabilidade, projetando um futuro mais inclusivo e sustentável para o ecossistema do iFood.

Ao longo do relatório, vamos contextualizar a evolução desses temas durante nossa jornada e os avanços mais importantes ocorridos entre abril de 2023 e março de 2025, sempre em alinhamento com nosso propósito de contribuir para o alcance das metas dos ODS até 2030.

Imagem gerada por IA.


Baixa relevância para o negócio
Alta relevância para o negócio
Temas materiais (11)
Alta relevância para os stakeholders
Baixa relevância para os stakeholders
Relevância para os stakeholders
Relevância para o negócio
Segurança alimentar
Condições de trabalho e segurança dos entregadores
Desempenho econômico
Atração e bem-estar dos colaboradores
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social
Gestão de resíduos e impacto na cadeia de valor
Diversidade, equidade e inclusão
Investimento em educação
Governança, Gestão de Riscos e Compliance
Emissões de gases de efeito estufa
Inovação e Inteligência artificial
Legenda
Ambiental
Social
IA & Inovação
Governança

RESTAURANTE

SOCIAL

ODS	
8 9	380 mil parceiros ativos (restaurantes)
8 9 10	75% de parceiros pequenos e médios
4 8	+ 150 mil de certificados emitidos (restaurantes)

AMBIENTAL

ODS	
12 14	816 toneladas evitadas com AdN (restaurantes)
12 14	22,5 gramas de plástico no FY25
12 13 14	R$ 1 MM investidos em soluções para embalagens sustentáveis

GOVERNANÇA

ODS	
16	Código de Ética e Conduta

LOGÍSTICA

SOCIAL

ODS	
8 10	360 mil entregadores
8 10	40h semanais o ganho médio bruto dos entregadores = R$ 4.153,60
4 8 10	11 mil pessoas formadas via MDEM

AMBIENTAL

ODS	
11 12 13	35,7 milhões de pedidos via modais limpos
11 12 13	83 mil entregadores utilizam modais limpos
8 11 13	+ 4,2 mil fazem parte do iFood Pedal

GOVERNANÇA

ODS	
5 10 16	Política de Combate à Discriminação e à Violência
16	Código de Ética e Conduta

MERCADO

SOCIAL

ODS	
8 11 12	+ 4 mil mercados
1 2 10 12	18 mil toneladas de alimentos
1 2 10 12	5 milhões de pessoas

GOVERNANÇA

ODS	
16	Código de Ética e Conduta

PAGO

SOCIAL

ODS	
	180 mil contas
	2 bilhões de crédito

GOVERNANÇA

ODS	
	Código de Ética e Conduta

INSTITUCIONAL E DEI

SOCIAL

ODS	
	14,3 mil bolsas financiadas para grupos subrepresentados
	R$ 12 milhões investidos em acesso a educação tech
	35% de pessoas negras no quadro geral
	23% pessoas negras em cargos de liderança
	47% de mulheres no quadro geral
	46% de mulheres em cargos de liderança

AMBIENTAL

ODS	
	R$ 2 milhões para apoio dos parceiros em desastres climaticos

GOVERNANÇA

ODS	
	150 modelos de AI em operação
	Política de Combate à Discriminação e à Violência
	Código de Ética e Conduta
	Gestão de risco

Inovação como identidade

Imagem gerada por IA.

CULTURA DE INOVAÇÃO

GRI 3-3 - Tema material Inovação e Inteligência artificial
S&P 4-1-1 Política de Inteligência Artificial;
S&P 4-1-2 Inteligência Artificial e Desempenho ESG

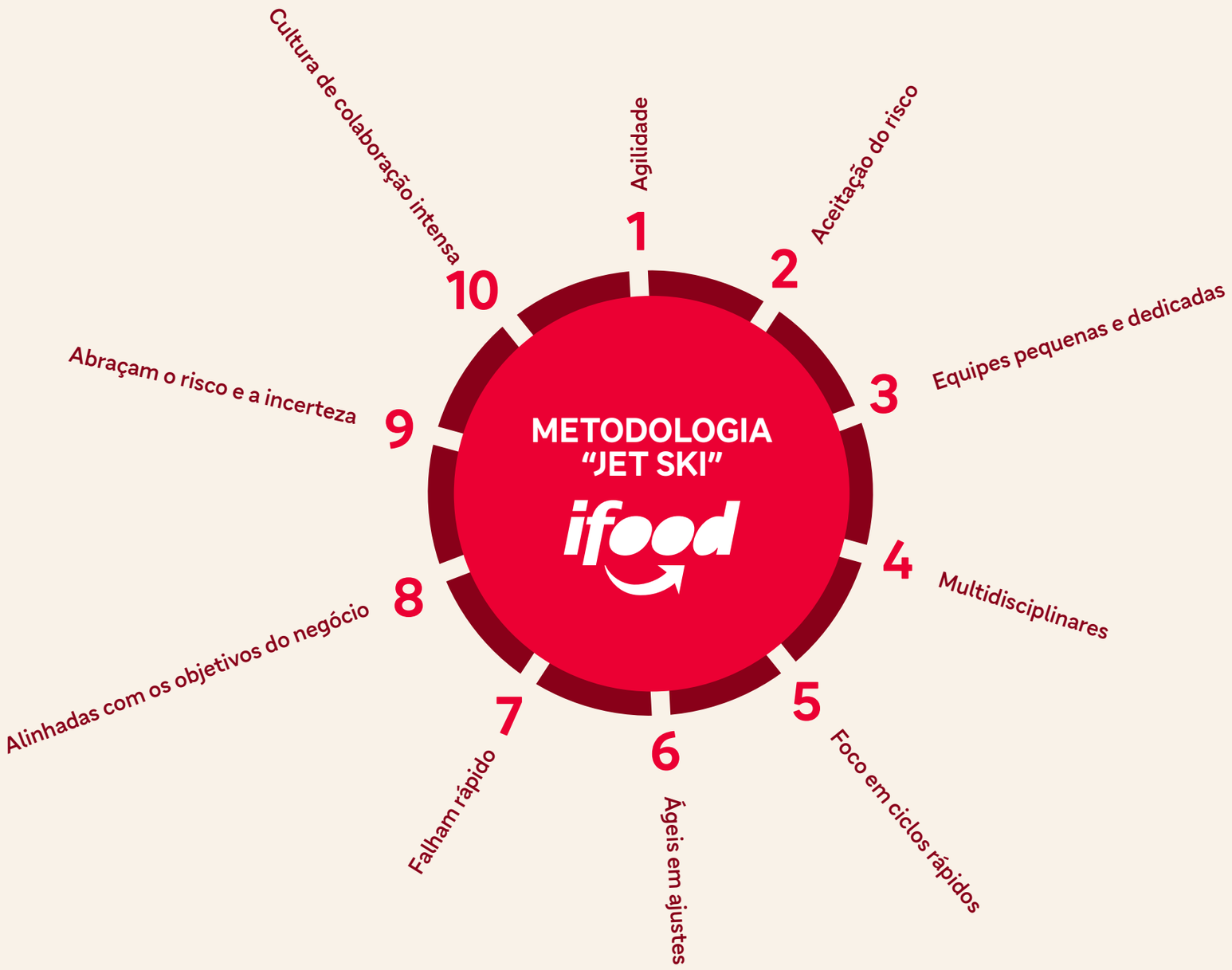
Como uma foodtech com princípios ancorados na Nova Economia, acreditamos que o desenvolvimento da tecnologia proprietária e a cultura da inovação são essenciais para revolucionar e promover crescimento e prosperidade para empreendedores, entregadores, consumidores e todo o ecossistema no qual estamos inseridos.

Nosso primeiro pilar de inovação é a cultura, pois acreditamos que a inovação deve ser descentralizada e integrada nas estratégias da empresa como um todo. O segundo é ter uma visão clara aonde se quer chegar, já que a inovação é resultado de uma série de iniciativas descentralizadas que se multiplicam quando focadas em uma mesma direção. O terceiro é a tecnologia, utilizada para resolver problemas complexos de novas maneiras e que não haviam sido pensadas antes.

Metodologia para inovação disruptiva

Nosso olhar para a inovação equilibra segurança e riscos, com projetos que não dependem de uma área central. Para inovar de forma disruptiva, engajamos toda a empresa por meio da metodologia Jet Ski, uma maneira de testar com agilidade, compilando resultados e análise de investimento.

As equipes Jet Ski são enxutas, autônomas e multidisciplinares, dedicadas a selecionar as ideias mais inovadoras que surgem no iFood e colocá-las em fase de teste. São missões que duram de 3 a 6 meses, com foco em um problema de negócio específico, para o qual o Jet Ski tem liberdade de testar caminhos sem receio de inovar e assumir riscos calculados. Alguns desses projetos têm o teste escalado e implantado, enquanto outros servirão como aprendizado do que não se adequa ao nosso negócio.



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ALIADA À EFICIÊNCIA OPERACIONAL E EXPERIÊNCIA DE TODO O ECOSSISTEMA IFOOD

Com foco na eficiência operacional e em melhorar constantemente a experiência do nosso ecossistema, investimos fortemente em inteligência artificial. No iFood, a inteligência artificial é utilizada de forma ampla e cultural por todos os colaboradores no dia a dia. Essa abordagem está conectada com a ideia de inovação descentralizada, onde toda a empresa é inovadora.

Atualmente, contamos com diversos especialistas, incluindo engenheiros, cientistas e analistas de dados que formam um time responsável por aproximadamente 100 modelos de inteligência artificial de propósito específico para os fins do aplicativo. Todos esses modelos seguem diretrizes de ética e privacidade desde sua concepção para atender aos parâmetros estabelecidos pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Além disso, trabalhamos para garantir que nossas ações para prevenção à fraude, logística e outras não promovam ações discriminatórias nem reforcem desigualdades.

Nos dedicamos exclusivamente ao desenvolvimento de modelos de inteligência artificial de propósito específico. Modelos de propósito geral, como a inteligência artificial generativa que utilizamos, são desenvolvidos por terceiros e, conforme o caso, adaptados para a realidade do iFood.

Nos últimos cinco anos, o impacto da inteligência artificial em nosso ecossistema, que utiliza essas ferramentas diariamente, nos levou a ser reconhecidos pela segunda vez consecutiva em 2024 como uma das 20 empresas vencedoras do prêmio Innovative Workplaces da MIT Technology Review Brasil.

+ DE 100 MODELOS DE IA PARA OS FINS DO APLICATIVO

Melhorias para nosso ecossistema: IA generativa como aliada para transformar a experiência do consumidor e aprimorar o atendimento e a oferta de serviços

O uso eficiente de inteligência artificial também envolve uma curva de aprendizagem importante que respeitamos e nos faz testar e aprimorar os projetos constantemente.

Por meio da inteligência artificial que oferecemos, é possível que o restaurante melhorar a descrição dos pratos apresentados aos clientes em apenas um clique. Isso amplia o acesso à tecnologia para donos e donas de restaurantes que não têm acesso a fotos profissionais ou que, por diferentes motivos, estão com descrições pouco atrativas em seu cardápio. O tráfego de pedidos em cardápios aprimorados com IA tem aumento de 5%, comparado àqueles sem aplicação da tecnologia.

A Dora como aliada nos pedidos de mercado

Contamos com um bot propositivo, a Dora. No espaço para mercados, por exemplo, os clientes podem perguntar quais ingredientes precisam para desenvolver uma receita. O robô recebe o comando de voz, entende o contexto, prepara uma lista de produtos e compara os preços nos estabelecimentos parceiros da plataforma.

O pedido por comando de voz está entre as oportunidades geradas com o uso da inteligência artificial. Nosso objetivo é simplificar a vida do usuário e até mesmo tornar o momento de compra algo divertido.

Chatbot de pedidos integrados Anota AI

Como parte da estratégia de contribuir para o crescimento do ecossistema e acelerar o desenvolvimento de novas soluções por meio de inovação e tecnologia, o iFood investiu no Anota AI, uma ferramenta que facilita a gestão e simplifica o dia a dia de milhares de parceiros.

A startup Anota AI foi fundada em 2017 e recebeu investimento do iFood em 2022. Atualmente, as empresas seguem com operações distintas, e o fundador, Jonas Casarin, continua liderando o Anota AI como CEO. Essa solução foi criada para otimizar processos de atendimento e gerenciar informações e dados de uma forma mais rápida e eficiente pelos restaurantes.

Os pequenos e médios empreendedores, que são autônomos ou trabalham entre uma e três pessoas, por exemplo, enfrentam o desafio de não apenas produzir o pedido que será entregue, mas também de gerenciar aqueles recebidos por diferentes canais: o app do iFood, Whatsapp, Instagram ou outros. O Anota AI responde e centraliza os pedidos recebidos por outros canais e é integrado ao número do próprio estabelecimento, mantendo a identidade e relacionamento direto com seus clientes. Vale ressaltar que o iFood não cobra comissão sobre os pedidos realizados via Anota AI.

A comunicação é realizada em tom humanizado para informar dados como cardápio, horário de atendimento e forma de pagamento ao consumidor, além de gerar informações estratégicas que servirão de base para criar experiências cada vez melhores para os diferentes perfis de clientes.

Imagem gerada por IA.

PROGRAMA DE GOVERNANÇA DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA)

O avanço da inteligência artificial, especialmente o crescente uso da IA generativa na vida cotidiana, torna indispensável que a ética e a privacidade acompanhem a inovação desde o princípio. Para assegurar que os modelos sejam desenhados e aplicados de forma ética, ágil e segura, contamos com um programa de governança voltado para inteligência artificial, que se baseia nos pilares: cultura, orientação e gestão.

CULTURA:
O investimento nesse pilar ocorre por meio de capacitação e alinhamento interno sobre o uso adequado da tecnologia. Fomentar uma cultura de utilização responsável da inteligência artificial gera conhecimento sobre o impacto que o modelo pode causar na sociedade (positivos ou negativos) e potenciais vieses e riscos.

ORIENTAÇÃO: Realizamos treinamentos de modelos e algoritmos com base em fundamentos éticos que dialogam com princípios legais de privacidade, como transparência, explicabilidade, não discriminação, segurança, robustez, responsabilidade e prestação de contas. Por meio dessa abordagem é possível fornecer à IA os elementos que nos permitem a tomada de decisões futuras mais justas.

GESTÃO: Adotamos medidas eficazes que corroboram para o uso diligente da IA, no registro de suas atividades, na formalização das recomendações legais e no acompanhamento de seu desenvolvimento e aplicação. Nessa frente, a área Privacy & AI Governance realiza uma série de avaliações dos modelos de inteligência artificial utilizados pelo iFood, além de implantar novas políticas sobre o uso de IA.

Nossa receita é inovar com responsabilidade. Os ingredientes indispensáveis do nosso uso de IA são:

Transparência: buscamos resultados esperados, explicáveis e acessíveis, promovendo confiança e clareza sobre a funcionalidade de nossas soluções.

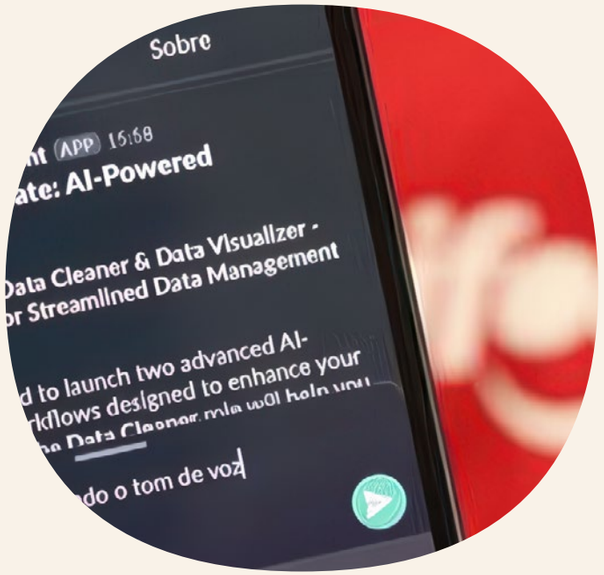
Responsabilidade: empenhamos em construir modelos de IA precisos e íntegros, mapeando o ciclo de vida de nossas tecnologias de ponta a ponta, com controles e supervisão humana contínua.

Privacidade e Segurança: desenvolvemos soluções com IA e medidas de segurança robustas, buscando proporcionar uma experiência segura com dados pessoais protegidos.

Inovação: assumimos o compromisso de criar soluções inovadoras com excelência técnica, com o objetivo de aprimorar a experiência de todos os envolvidos em nosso ecossistema.

Visando aumentar a produtividade e o desenvolvimento dos times neste tema, transformamos a forma como as pessoas trabalham no iFood ao utilizarmos o Toqan, uma inteligência artificial generativa integrada ao Slack – nossa ferramenta de comunicação interna – que funciona como um assistente pessoal interno para os FoodLovers. Desenvolvida pela Prosus e aprimorada para a realidade iFood, seu objetivo é melhorar e otimizar os processos no dia a dia. No último ano, algumas ferramentas evoluíram:

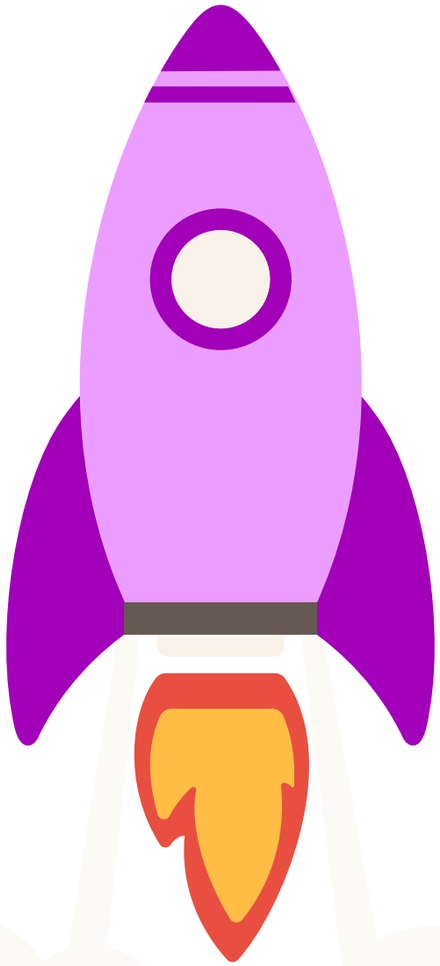
- Conexão com serviços de armazenamento em nuvem;
- Comunicação por meio de qualquer canal do Slack ou interação direta com ele;
- Aplicação de OCR (Reconhecimento Óptico de Caracteres);
- Capacidade de geração de imagens e realização de busca na web em tempo real.



Além disso, o Toqan ainda está conectado com o Chat GPT4 e aos os melhores modelos abertos e fechados de LLM (Large Language Model) e inteligência artificial do mundo, o que aumenta ainda mais a nossa produtividade.

Inovação aberta e parceria com startups

Em dezembro de 2023, fomos reconhecidos como uma das empresas que mais se destacam em inovação aberta ao lado de startups, conquistando o quarto lugar no Ranking Melhores Corporações para Startups, promovido pela AB Startups (Associação Brasileira de Startups) e pela The Bakery. Acreditamos que a parceria com startups é crucial para a inovação e o desenvolvimento de novas soluções.



PERIODICAMENTE, PROMOVEMOS CAPACITAÇÃO E TREINAMENTOS PARA TODOS OS NOSSOS FUNCIONÁRIOS, SOBRE USO RESPONSÁVEL DE IAE APLICAÇÃO NO DIA A DÍA.

Restaurantes

COMPROMISSO COM A MELHORIA CONTÍNUA E COM A PROSPERIDADE DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS

GRI 3-3 – Tema Material: Fortalecimento do ecossistema e diálogo social
GRI 201-2, 203-1, 404-1, 404-2, 405-1

QUEM SÃO OS RESTAURANTES NO IFOOD

O segmento de bares e restaurantes emprega mais de 6 milhões de brasileiros, com uma média de duração do negócio de 3,4 anos, segundo dados de 2023 da Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes).

Em nosso ecossistema, contamos com mais de **380 mil restaurantes parceiros,** em sua maioria pequenos e médios negócios.

+ DE 380 MIL RESTAURANTES PARCEIROS

+ 75% PEQUENOS E MÉDIOS NEGÓCIOS

PERFIL DOS PARCEIROS

O perfil do parceiro iFood é **equilibrado entre os gêneros** feminino e masculino, com **maior predominância de parceiros da geração Y.** No caso dos restaurantes Super, a maior predominância é de parceiros da geração X.

69% têm filhos, sendo desses 22% pai ou mãe solo – **3x mais mulheres** que homens nessa situação.

A maioria tem **até 3 filhos,** commaior percentual entre 1 ou 2 filhos.

PAPEL DEMOGRÁFICO DO PARCEIRO IFOOD

Homem Cis	49%
Mulher Cis	47%
Não responderam	1%
Homem Trans	0,3%
Não binário	0,2%
Outro	2,3%

GERAÇÃO

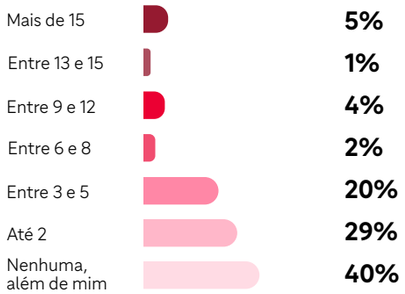
Baby boomer (acima de 65 anos)	1%
Geração X (45-64 anos)	27%
Geração X 30-44 anos)	48%
Geração Z (18-29 anos)	24%

Fonte: Perfil do Dono de Restaurante iFood, Jul 2024, n: 385.

FUNCIONÁRIOS

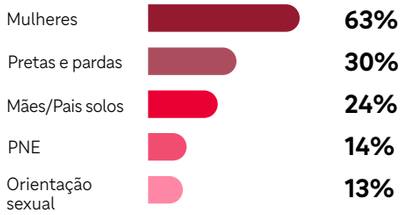
A estrutura de funcionários é geralmente enxuta. Em 40% dos restaurantes, o único funcionário é o próprio dono. Nos locais que possuem funcionários, as contratações consideram fortemente questões de gênero e etnia. Donas de restaurantes, em particular, tendem a promover a inclusão de pessoas com diferentes etnias, portadoras de deficiência e diversidade de orientação sexual.

NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS



O QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO AO CONTRATAR UM FUNCIONÁRIO

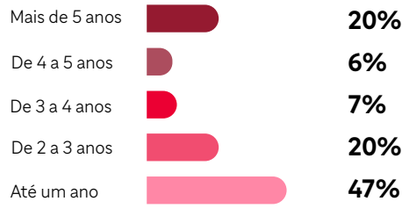
41% levam questões sociais em consideração na hora da contratação, sendo as principais:



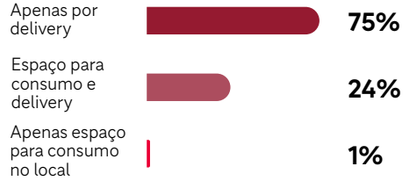
NOVOS EMPREENDEDORES

Hoje o iFood é uma porta de entrada para o empreendedorismo no Brasil. Em geral, os restaurantes são recentes, 50% funcionando há menos de um ano. Todos os anos entram novos parceiros e o iFood precisa continuar se movendo com os sonhos dos novos empreendedores no Brasil, oferecendo mais recursos e tecnologia.

TEMPO DE RESTAURANTE



OPERAÇÃO DO RESTAURANTE



OPERAÇÃO DO RESTAURANTE

Dados da pesquisa interna Perfil de Donos de Restaurante iFood 2024.

O IFOOD ACELERA AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS

Nossa missão é ser a plataforma de delivery com o melhor pacote de serviços para atender às necessidades dos restaurantes no Brasil. Dada a diversidade demográfica e as diferentes realidades de negócio, consequentemente, as variadas necessidades, uma parte fundamental para exercer essa missão é ouvir os donos e donas dos restaurantes. Isso nos permite compreender em profundidade suas necessidades e, assim, manter a agenda de Melhoria Contínua efetiva e cocriando as melhorias na plataforma junto aos parceiros.

Além de impactar o setor de restaurantes, nosso relacionamento com esses estabelecimentos também auxilia na geração de empregos. Segundo dados da pesquisa Impacto Socioeconômico do iFood, FIPE 2024, os restaurantes que ingressaram no iFood entre 2017 e 2020 registraram crescimento significativo na geração de postos de trabalho, em comparação com estabelecimentos semelhantes que optaram por não utilizar a plataforma.

TODOS OS RESTAURANTES

O ingresso no iFood gerou um aumento adicional de, em média,

6,9%

no número de empregados por estabelecimento quando comparados com restaurantes similares que nunca ingressaram na plataforma

RESTAURANTES PEQUENOS

Aumento adicional médio no número de empregados por estabelecimento de

10,2%

RESTAURANTES MÉDIOS

Aumento adicional médio no número de empregados por estabelecimento de

6,7%

RESTAURANTES GRANDES

Aumento adicional médio no número de empregados por estabelecimento de

5,1%

quando comparados com outros restaurantes do mesmo porte que não entraram na plataforma

CONEXÃO E DIÁLOGO: NOSSA ESTRATÉGIA PARA A MELHORIA CONTÍNUA

Com o objetivo de aprimorar cada vez mais a experiência dos parceiros, o iFood realiza melhorias constantes em diversas funcionalidades e produtos, impactando positivamente o dia a dia das lojas. Isso é possível graças ao Compromisso de Melhoria Contínua, lançado em carta aberta aos restaurantes em 2022, que firmou o compromisso de aprimorar a operação e gestão dos restaurantes parceiros por meio de aproximação e diálogo, priorização conjunta das melhorias e prestação de contas dessas evoluções.

Nossa estratégia para manter essa agenda ativa está dividida em dois pilares complementares:

1) Fazer o básico bem feito

Oferecer ótimos serviços e funcionalidades por meio de uma Agenda de Melhoria Contínua. Até março de 2025, contávamos com 16 frentes de atuação dentro do iFood, que trabalham para endereçar as principais dores dos restaurantes. Entre elas estão:

- Cancelamento;
- Experiência financeira;
- Atendimento;
- Promoções;
- Catálogo.

A cada ciclo estratégico, priorizamos temas de acordo com pesquisas e feedbacks coletados diretamente dos restaurantes. Inúmeras melhorias já foram implementadas após a escuta dos parceiros nas iniciativas de Conexão e Diálogo.

2) Aproximação

Para proporcionar um excelente serviço, é essencial ouvir e ser transparente sobre nossas ações para melhorar a experiência. Nesse sentido, atualmente colaboramos com três grupos principais que desempenham um papel ativo em nossa Agenda de Melhoria Contínua: o Fórum de Restaurantes, o Conexão iFood e a Associação de Sindicatos. Esses grupos representam os diversos restaurantes no iFood, já que contamos com uma base ativa de mais de 380 mil restaurantes parceiros, tornando essencial a comunicação com multiplicadores de informação.

Fórum de Restaurantes ifood

Fórum de Restaurantes: grupo formado por 20 donos de restaurantes de todos os tamanhos, culinárias e regiões do Brasil. O programa dura 12 meses e é constituído por uma média de três encontros mensais de discussão, colaboração e testes para melhorias das nossas soluções.

Conexão iFood: programa de relacionamento com 25 dos principais produtores de conteúdo e influenciadores do mercado de *Food Service,* com potencial de alcançar mais de 1,4 milhão de restaurantes. São canais confiáveis que geram informação de qualidade de forma recorrente, e também funcionam como um mecanismo para garantir transparência sobre nossas ações para os restaurantes.

Associação e sindicatos: realizamos encontros com associações e sindicatos regionais para compreender os desafios enfrentados pelo setor de alimentação. Esses diálogos possibilitam a proposta de soluções conjuntas e a discussão de temas relevantes, fortalecendo nossa colaboração com o setor.

2021

- Criação de novos canais de comunicação com o restaurante, como Instagram e Youtube;
- Criação do Conexão iFood e início do relacionamento com produtores de conteúdos digitais;
- Primeiro evento online exclusivo para restaurantes.

2022

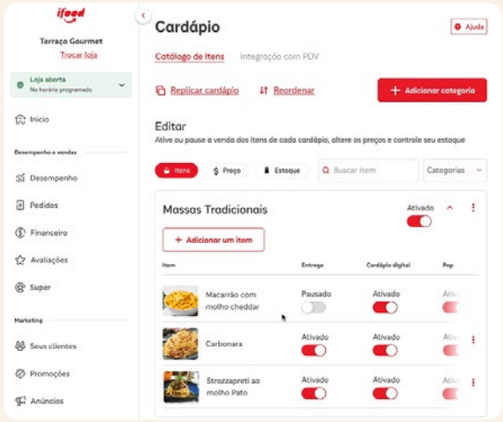
- Criação da Agenda de Melhoria Contínua;
- Primeira turma do Fórum de Restaurantes;
- Reformulação da tela de conciliação financeira, tornando-a mais amigável;
- Critérios mais claros para se tornar um Super Restaurante;
- Implementação de quatro ferramentas novas no processo de cancelamento de pedidos 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.

2023

- **Implementação** da nova política de cancelamentos para restaurantes com quatro momentos em que os pedidos podem ser cancelados – antes da confirmação do pedido, durante o preparo do alimento, durante e após a entrega;
- **Proposta de reembolso:** funcionalidade simples e intuitiva que permite que o estabelecimento negocie com o cliente quando ocorre algum problema como, por exemplo, falhas parciais em um pedido.
- **Rota Devolução:** garante a volta dos pedidos para os estabelecimentos em casos específicos de cancelamento (cliente não localizado; endereço de entrega não localizado e entrega em caso de risco).
- **Atendimento:** automatização do processo que identifica avaliações suspeitas ou com falha logística;
- **Painel financeiro:** melhoria para a organização e controle financeiro dos parceiros.

2024 e 2025

- Melhorias com a implementação de atendimento via chat e ajuste nos tempos de entrega e preparo, visando aprimorar a precisão e a eficiência operacional;
- Nova experiência para criação de cardápios no iFood;
- Uso de Inteligência Artificial nos cardápios. Mais de 60% dos parceiros possuem a funcionalidade de descrição nos cardápios usando IA e demonstram interesse em conhecê-la. A maioria (81%) aceita as sugestões da ferramenta;
- Nova tela que apresenta dados da operação em tempo real.
- Lançamos ferramentas para diminuir o tempo de espera do entregador nos restaurantes, especialmente para parceiros com entrega própria
- Foi implementada a negociação do atraso com o cliente, permitindo ajustes no tempo de entrega para pedidos atrasados.
- Melhorias no processo de avaliação dos clientes.



Nádia Souza,
Sr. Grão Doceria e Cafeteria,
Rio das Ostras (RJ).

"O Fórum de Restaurantes foi um divisor de águas na minha realidade: consegui compreender mais as ferramentas ofertadas, consegui contribuir com a construção de várias funcionalidades do APP e do portal – além de claro, ver uma contribuição minha sendo utilizada por milhares de restaurantes no Brasil todo, é super gratificante!"

Satisfação do nosso parceiro

Como forma de avaliar a experiência dos restaurantes na plataforma, mensalmente, fazemos uma pesquisa amostral formada por três principais indicadores:

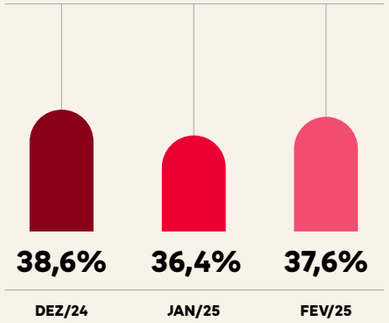
- Satisfação geral com a parceria do iFood;
- Confiança no iFood para resolução de dores e problemas;
- Grau de conhecimento da nossa Agenda de Melhoria Contínua.

Atualmente, o indicador está estável, e estamos trabalhando fortemente em melhorias para aumentar nossa percepção de parceria de valor.

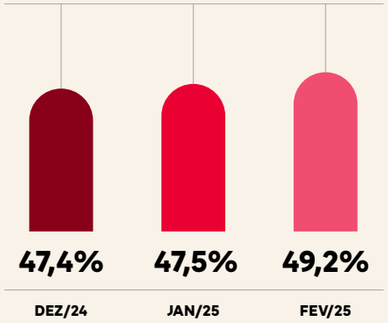
INDICADORES META - FUNIL

Após período de queda dos KPIs de melhoria contínua, em fevereiro há maior estabilidade dos resultados, porém em baixos patamares.

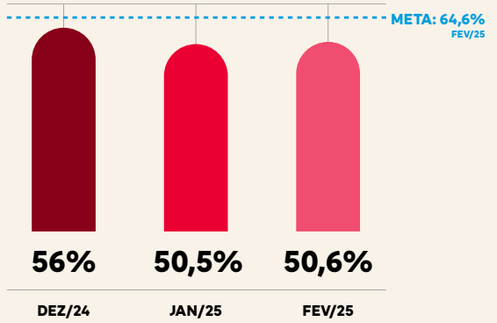
SATISFAÇÃO LT



CONFIANÇA LT



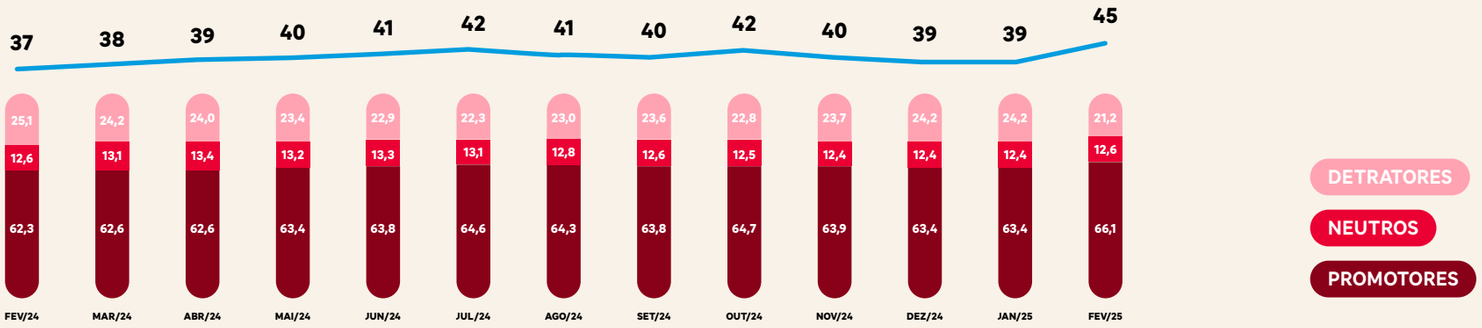
CONCORDÂNCIA MC LT



NPS

NPS se mantém em estabilidade, no patamar de 41 pontos, assim como indicadores de Melhoria Contínua.

NPS TOTAL



Fonte: Tracking melhoria contínua - março de 25. Time de Inteligência e Gestão. Pesquisa quantitativa (campo realizado de 1 a 25/02).

NPS: Net Promoter Score | MC: Melhoria continua | LT: Long tail

ifood MOVE

O iFood deu um passo significativo para fortalecer ainda mais a conexão com seus parceiros restaurantes. Com o objetivo de fornecer aos empreendedores recursos essenciais para se destacarem e dominarem o mercado, realizamos o iFood Move, o maior encontro de restaurantes da América Latina. Em sua primeira edição, o evento ocorreu em setembro de 2024 no São Paulo Expo e recebeu cerca de 10 mil participantes ao longo de dois dias. Em 2025 será ainda maior com mais participantes e novidades nos dias 05 e 06 de agosto no São Paulo Expo.

O iFood Move destacou-se por uma programação rica, que abordou temas como inovação, tendências, novos produtos e estratégias de sucesso, marketing, inteligência artificial e aumento de lucro por meio das vendas online. Um dos grandes destaques foi o lançamento de ferramentas inovadoras como iFood Pago, o totem do iFood e a Maquinona, desenvolvidas para melhorar as operações dos restaurantes parceiros e expandir suas oportunidades de crescimento além do delivery.

Outra atração do evento foi o primeiro Prêmio iFood de Super Restaurantes, que reconheceu restaurantes parceiros pelo excelente desempenho em áreas como qualidade de atendimento, inovação e impacto positivo na comunidade. Foram 65 restaurantes premiados após verificação acurada dos melhores no ranking do programa Super Restaurantes em 12 meses.

A pesquisa FIPE 2024 apresentada durante o evento reforçou o impacto do iFood no mercado de alimentação e na economia, destacando a geração de empregos e renda para restaurantes e entregadores, além de mudanças e tendências no setor de alimentação e delivery.

Com mais de 60 palestras, painéis e workshops, o iFood Move proporcionou uma plataforma de networking e aprendizado, aproximando ainda mais a empresa dos seus parceiros. Os desdobramentos do evento trouxeram insights valiosos e soluções práticas para o setor gastronômico.

SOLUÇÕES PARA O NEGÓCIO E INCLUSÃO FINANCEIRA

Nossa plataforma conecta restaurantes parceiros e mais de 55 milhões de clientes, promovendo a expansão da área de entrega e ampliando as possibilidades de venda. Oferecemos ferramentas de marketing para aumentar a visibilidade, além de vantagens como a eficiência na entrega de pedidos provenientes de diferentes canais – pelo iFood, Whatsapp, redes sociais e telefone. Também disponibilizamos consultoria gratuita com especialistas em performance para ajudar a crescer o negócio em 30 dias, além de serviços bancários por meio do iFood Pago que incluem o recebimento semanal dos repasses e crédito com taxas facilitadas.

Para tornar-se um parceiro, seja loja ou restaurante, é muito simples: basta fazer o cadastro, escolher um de nossos planos que atenda às necessidades do estabelecimento, assinar o contrato de parceria e começar a usar o aplicativo. A gestão do negócio pode ser feita de qualquer lugar, pelo celular, não sendo necessário um ponto de venda físico nem um computador.

Encontrar o equilíbrio entre o investimento no negócio e a segurança financeira é um dos grandes desafios dos empreendedores brasileiros. Para apoiar nossos parceiros, utilizamos tecnologia, ciência de dados e serviços financeiros, como acesso a crédito, para contribuir com a prosperidade do negócio e promover a inclusão financeira.

ifood Pago

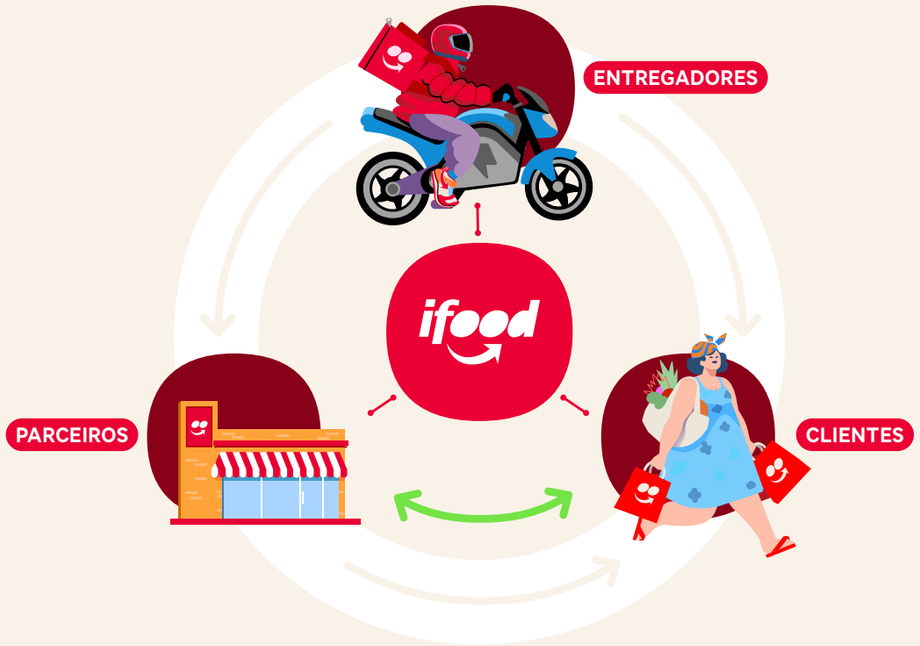
Desde 2022, o iFood vem desenvolvendo soluções financeiras voltadas para seus parceiros, oferecendo serviços de crédito e pagamento adaptados às necessidades dos restaurantes. Esse movimento culminou no lançamento oficial do iFood Pago, em junho de 2024, consolidando-se como a primeira instituição destinada a serviços financeiros pensando especificamente no setor de alimentação.

O iFood Pago se posiciona como uma solução que otimiza a gestão financeira dos estabelecimentos, facilita os repasses e proporciona acesso ao crédito de forma personalizada. Com uma estratégia clara, o serviço já apresenta números expressivos: 180 mil clientes conectados, representando uma parte significativa dos estabelecimentos cadastrados na plataforma. Até o momento, foram concedidos R$ 2 bilhões em crédito, com a meta ambiciosa de ampliar esse montante para R$ 3,5 bilhões até 2026.

O lançamento do iFood Pago reflete nosso compromisso em oferecer aos nossos parceiros um ecossistema financeiro mais eficiente, capaz de acompanhar o crescimento e as demandas do mercado de alimentação. Dessa forma, o iFood se posiciona não apenas como uma plataforma de delivery, mas como um parceiro estratégico que oferece soluções inovadoras para impulsionar o sucesso dos restaurantes em todo o Brasil.

Logística

Para realizar a entrega do pedido ao cliente, o restaurante pode optar por ter sua própria frota de entregadores ou realizar a entrega por meio de entregadores autônomos que se disponibilizam por meio de plataformas - dentre elas, o iFood. Em 60% dos pedidos realizados no iFood, o estabelecimento é responsável pela entrega – essa modalidade é conhecida como Plano Básico. Nos outros 40% dos pedidos, o restaurante opta por contratar a logística feita pelos entregadores conectados à plataforma do iFood, ficando os estabelecimentos responsáveis apenas pelo preparo dos pedidos – essa modalidade é chamada de Plano Entrega.



ifood Shop

LOJA ONLINE COM DIFERENTES UTILIDADES PARA OS RESTAURANTES, DE INGREDIENTES A EMBALAGENS

É o delivery de atacados do iFood com diversas opções de suprimentos e itens de estoque para os restaurantes, desde ingredientes até embalagens
O iFood Shop é um ambiente de compras online que permite aos restaurantes adquirirem insumos a preço de atacado com a facilidade do delivery. É também o canal em que os restaurantes parceiros podem adquirir embalagens sustentáveis ou personalizadas.

anota AI

AI FOR GOOD

A Anota AI é uma solução inovadora que torna acessível o uso da inteligência artificial para captação de pedidos em canais próprios. Auxiliando pequenos e médios negócios a reduzir gargalos operacionais e otimizando processos essenciais, como o tempo de atendimento, envio de cardápios e gerenciamento de pedidos.

Lançada em 2017, a startup gaúcha **recebeu investimento do iFood em 2022** e tem como propósito democratizar o acesso a tecnologias avançadas para os serviços de delivery de comida em todo o Brasil. Por meio de funcionalidades como atendimento automatizado via bot no whatsapp e envio de cardápios digitais otimizados já com pagamento online, a ferramenta contribui para que empreendedores melhorem sua eficiência operacional.

Super Restaurantes

O programa reconhece os restaurantes que oferecem a melhor experiência aos seus clientes na plataforma e os destaca na plataforma por meio do selo de verificação - uma estrela - e outros espaços de destaque. Os "Super" são restaurantes que têm baixo cancelamento e baixo índice de problemas no pedido, além de excelentes avaliações.

Restaurantes que obtêm o selo Super recebem destaque em listas e filtros exclusivos para essa categoria e ganham, automaticamente, mais espaço de divulgação da sua loja no aplicativo.

Criado em 2019, já reconhecemos mais de **76 mil estabelecimentos** com o selo Super Restaurante. Entre o 2° trimestre de 2023 e o 2° trimestre de 2024, houve um aumento de 22% no número total de restaurantes Super na plataforma.

Em 2023 e 2024, o iFood distribuiu placas de reconhecimento aos Restaurantes Super que tiveram maior número de pedidos e mantiveram o selo durante os 12 meses consecutivos.

super

O RESTAURANTE PASSA A **TER MAIS VISIBILIDADE** NO APLICATIVO DO IFOOD.

A POSSIBILIDADE DAS **VENDAS AUMENTAREM** É MAIOR.

MAIS RECONHECIMENTO **E VALORIZAÇÃO** PELOS CLIENTES.

Acordos com o Cade

GRI 206-1

O Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) é uma autarquia governamental que zela pela livre concorrência no mercado. Em 2021, foi instaurado um inquérito administrativo para investigar possíveis práticas anticompetitivas no mercado de delivery de comida relacionadas ao (i) suposto fechamento de mercado e (ii) barreiras à entrada de concorrentes, materializadas pela celebração de compromissos de exclusividade com restaurantes. Em março de 2021, a autoridade 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.

Em fevereiro de 2023, foi homologado o Termo de Compromisso de Cessação (TCC) junto ao Cade, que estabeleceu critérios e limites para a celebração de contratos de exclusividade do iFood com restaurantes. O objetivo foi endereçar preocupações concorrenciais no mercado de delivery de comida, além de reconhecer que a prática de exclusividade pode gerar eficiências que beneficiam os consumidores.

Em julho de 2024, o Cade reconheceu que o iFood tem continuamente cumprido com as obrigações acordadas no TCC, a confiabilidade das informações apresentadas por nós e nossa postura solícita, atendendo as requisições prontamente.

Em março de 2022, o Cade instaurou um inquérito administrativo para investigar o mercado de vale-benefícios. Após análises detalhadas, a Superintendência-Geral arquivou o inquérito em sua totalidade em duas ocasiões. No entanto, em um momento posterior, a pedido de um dos conselheiros do Tribunal Administrativo da autoridade, a investigação foi reaberta para apurar uma terceira conduta, relacionada à possível discriminação de operadoras de vale-benefício na plataforma do iFood, bem como à prática de self-preference, que consistiria no favorecimento do “iFood Benefícios”, o vale-benefício próprio da plataforma. O iFood reforça seu compromisso com a transparência e a colaboração com o Cade, respondendo prontamente às solicitações e fornecendo ativamente informações para esclarecer os fatos e contribuir com as investigações.

EDUCAÇÃO PARA AMPLIAR PROSPERIDADE

GRI 203-2

O cenário brasileiro, marcado por altas taxas de insucesso no início de pequenos negócios, também reflete a falta de acesso dos empreendedores a um conhecimento de qualidade contextualizado às necessidades de seus negócios, complementando o aprendizado que já ocorre, predominantemente, na prática. Para oferecer acesso a conhecimento técnico sobre o uso da nossa plataforma e em temas complementares, como gestão de negócios e financeira, marketing digital e combate ao desperdício de alimentos, disponibilizamos o **iFood Decola para Restaurantes,** nossa plataforma de aprendizagem online.

Em janeiro de 2025, oferecemos 165 cursos oferecidos para as lojas parceiras do iFood e seus funcionários no Decola, sendo 48% deles relacionados à operação com o iFood, e a outra metade sobre temas gerais de gestão de negócios.

Segundo pesquisa interna realizada em dezembro de 2023, 51% dos restaurantes ativos conhecem o Decola, com destaque para as regiões Norte e Centro-Oeste (65%) e Nordeste (59%).

ifood decola

MÉDIA MENSAL DE ACESSOS

Consolidado FY22 a FY24

110 mil inscritos

75% conversão

83 mil iniciaram curso

70% conversão

58 mil concluíram curso

154 mil certificados

2,4 frequência por usuário

Média/mês acessos 2023: **2,5 mil**

TOP 5 cursos

1. Performance e Vendas
2. Visibilidade no aplicativo
3. Gestão de desempenho e configuração da loja
4. Excelência Operacional no delivery
5. Gestão Financeira

5 dos 165+ cursos disponíveis representam 72% dos certificados emitidos. Dos 5 top temas, todos estão relacionados à performance no app.

Fonte: time Decola RX - acompanhamento mensal

iFood Acredita

GRI 203-1, 413-1

Em 2023, lançamos em Salvador/BA, um piloto do programa de fomento a restaurantes geridos por empreendedores negros. O primeiro balanço revelou um aumento médio de 23,4% nas vendas dos restaurantes participantes. Para 64% deles, o negócio representa pelo menos metade da renda familiar. O programa apoiou, na maioria, mulheres (70% dos participantes) e empreendedores que trabalhavam sozinhos (78%), promovendo trilhas de conteúdo direcionado com mais de 94% de adesão entre os inscritos. Com o engajamento dos participantes, 300 certificados de cursos foram emitidos na plataforma iFood Decola. Identificamos barreiras como a falta de computadores para a digitalização dos negócios, o que levou à doação de 10 computadores. Além disso, o programa ampliou o acesso a crédito via Anota Ai, com uma aprovação 3,6x maior do que a média geral, sem aumento na taxa de inadimplência.

Em março de 2024, o iFood Acredita foi lançado em São Paulo em parceria com a Favela Holding, ampliando o escopo para um recorte territorial em favelas. Impulsionamos mais de 100 restaurantes nas comunidades de Heliópolis e Paraisópolis, focando não apenas em oferecer recursos financeiros, mas também em educação com trilhas sobre letramento digital, finanças, negócios e marketing digital. O projeto destacou a importância do apoio ao desenvolvimento comunitário, ressaltando que as favelas representam potência e não carência.

O iFood Acredita é um marco no fortalecimento das comunidades e no apoio efetivo ao crescimento dos empreendedores locais, promovendo inovação e reforçando o compromisso com transformações reais e impacto positivo.

IMPACTO AMBIENTAL: EMBALAGENS SUSTENTÁVEIS

GRI 3-3 Tema material - Gestão de resíduos e impacto na cadeia de valor
GRI 306-1, 306-2, 306-3
SASB FB-RN-150a.2, SASB FB-FR-430a.4
S&P 2-3-1 Compromisso de Embalagem
S&P 2-3-2 Materiais de Embalagem
S&P 2-3-3 Embalagem Plástica
S&P 2-8-1 Política de Matérias-Primas
S&P 2-8-2 Programas de Matérias-Primas

A poluição plástica é um dos problemas mais urgentes da atualidade, com o plástico de uso único representando 40% do total produzido anualmente. De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), a produção de plástico duplicou nos últimos 20 anos, atingindo **460 milhões de toneladas em 2022,** um número que pode triplicar até 2060 se não for controlado.

Reconhecendo a urgência de alternativas sustentáveis para o setor de delivery, nossa abordagem se concentra em três áreas principais: reduzir o uso de itens descartáveis, encontrar alternativas sustentáveis ao plástico e fortalecer a cadeia de reciclagem. Nossa meta inicial era reduzir a presença do plástico em 50%, de 27% para 13,5%, com base no volume de 2021.

Em 2024, reduzimos os resíduos plásticos de 27% para 26% na meta estabelecida. À medida que nossas operações cresceram, percebemos que nosso cálculo inicial não considerou o crescimento contínuo projetado. Portanto, ajustamos a rota para refletir de forma mais precisa nossa capacidade atual e as mudanças futuras.

Iniciamos essa jornada em 2023 com 24,4g de plástico por pedido, encerrando o FY25 com 22,5g - uma redução de 1,9g por pedido, o que equivale a uma redução de 7,8% em relação ao FY23. Isso reflete nosso compromisso e progresso na redução do uso de plástico. Entre os tipos de embalagens, as de papel têm o maior peso por pedido, seguidas pelas de plástico:

GRAMAS/PEDIDO

PLÁSTICO	VIDRO	ALUMÍNIO	PAPEL	BIODEGRADÁVEIS	TOTAL RESÍDUOS
2023 **24,4**	2023 **1,55**	2023 **2,10**	2023 **54,56**	2023 **8,43**	2023 **91,04**
2024 **22,92**	2024 **1,28**	2024 **1,24**	2024 **55,36**	2024 **7,66**	2024 **88,47**
2025 **22,50**	2025 **1,27**	2025 **1,19**	2025 **55,35**	2025 **7,38**	2025 **85,89**

QUANTIDADE DE PLÁSTICOS POR PEDIDO E QUANTIDADE DE RESÍDUOS POR PEDIDO

PLÁSTICO

2023	2024	2025
24,4 g	22,9 g	22,5 g
de plástico/pedido	de plástico/pedido	de plástico/pedido

TOTAL RESÍDUOS

2023	2024	2025
91 g	88,5 g	85,9 g
de resíduos/pedido	de resíduos/pedido	de resíduos/pedido

Alcançamos uma redução de 1.500 toneladas de plástico de abril de 2023 a março de 2025. Essa redução deve-se ao programa Amigos da Natureza, que trouxe:

- Redução de 2.200 toneladas de plástico desde o seu início;
- Economia de quase R$ 100 milhões para restaurantes;
- 75% dos consumidores optando por não receber talheres descartáveis;
- 168 mil restaurantes participando da campanha;

Com base nos três maiores desafios de desenvolvimento de soluções sustentáveis para embalagens de entrega, concentramos esforços em ações e parcerias estratégicas, cujos resultados se refletem em números alcançados:

Desafios	Atuação	Resultados
Envio de **descartáveis desnecessários** nas entregas	• Implementamos o **Programa Amigos da Natureza,** incentivando restaurantes e clientes a **evitarem o uso de talheres plásticos e utensílios descartáveis** nos pedidos.	• Participação de **44% dos restaurantes.** • **74% dos clientes** optaram por não receber descartáveis quando questionados. • **Reduzimos mais de 1.500 toneladas de plástico** entre abril de 2023 e março de 2025, um aumento de 52% em comparação com o mesmo período anterior.
Dificuldade de acesso a **embalagens sustentáveis**	• Estabelecemos **parcerias com grandes empresas e startups** para desenvolver **embalagens feitas com papel barreira,** sem plástico e materiais renováveis, como palha de milho. Foram alocados mais de **R$ 1 milhão** em subsídios para **alavancar a introdução dessas embalagens** no mercado.	• Produzimos mais de **500 mil embalagens compostáveis** em parceria com a **growPack,** reduzindo o custo unitário de **R$4,30 em 2020 para R$1,98** em 2024. • Disponibilizamos **mais de 170 mil embalagens 100% sem plástico** para 27 hamburguerias no Dia do Hambúrguer. • Encontramos uma **solução econômica** para substituir embalagens de isopor de hambúrguer e estamos atuando para escalá-la.
Resíduos plásticos e **reciclagem insuficientes**	• Criamos projetos de **logística reversa**, como o programa **Reverte,** para reciclagem de Isopor®. Apoiamos iniciativas como o **Re-Ciclo** e instalamos **13 máquinas de retorno** em Fortaleza, em parceria com a Ambipar e a greenfintech **Coletando.**	• Reciclamos mais de **150 toneladas de Isopor®.** • Geramos **mais de R$460 mil em renda adicional** para catadores de associações participantes do projeto **Re-Ciclo** desde 2022. • Coletamos **mais de 30 toneladas de resíduos** através dos **PEVs (Pontos de Entrega Voluntária)** em comunidades paulistanas como Paraisópolis, Jardim Ibirapuera e Ferraz de Vasconcelos, em parceria com a **Coletando.**

Entregadores e entregadoras

2-25, 202-1, 402-1, 403-3, 403-6, 403-7, 403-9, 404-2, 409-1, 413-1, 413-2
GRI 3-3: Tema material Condições de Trabalho e Mobilidade Social
GRI 3-3: Tema material Fortalecimento do ecossistema e diálogo social
S&P 3-2-1 Compromisso com os direitos humanos;
S&P 3-2-2 Processo de Due Diligence em direitos humanos

QUEM SÃO OS ENTREGADORES NO IFOOD

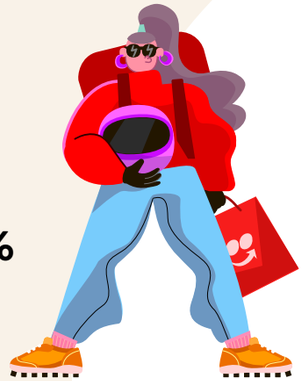
Assim como em todo o mundo, o Brasil está testemunhando uma revolução no mercado de trabalho, com o crescimento do ecossistema de compartilhamento e das plataformas de intermediação entre clientes, negócios e prestadores de serviços. O **mapeamento** realizado pelo Centro de Ensino e Pesquisa em Inovação (CEPI) da FGV em 2022 identificou mais de 100 plataformas digitais de intermediação de trabalho em operação no país. Seguindo a tendência mundial, aplicativos de delivery e transporte de passageiros lideram o ranking.

Dessas plataformas, mais de um terço opera regionalmente, cerca de um quarto tem abrangência nacional e 20% são internacionais.

PLATAFORMAS POR ATIVIDADE ECONÔMICA

CEPVFGV, 2022

O Cebrap (Centro Brasileiro de Análise e Planejamento) em conjunto com a Amobitec (Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia), realizou, em 2025 a pesquisa nacional a trazer dados administrativos das principais empresas do setor, aliada a dados de pesquisas junto a mais de 3 mil trabalhadores. O estudo revelou um contingente de mais de 2,1 milhões de trabalhadores, sendo 1,7 milhão de motoristas e 455 mil entregadores. A maioria é representada por homens (98%), pessoas negras (68%), com Ensino Médio completo (63%).



2,1 milhões
de pessoas trabalham por meio de aplicativos no Brasil

1,7 milhão
atuam como motoristas

455 mil
brasileiros e brasileiras trabalham como entregadores

O MODELO GIG WORK

Não exigimos formação, curso ou treinamento prévios para ingressar na plataforma, e 26% dos parceiros ativos no período relatado estavam desempregados, marcando a sua recolocação profissional (CEBRAP, 2025). Por isso, oferecemos conteúdos educacionais gratuitos e online no iFood Decola com o objetivo de apoiar o desenvolvimento e aprimoramento de habilidades técnicas e comportamentais importantes para a realização segura e eficaz das entregas e para o desenvolvimento profissional. Assim que aprovado para iniciar as entregas, todos realizam o treinamento de *Boas Vindas,* com boas práticas, funcionalidades e segurança.

Nossos entregadores 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 conta com entregadores próprios.

Não cobramos taxa dos entregadores, ou seja, eles recebem o repasse do valor integral que é informado no momento do aceite do pedido, bem como o valor integral das gorjetas, quando os clientes as incluem. Importante informar que, mesmo com o intermédio de Operadores Logísticos (OLs), existem cláusulas contratuais em que exigimos a regularidade fiscal, previdenciária e trabalhista destas empresas.

Além disso, todos os OLs, fornecedores e parceiros que firmam contrato com o iFood concordam com as informações contidas em nosso Código de Ética, Conduta e na Política de Combate à Discriminação e Violência, que 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.

Cadastro na plataforma

O cadastro na plataforma é um processo gratuito e voluntário, aberto a todos os maiores de 18 anos. Para aqueles que utilizam motocicletas ou carros, basta apresentar uma CNH válida na categoria correspondente a do cadastro. Já os ciclistas podem se cadastrar com um RG comprovando a maioridade Verificamos as informações e documentos fornecidos durante o cadastro, garantindo assim a autenticidade para que, após a aprovação, nossos parceiros possam começar a realizar entregas de imediato.

Para garantir a segurança,recomendamos o uso de equipamentos adequados como jaquetas refletoras, celular com dados, além de salientar a obrigatoriedade do uso do capacete. Facilitamos o acesso a esses itens de segurança e outros equipamentos em nossa loja online a preços acessíveis, incentivando seu uso consciente e frequente no dia a dia de trabalho.Além disso, oferecemos cursos gratuitos sobre segurança viária no iFood Decola, nossa plataforma de aprendizado.

É essencial que o veículo esteja em boas condições e com a documentação regularizada. E para garantir maior eficiência ao parceiro de entrega, associamos o modal de transporte às características dos pedidos, como designar rotas curtas para ciclistas e pedidos mais pesados para motoristas de carro.

Segundo pesquisa realizada pelo Cebrap (2025), a renda bruta por hora de entregadores e motoristas de aplicativos cresceu 5% em 2024, superando a inflação. Entre maio de 2023 e abril de 2024, os entregadores, que trabalharam em média 39 horas mensais, tiveram ganhos brutos de R$ 31,33/h. Com jornadas de 40 horas, a renda líquida mensal variou entre R$ 2.669 e R$ 3.581, valores acima do salário mínimo de R$ 1.412 e da média para o mesmo nível de escolaridade. O ganho líquido por hora ficou entre R$ 17 e R$ 22, considerando custos e tempos de espera.

- Flexibilidade e autonomia, seguidas de ganhos, são apresentadas como principais vantagens do trabalho.
- A maioria (67%) dos entregadores não está procurando outro trabalho.
- 75% quer continuar trabalhando com as plataformas em momentos futuros.

(Cebrap, 2025)

REGULAMENTAÇÃO E DIÁLOGO SOCIAL

No modelo Gig Work, diferentemente do regime CLT, a flexibilidade e autonomia são centrais, permitindo que os entregadores conciliem suas atividades com outras responsabilidades. Dados indicam que 46% dos entregadores utilizam a plataforma como fonte adicional de renda, valorizando a possibilidade de trabalhar em horários alternativos (Cebrap, 2025).

O debate internacional sobre o trabalho de entrega e transporte de passageiros sob demanda intermediado por plataformas digitais levou governos nacionais a abrir diálogo com o setor e a categoria de trabalhadores. No Brasil, o iFood foi a primeira empresa brasileira a apoiar publicamente o debate sobre a regulação em 2021, e, desde então, vem colaborando com informações e dados. Em 2023, o governo federal instituiu um Grupo de Trabalho Tripartite (GT Tripartite), com representação do Poder Executivo, dos trabalhadores plataformizados e das empresas, para discutir e propor um projeto de lei que garantisse proteção social aos trabalhadores e segurança jurídica para as empresas. Essa foi a terceira experiência do tipo no país, com outras duas mesas realizadas em 2008 e 2011 com os setores sucroalcooleiro e da construção civil, respectivamente.

O GT Tripartite foi instituído em maio de 2023, por meio do Decreto nº 11513/2023, com previsão de duração de 150 dias. No fim do mesmo mês, a Portaria MTE nº 1.745 formalizou a participação no grupo de 45 membros das três diferentes bancadas (15 de cada). As indicações nominais couberam às instituições convidadas a participar. Embora o grupo tenha sido encerrado em novembro de 2023 com avanços significativos, não foi elaborada uma minuta de projeto de lei para regulamentar a atividade de delivery.

Participamos ativamente do GT Tripartite e negociamos um desenho regulatório para os entregadores até o seu encerramento. O principal entrave para o acordo no subgrupo de delivery se deu no modelo previdenciário; a maior parte dos entregadores da Amobitec não iria usufruir dos benefícios do sistema pelo modelo proposto pelo governo devido ao seu baixo nível de engajamento e às regras previdenciárias atuais.

NOSSO OBJETIVO É EQUILIBRAR FLEXIBILIDADE COM PROTEÇÃO SOCIAL

A experiência do Grupo de Trabalho (GT) foi relevante e inédita no país para a *Gig Economy*, possibilitando avanços significativos no diálogo tripartite, a exemplo do consenso em torno do fato de que há uma nova forma de trabalho em ascensão, que não se confunde com o vínculo celetista tradicional.

O iFood continua à disposição do Governo e do Congresso para discutir propostas e fornecer informações que possam contribuir para um modelo justo e equilibrado, que coloque o entregador no centro.

*A *Gig Economy* é uma economia que permite acesso a diferentes formas de trabalho, oferecendo mais independência e autonomia, ou seja, possibilita que o profissional trabalhe em diferentes plataformas.

DEBATE GLOBAL E GOOD WORK ALLIANCE

O relatório **"Livelihoods in a Digital World",** elaborado pela Prosus e apresentado no Encontro Anual do Fórum Econômico Mundial em 2025, destaca a importância de transformar a *Gig Economy* por meio de práticas de trabalho mais justas e sustentáveis. Nesse contexto, o iFood é destacado como um exemplo no Brasil, com iniciativas que incluem seguros para acidentes, cursos de qualificação gratuitos, suporte jurídico e psicológico, além de parcerias para aluguel de bicicletas.

Este relatório foi desenvolvido no âmbito das discussões do Good Work Alliance (GWA) – uma iniciativa global que reúne empresas internacionais de diversos setores para promover práticas justas, sustentáveis e inclusivas no ambiente de trabalho, em meio às transformações do mercado nos últimos anos.

O documento apresenta exemplos de iniciativas das empresas nas quais a Prosus investe, para oferecer oportunidades em cada um dos pilares norteadores da GWA: justiça nos salários, proteção social, flexibilidade, bem-estar da força de trabalho, empregabilidade, desenvolvimento do capital e tecnologia com responsabilidade. Em uma perspectiva mais ampla, reflete sobre as melhores práticas das plataformas digitais para tornar a *Gig Economy* mais sustentável e inclusiva.

O engajamento do iFood na GWA demonstra nosso compromisso em implementar tais práticas inovadoras. Sendo a primeira empresa brasileira da *Gig Economy* a integrar a iniciativa global, buscamos incentivar a criação de políticas que promovam condições de trabalho justas e inclusivas. A aliança orienta nossas estratégias para alinhar fatores essenciais do nosso ecossistema com os pilares norteadores.

Por meio dessa colaboração, procuramos melhorar a qualidade de vida dos nossos parceiros e também inspirar mudanças positivas em todo o setor da *Gig Economy*.

Diálogo constante

Temos iniciativas consolidadas de diálogo com os entregadores que permitem compreender melhor os impactos gerados pela nossa operação. Através dessas escutas ativas, conseguimos implementar medidas mais eficazes.

Essas medidas incluem:

- **Diálogos institucionais** com os representantes da categoria;
- **Grupos focais** com entregadores para testar alterações em funcionalidades do aplicativo;
- **Pesquisas mensais** para monitorar índices de valorização, transparência e justiça;
- **Canais de atendimento** por chat (com atendimento humanizado e boot), via contato telefônico e outras opções automatizadas, para esclarecimento de dúvidas frequentes e resolução de problemas;
- **Canal de contestação**: permite que os entregadores contestem decisões ou problemas diretamente pelo aplicativo, onde há uma opção específica para abrir uma contestação. Esse canal é monitorado por uma equipe dedicada que analisa cada caso individualmente.

Nosso objetivo é, por meio do diálogo social, aprofundar a compreensão sobre problemas e construir soluções em conjunto com os entregadores.

O diálogo social com os entregadores começou com o com o Fórum de Entregadores, realizado no final de 2021. Como um dos compromissos do fórum, lançamos o programa Voz dos Entregadores, que consistiu em mais de 20 encontros em diferentes cidades ao longo de 2022, com o objetivo de promover um diálogo social regionalizado.

Esse formato evoluiu para Grupos de Trabalho (GT) com os entregadores, envolvendo grupos focais para abordar as melhorias necessárias na experiência com a plataforma. Entre novembro de 2023 e março de 2024, o GT contou com 35 entregadores, sendo 35% mulheres e 25% provenientes de fora do estado de São Paulo. Foram realizados 4 encontros, nos quais foram discutidos temas prioritários para os parceiros como Suporte, Bloqueios, Segurança, Oferta de rotas e Score.

Os entregadores podem participar dos GTs por meio de um processo de seleção estruturado que prioriza a diversidade de gêneros, idades, scores e modais, como bicicleta e moto. A seleção inclui convites para inscrição e avaliação de interesse, garantindo uma equipe de 15 a 20 participantes por ciclo.

Essa abordagem assegura a inclusão de perfis diversos e engajados, fundamentais para gerar insights e promover melhorias contínuas na plataforma.

Durante o período relatado, realizamos diversas edições com temas muito relevantes debatidos, construindo, juntos, um processo de transparência e melhorias, revisando desativações e score. *(Mais informações em Pilares de atuação - Transparência)*

> “Muito obrigada pelo espaço para ouvir nós entregadores e procurar saber sobre nossas dificuldades no dia a dia na rua”
>
> **Juliana Alves** *Fevereiro/24*

LIBERDADE SINDICAL

GRI 407-1

Mantemos um diálogo social frequente e construtivo com associações e sindicatos de trabalhadores para compreender e atender às demandas da categoria. Estabelecemos contato com mais de 60 sindicatos e associações, três centrais sindicais e uma confederação.-Em 05/03/2024, estabelecemos uma primeira CCP (Comissão de Conciliação Prévia) em conjunto ao Sindimoto-RS, com intermediação do Tribunal Regional do Trabalho (TRT-4), para negociar acordos extrajudiciais para a resolução de casos e reivindicações de entregadores que atuam na capital gaúcha. Com audiências de conciliação mensais, a primeira sessão ocorreu em 28/03/2024.

Em julho de 2023, firmamos um **acordo** (TAC – Termo de Ajustamento de Conduta) com o Ministério Público Federal e com o Ministério Público do Trabalho. Este acordo encerrou a apuração sobre suspeitas de que

o iFood, em conjunto com agências de publicidade parceiras na época, teria monitorado entregadores e produzido conteúdo na internet contrário aos pleitos desses trabalhadores durante a pandemia de Covid-19. Afirmamos que não cometemos quaisquer das condutas investigadas. No entanto, reafirmamos nosso compromisso de respeitar a liberdade sindical, direito à paralisação e liberdade de expressão de todos os entregadores.
As obrigações assumidas pelo iFood no TAC estão alinhadas com nossos valores e princípios, especialmente a promoção de um ambiente de maior transparência nas redes sociais, o respeito ao direito de manifestação e de associação dos entregadores, além do investimento em pesquisas que colaborem com o desenvolvimento sustentável do país.
Além disso, nos **Termos e Condições** do aplicativo iFood para Entregadores existem cláusulas explícitas que preveem essas garantias. Não há penalização por se sindicalizar ou se associar, tampouco por participar de paralisações, manifestações e/ou emitir qualquer opinião contrária à plataforma.

DIRECIONAL ESTRATÉGICO

No iFood, acreditamos que o crescimento sustentável e a liderança na *Gig Economy* só são possíveis com condições de trabalho justas, dignas e capacitadoras para nossos entregadores. Nosso foco estratégico está centrado em promover bem-estar, crescimento individual e segurança, contribuindo para redefinir padrões globais de trabalho. Atuamos em três pilares principais, que refletem nossas prioridades para transformar a realidade dos entregadores:

(Mais detalhes logo adiante, em Pilares de atuação)

Saúde, Segurança e Bem-Estar

Proteger e cuidar dos entregadores é nossa prioridade para garantir um ambiente de trabalho mais humano e seguro.

Iniciativas contínuas alinhadas à Visão Zero*, focadas na prevenção de riscos e em educação para direção segura

Política de Combate à Discriminação e Violência, com tolerância zero a violação de direitos, protegendo todos os agentes do ecossistema.

100% dos nossos parceiros contam com cobertura de seguro gratuita.

Assistência jurídica e psicológica gratuitas em casos de discriminação, agressão física, ameaça e violência sexual.

Assistência social e psicológica gratuitas para os familiares em caso de morte acidental e para o entregador no caso de um sinistro grave (que acarrete risco de vida ou lesão permanente).

Expansão da infraestrutura de apoio, com a implementação de pontos de descanso, banheiros e acesso à saúde básica preventiva. Atualmente contamos com 232 pontos pelo Brasil.

Renda Digna e Transparência

Valorizamos nossos entregadores, garantindo ganhos financeiros justos e promovendo relações baseadas na confiança e na clareza.

Todos os entregadores recebem pelo menos o proporcional ao salário mínimo por hora trabalhada, com total transparência nas regras e operações.

100% dos entregadores têm acesso a canais humanizados e acessíveis para contestações de bloqueios e outras questões operacionais.

Garantimos os direitos de liberdade de associação e paralisação, promovendo um modelo de trabalho digno e equitativo.

Educação e Desenvolvimento

Acreditamos que a educação é o caminho para o crescimento pessoal e profissional dos entregadores, criando oportunidades dentro e fora da plataforma.

100% dos parceiros têm acesso a treinamentos, programas de aprendizado contínuo e cursos focados em habilidades práticas e financeiras, promovidos no iFood Decola.

Oferecemos bolsas educacionais para 100% da base, que possibilitam a conclusão do ensino médio e outras qualificações, através do programa MDEM (Meu Diploma do Ensino Médio).

Parcerias estratégicas para ampliar o aprendizado técnico e digital, fomentando inclusão social e ampliando oportunidades no mercado de trabalho.

Letramento racial e promoção da conscientização de boas regras de convivência e respeito aos direitos humanos;

*Visão Zero: um conceito de segurança viária originado na Suécia. A ideia central é que nenhuma morte ou lesão grave no trânsito deve ser aceita. O conceito prioriza a segurança humana sobre a mobilidade e considera que erros humanos são inevitáveis, mas mortes e lesões graves devem ser evitadas. A responsabilidade é compartilhada entre os projetistas das vias e os usuários, destacando a importância de uma infraestrutura segura para minimizar as consequências dos erros humanos.

SAÚDE, SEGURANÇA E BEM-ESTAR

No Brasil, a discriminação e a violência enfrentadas por profissionais que trabalham com entrega por aplicativo ainda ocorrem, embora estejam em decréscimo. Esses incidentes, tanto reportados quanto subnotificados, acontecem especialmente em suas relações com consumidores e restaurantes. Observamos que o Rio de Janeiro era a capital com o maior número de conflitos, frequentemente resultando em violência física ou verbal, motivadas, principalmente, pela exigência do cliente de que o entregador suba para entregar o pedido.

Somente no primeiro semestre de 2024, foram registrados diversos relatos de discriminação e relatos de agressão verbal e física contra entregadores. Por isso, criamos um Plano Anti-Discriminação que se concentra em três pilares: prevenção, educação e assistência.

Prevenção: Política de Combate à Discriminação e à Violência

Em fevereiro de 2024, implementamos a Política de Combate à Discriminação e à Violência, reafirmando o compromisso do iFood em criar e manter um ambiente ético, seguro e livre de qualquer violação de direitos para todos os usuários da nossa plataforma — desde clientes, lojas, restaurantes e entregadores. Desde então, recebemos mais de 19 mil denúncias válidas, das quais:

- **38%** foram contra estabelecimentos;
- **33%** contra clientes;
- **28%** contra entregadores.

No primeiro ano de vigência, 90% das denúncias válidas resultaram em sanções. Para reforçar o impacto, atualizamos a Política em 2025, segmentando as infrações em cinco níveis de gravidade, com penalidades proporcionais: desde advertências e bloqueios temporários até a desativação definitiva da conta nos casos mais severos. Adicionalmente, criamos canais específicos de denúncia:

- **Clientes:** via aplicativo (“Ajuda > Casos Críticos > Reportar incidente grave”);
- **Entregadores:** botão de emergência na rota ou “Alerta de casos graves”;
- **Restaurantes parceiros:** Portal do Parceiro, na aba “Chamados e Ajuda”;
- **Operadores logísticos e franqueados:** sistema de gestão.

A Política também prevê suporte às vítimas, com destaque para a Central de Apoio Psicológico e Jurídico, em parceria com a organização Black Sisters in Law. Em 2024, atendemos mais de 400 entregadores, sendo 40% dos casos por discriminação e 26% por agressão física.

Campanhas como a #BoraDescer, em Brasília e Rio de Janeiro, também contribuíram significativamente, reduzindo conflitos em até 70% somente no Rio. Aliado a isso, lançamos a Cartilha de Direitos e Acesso à Justiça, conscientizando sobre direitos básicos e recursos disponíveis.

Além disso, participamos de iniciativas colaborativas, como o Termo de Cooperação com o Ministério da Igualdade Racial, firmado pela Amobitec (Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia). Seguimos sem tolerar discriminação, preconceito ou violência no nosso ecossistema, princípios que orientam nosso Código de Ética e Conduta de Terceiros.

Acesse na íntegra a Política de Combate à Discriminação e Violência está **aqui**.

CARTILHA DE DIREITOS E ACESSO À JUSTIÇA

Em Dezembro de 2024, o iFood lançou em parceria com a Black Sisters in Law e a Secretaria de Acesso à Justiça que compõe o Ministério da Justiça, uma **Cartilha de Direitos e Acesso à Justiça.**

A cartilha aborda temas como letramento racial e discriminação e ensina como identificar e denunciar situações de preconceito no cotidiano. O material também mostra como agir em abordagens policiais.

Para os entregadores, há dicas importantes sobre segurança no trânsito, como uso do capacete, respeito aos limites de velocidade e sinalização de manobras.

Em relação aos clientes, a cartilha traz informações que reforçam a necessidade de cordialidade e respeito ao ponto de entrega do pedido (que deve ser na portaria do condomínio ou no portão da casa), as ações de prevenções contra golpes e o canal de denúncias pelo aplicativo.

A publicação também estimula que os estabelecimentos tenham uma relação positiva com os entregadores e funcionários, com orientações sobre o uso correto da funcionalidade para evitar que o entregador fique esperando muito tempo pelo pedido.

A cartilha será distribuída em versões impressa e digital e estará disponível nos sites do MJSP, no iFood e no Portal do Entregador. O objetivo é chegar aos 360 mil entregadores ativos e aos 380 mil estabelecimentos e 55 milhões de clientes cadastrados no aplicativo.

CAMPANHA DE COMBATE AO RACISMO E À INTOLERÂNCIA RELIGIOSA

Para ampliar nossos esforços, celebramos, através da Amobitec (Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia) em janeiro de 2025 um Termo de Cooperação com o Ministério da Igualdade Racial. O objetivo dessa parceria é realização de uma campanha contra o racismo e a intolerância religiosa, promovendo conscientização e educação para entregadores, motoristas e usuários de aplicativos.

A campanha contempla:

- Mensagens educativas destinadas a parceiros e usuários das plataformas.
- Orientação sobre como agir e onde buscar suporte em casos de discriminação.

O acordo reforça nossa missão de criar um ambiente de trabalho inclusivo e educar continuamente nossos parceiros e consumidores sobre igualdade racial, respeito e direitos humanos.

Prevenção: Segurança viária e visão Zero

A segurança no trânsito é uma prioridade central para o iFood, especialmente devido aos riscos diários enfrentados pelos entregadores nas médias e grandes cidades. Reconhecendo a gravidade dos sinistros, em 2024 criamos a área Visão Zero, cuja missão é prevenir acidentes e reduzir mortes e lesões graves no trânsito. Utilizando dados e ciência comportamental, identificamos os principais fatores de risco e testamos intervenções que promovem conscientização e mudanças de comportamento.

BOTÃO DE EMERGÊNCIA NO APLICATIVO

Em 2024, atualizamos o Botão de Emergência, agora fixado na tela inicial do aplicativo, para facilitar o acesso à Central de Segurança. Por meio dessa funcionalidade, os entregadores podem reportar incidentes e acidentes, acionar seguros e receber suporte imediato. Nos primeiros três meses após a atualização, observamos um aumento significativo no número de chamados abertos e concluídos, reduzindo a subnotificação de casos críticos e ampliando o suporte.

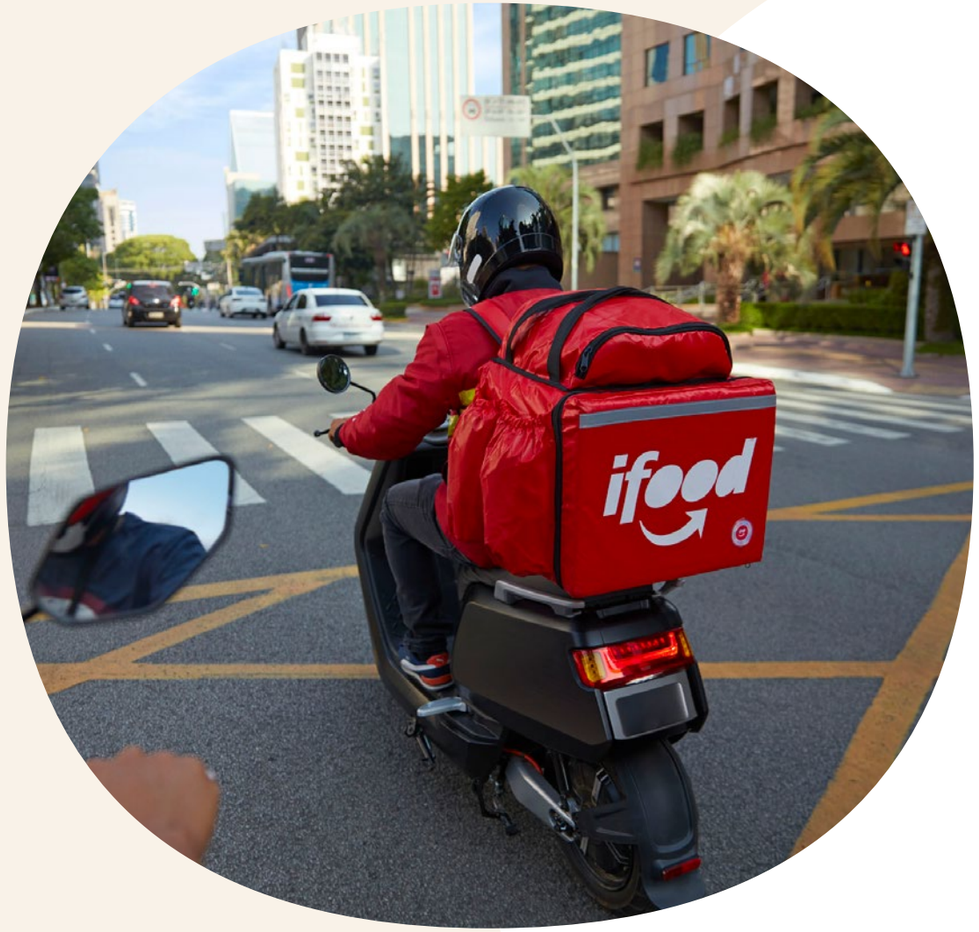
CAPACITAÇÃO PARA UM TRÂNSITO MAIS SEGURO

A capacitação é um pilar essencial em nossa estratégia de segurança. Oferecemos aos nossos parceiros programas educativos acessíveis por meio do iFood Decola, com cursos sobre temas como direção segura, manutenção de veículos (motos e bikes) e primeiros socorros.

- Até março de 2024, emitimos 35 mil certificados em cursos, com 25 mil concluintes apenas no último ciclo.

Outras iniciativas educacionais incluem:

Pedal Responsa: Um programa específico para entregadores que utilizam bicicletas, com conteúdos sobre segurança no modal.



Mais de 28 mil entregadores já foram formados.

Anjos de Capacete: Em 2023, em parceria com Prefeituras e SAMU, capacitamos 400 entregadores para atuar em primeiros socorros no trânsito.

CAMPANHAS DE SENSIBILIZAÇÃO: MAIO AMARELO

Em maio de 2023, conduzimos uma campanha de sensibilização sobre sinistros de trânsito, voltada tanto para os entregadores quanto para a sociedade em geral. Essa ação alcançou mais de 20 milhões de pessoas, reforçando a importância de práticas seguras e responsabilidade no trânsito.

Nos anos de 2024 e 2025, além do Maio Amarelo, aderimos ao Laço Amarelo, transformando a campanha em uma ação contínua ao longo do ano. Isso reforça nosso compromisso com a conscientização sobre direção segura para os nossos entregadores durante todos os meses do ano.

Para fortalecer nosso compromisso, tornamo-nos, em 2023, mantenedores do Observatório Nacional de Segurança Viária (ONSV), organização criadora do movimento Maio Amarelo. A parceria inclui:

• Um assento no Conselho do Observatório, permitindo-nos contribuir com dados e participar de discussões estratégicas;

• Apoio técnico para estudos e pesquisas, além de acesso ao acervo de materiais da instituição.

Com um investimento superior a R$ 3 milhões nos últimos dois anos, seguimos com ações de prevenção em colaboração com *stakeholders* e contribuindo para a construção de políticas públicas.

ECONOMIA COMPORTAMENTAL APLICADA NA PREVENÇÃO DE SINISTROS DE TRÂNSITO

A partir de dados sobre velocidades praticadas por motociclistas parceiros, conduzimos experimentos inovadores que aplicaram ciência comportamental para promover uma direção mais segura. Mais de 50 mil entregadores participaram, organizados em grupos de teste em diversas cidades do Brasil. As intervenções incluíram:

- **Nudges:** Mensagens comportamentais e contextuais que promoveram a conscientização sobre direção segura;

- **Educação:** Cursos presenciais e online oferecidos por meio do Decola Safety, com conteúdos focados em práticas preventivas;
- **Gamificação:** Utilizamos sistemas de pontos, recompensas financeiras e sorteios para incentivar o comportamento seguro entre os entregadores mais conscientes;
- **Incentivos Financeiros Diretos:** Entregadores que mantinham a velocidade dentro do limite das vias em todas as rotas semanais recebiam repasses adicionais como bônus.

Esses experimentos resultaram em mudanças comportamentais positivas. Com base nesses aprendizados, estamos ampliando as iniciativas para alcançar toda a base de parceiros, com o objetivo central de reduzir mortes e lesões graves no trânsito.

Prevenção: Pontos de apoio para descanso

Atualmente, disponibilizamos cerca de 232 pontos de apoio no Brasil, distribuídos em 15 cidades, com o objetivo de oferecer conveniência no dia a dia e proporcionar pausas durante as entregas. Esses espaços contam com infraestrutura completa, incluindo áreas de descanso, estacionamento, banheiros, micro-ondas, bebedouros, refeitórios, geladeiras e wi-fi, além de permitir a recarga de celulares.

Estamos comprometidos em garantir o melhor suporte possível aos entregadores parceiros. Por isso, definimos novos critérios para a instalação e funcionamento dos Pontos de Apoio, priorizando locais que ofereçam todos os serviços essenciais para o bem-estar dos entregadores. Como parte desse processo de melhoria contínua, alguns pontos de apoio em restaurantes foram desativados devido ao não cumprimento completo dos padrões estabelecidos.

Apesar dessas desativações pontuais, nenhuma cidade que já contava com Pontos de Apoio deixou de ter unidades disponíveis. Nosso compromisso é assegurar que todos os entregadores tenham acesso a locais que realmente forneçam o suporte necessário para realizar suas atividades de forma segura e confortável.

A escolha estratégica dos locais baseia-se na concentração de pedidos e na localização dos entregadores, garantindo que os pontos estejam bem posicionados ao longo das rotas mais movimentadas. Apenas em fevereiro de 2024, mais de 80 mil entregadores utilizaram os Pontos de Apoio. Atualmente, contamos com uma diversidade de parcerias que viabilizam esses espaços:

- **19** pontos próprios do iFood
- **6** em parceria com a Tembici
- **3** em colaboração com o poder público
- **1** em parceria com a Entregô
- **203** em restaurantes e shoppings parceiros

Prevenção:
Redução de conflitos

Com o objetivo de reduzir conflitos entre as pessoas do ecossistema, realizamos campanhas nacionais em nossos canais de comunicação, incluindo iniciativas municipais que apoiamos em Fortaleza e Natal, detalhadas nas campanhas abaixo, com o #BoraDescer, durante o Carnaval carioca de 2024.

O Rio de Janeiro foi escolhido como local para o projeto piloto focado na conscientização nos condomínios. Entre agosto e outubro de 2023, foram registrados diversos casos de agressão, tanto físicas quanto verbais, frequentemente associados à exigência de que o entregador suba até a porta do cliente em vez de parar na portaria principal do condomínio. O projeto incentiva os entregadores a denunciarem abusos através do aplicativo iFood para Entregadores, para que possam acessar Apoio Jurídico e Psicológico.

#boradescer

A campanha foi lançada com o foco em sensibilizar para a redução de conflitos, conscientizando os clientes sobre a importância de descer para buscar seus pedidos como um ato de gentileza e respeito aos profissionais de entrega.

No pré-carnaval carioca em 2024, a cantora Preta Gil convidou os foliões a descerem para buscar seus pedidos, dando início à campanha. Além disso, em parceria com a Coordenadoria de Promoção da Igualdade Racial do Rio de Janeiro e com a Superliga Carnavalesca do Brasil, houve a distribuição de copos com o mote da campanha em desfiles das escolas de samba das séries Prata, Bronze e do grupo de Avaliação, na estrada Intendente Magalhães, na zona norte da cidade.

Contamos com o apoio de artistas e influenciadores convidando os foliões a descerem para pegar seus pedidos, além de ativações presenciais em pontos estratégicos do evento. A campanha foi divulgada para toda sociedade por meio de redes sociais, relógios de ruas, mídia em elevadores, comunicação nas praias, entre outros. Os principais resultados foram:

Redução de Conflitos: No Rio, o resultado da campanha foi uma redução de 70% nos conflitos desde o início da campanha (novembro de 2023) até setembro de 2024.

Mudança de Comportamento dos Consumidores: Houve uma redução significativa no número de clientes que esperam receber os pedidos nos apartamentos, diminuindo de 55% para 32% entre setembro de 2023 e outubro de 2024.

Em conjunto com a Central de Apoio Jurídico e Psicológico, a campanha também alcançou um marco significativo ao ser reconhecida como uma referência global pelo Fórum Econômico Mundial, sendo a única iniciativa de uma empresa brasileira destacada no **Relatório Farol de Diversidade, Equidade e Inclusão 2025.** Este reconhecimento ressalta a contribuição da campanha para a promoção da equidade racial e étnica, além de destacar o impacto positivo das ações do iFood em mitigar conflitos e transformar o comportamento dos consumidores. A campanha alcançou mais de 17 milhões de pessoas, com a adesão de mais de 1.500 síndicos que participaram de encontros para discutir a temática, tornando a conscientização um tema recorrente em 70% das assembleias realizadas. Os esforços para adotar o comportamento de descer para receber o pedido ajudam a agilizar a entrega e reduzem riscos enfrentados pelos parceiros, que muitas vezes precisam deixar seus meios de transporte expostos a furtos ao subir para entregar. Com base nesses resultados, o iFood continua comprometido em promover um ambiente de respeito e colaboração entre todos os usuários da sua plataforma, consolidando práticas que reforçam o apoio e bem-estar dos entregadores.

ASSISTÊNCIA: SEGURO PESSOAL, ASSISTENCIAL SOCIAL E ASSISTÊNCIA À SAÚDE

SASB TR-RO-320a.3

Desde 2019, o iFood tem oferecido um conjunto abrangente de seguros para os seus entregadores, assegurando suporte financeiro e assistência em diversas circunstâncias, com foco no bem-estar e segurança durante suas atividades. As coberturas especializadas vão além da proteção tradicional, incluindo benefícios avançados para a saúde feminina e suporte à família.

COBERTURAS DISPONÍVEIS

- **Despesas médico-hospitalares:** Cobre despesas médicas e odontológicas até R$ 15.000, com opções de reembolso e atendimento em rede credenciada.
- **Lesão Temporária:** Fornece indenização baseada nos ganhos médios dos entregadores, cobrindo até 30 dias de afastamento, com pagamento mínimo de R$ 300,00 e limite de R$ 1.500.
- **Invalidez Permanente:** Oferece indenização de até R$ 60.000,00 em caso de lesão permanente parcial e de até R$ 120.000 em casos de lesão permanente total, dependendo da extensão de incapacidade.
- **Morte Acidental e Auxílio Funeral:** Pagamentos de indenização de R$ 120.000 e R$ 5.000 de auxílio funeral, respectivamente, para proporcionar segurança financeira às famílias.

BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS

- **Para Mulheres:** Indenizações de R$ 10.000 para diagnósticos de câncer de mama ou colo do útero e auxílio gestacional de R$ 500.

- **Educação dos Filhos:** Apoio financeiro de R$ 10.000 por criança menor de 18 anos em caso de morte acidental do entregador

PACOTE DE BENEFÍCIOS AVUS

Exclusivamente por meio do pacote AVUS, os entregadores têm acesso a:

- **Rede credenciada** de clínicas abrangendo diversas especialidades médicas e de apoio;

- **Telemedicina:** Atendimento online com clínico geral 24h (gratuito, até 8 consultas por plano a cada 12 meses);

- **Consultas presenciais** a partir de R$ 19,50;

- **Descontos em serviços:** Até 40% em procedimentos odontológicos, 75% em exames laboratoriais e de imagem, e até 85% em farmácias parceiras;

- **Inclusão de Dependentes:** Possibilidade de adicionar até 4 dependentes.

Mais detalhes em:
ifood.avus.com.br/ifood

ASSISTÊNCIA SOCIAL

Contamos com uma Central Social, que oferece assistência social e psicológica gratuitas para os familiares em casos de morte acidental e para os entregadores em casos de sinistro grave (onde há risco de vida ou a caracterização de uma lesão permanente). O acompanhamento social também fornece apoio em relação ao processo de sinistro com a seguradora.

BENEFÍCIOS ADICIONAIS E COMPETITIVIDADE

Diferenciando-se de outros no mercado, o iFood destaca-se por suas coberturas amplas e inclusivas, portais de suporte claros, e benefícios sociais exclusivos para mulheres. Esta abordagem não só reforça a segurança e bem-estar dos entregadores, como também reflete o compromisso do iFood com responsabilidade social e inovação no setor de mobilidade.

BLACK SISTERS IN LAW

Assistência: Central de Apoio jurídico e psicológico

Como parte das medidas para garantir acesso à justiça e combater a discriminação e a violência contra os entregadores, em junho de 2023 criamos a Central de Apoio Jurídico e Psicológico, um projeto em parceria com a Black Sisters in Law, uma associação global de advogadas negras que oferece assistência jurídica e psicológica gratuita aos entregadores que foram vítimas de discriminação, agressão física, ameaça, e/ou qualquer tipo de violência sexual.

Com cobertura para todos os entregadores e em todo o Brasil, mais de 1.400 entregadores já solicitaram assistência, e mais de 400 atendimentos foram realizados e finalizados. Em janeiro de 2024, passamos a oferecer também um espaço físico para acolhimento, localizado na sede do escritório das Black Sisters in Law, na Vila da Penha, no Rio de Janeiro.

Nosso objetivo é incentivar os entregadores a denunciarem todos os casos de discriminação e violência, garantindo acolhimento através do apoio psicológico e acesso à justiça através do apoio jurídico.

RENDA DIGNA E TRANSPARÊNCIA

Ganhos

Em setembro de 2024, lançamos o **Portal de Dados do iFood** com o objetivo de aumentar a transparência e expandir o diálogo com e sobre os entregadores e nosso ecossistema. Este portal proporciona acesso a dados inéditos sobre ganhos, jornadas de trabalho, velocidade média nas vias, impacto dos programas educacionais, grandes números do nosso ecossistema e dados regionais do Efeito iFood (FIPE). É uma ferramenta valiosa para formuladores de políticas, acadêmicos e o público em geral, apoiando a criação de políticas públicas e a melhoria das condições de trabalho.

A pesquisa do Cebrap (2025) aponta também que em 2024 a renda bruta por hora de entregadores e de motoristas que atuam por meio de aplicativos teve crescimento real de 5% em relação a 2022 – um aumento acima da inflação registrada no mesmo período. Entre maio de 2023 e abril de 2024, os entregadores trabalharam em média 39 horas por mês, e tiveram ganhos brutos médios de R$ 31,33 por hora.

O estudo traz também a estimativa de renda líquida mensal, que no caso dos entregadores com jornada de 40 horas variou de R$ 2.669 a R$ 3.581 nesse mesmo período. Esses valores são superiores ao salário mínimo vigente no período (R$ 1.412) e à média de ganhos de quem tem esse nível de escolaridade, segundo dados da PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios).

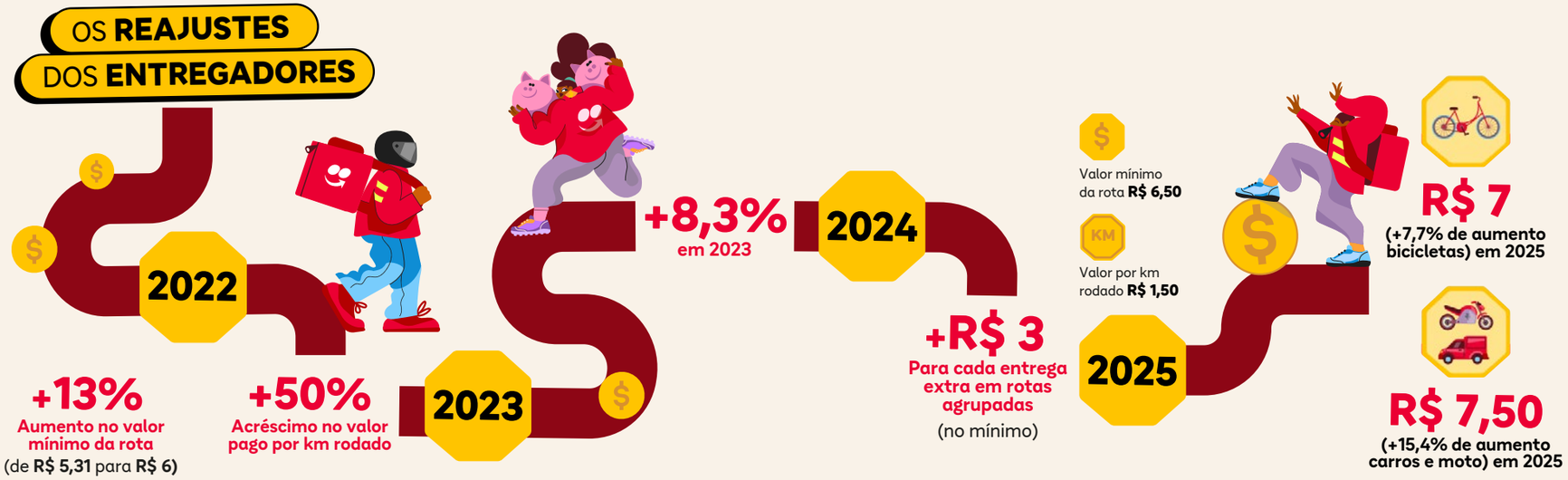
- Os ganhos líquidos dos entregadores, de acordo com o Cebrap, variam de R$ 17 a R$ 22 por hora trabalhada (descontados seus custos e incluindo a variação no tempo de espera entre as entregas).

Regularmente, revisamos e reajustamos as taxas e valores das entregas:

- **Abril/2021:** Reajuste de 6,2% no valor mínimo das entregas, de R$ 5,00 para R$ 5,31.
- **Novembro/2021:** Aumento de até 8% no valor por quilômetro rodado, dependendo do modal e da localidade.
- **Abril/2022:** O valor mínimo da rota aumentou de R$ 5,31 para R$ 6,00, e o valor do quilômetro rodado subiu 50%, de R$ 1,00 para R$ 1,50. Isso resultou em ganhos de pelo menos R$ 15 para rotas de 10 km, anteriormente pagas a R$ 10.
- **Julho/2023:** O mínimo subiu para R$ 6,50, com um aumento de 8,3% nas taxas base (coleta, entrega e distância).
- **Abril/2024:** Implementamos nova regra para rotas agrupadas, elevando a remuneração extra para R$ 3,00 (no mínimo) por pedido adicional.
- **Junho/2025:** Ajuste na taxa atual, de R$ 6,50, passará a ser de R$ 7 para quem utiliza bicicleta e de R$ 7,50 para quem faz entregas de moto ou de carro – aumentos de 7,7% e de 15,4%, respectivamente, superiores à inflação acumulada em 2024, que foi de 4,8%, segundo o INPC (Índice Nacional de Preços ao Consumidor).

Além disso, iniciamos medidas emergenciais como o **fundo temporário** de combustíveis, que disponibilizou R$ 8 milhões durante os picos de preços entre novembro de 2021 e janeiro de 2022.

A transparência sobre os ganhos dos entregadores é uma prioridade fundamental. Por isso, o **Portal de Dados do iFood** é constantemente atualizado com as informações mais recentes, proporcionando uma visão clara sobre os ganhos e condições de trabalho dos entregadores.



Rotas agrupadas

Como parte de nosso compromisso com a melhoria contínua, revisamos a precificação das rotas agrupadas para garantir ganhos mais justos e adequados aos nossos entregadores. Desde Abril de 2024, cada entrega extra é remunerada com um valor mínimo adicional de R$ 3.

Esse valor mínimo se aplica às rotas com mais de um pedido, conhecidas como rotas agrupadas, duplas ou múltiplas. Atualmente, os entregadores recebem um valor de R$ 7 para quem utiliza bicicleta e de R$ 7,50 para quem faz entregas de moto ou de carro, por rota. Com a atualização, a cada pedido extra dentro da mesma rota, haverá o valor mínimo de R$ 3 por rota extra, o que também vale para rotas de devolução do pedido à loja quando a entrega não puder ser concluída.

Caso a rota tenha duas entregas extras (totalizando 3 entregas), o valor mínimo da rota será de R$ 7,50 (mínimo da rota categoria moto) + R$ 3 (referente à primeira entrega extra) + R$ 3 (referente à segunda entrega extra), totalizando R$ 13,50.

Transparência

Para construir uma relação baseada na confiança com nossos entregadores, priorizamos a transparência a partir de uma comunicação clara sobre o uso do aplicativo.

A desativação de contas ocorre em casos como fraude, furto, mau uso do aplicativo, extravio de pedidos, cessão de contas para terceiros, violação dos nossos Termos de Condições de Uso ou Política de Combate à Discriminação e Violência. Para evitar desativações, orientamos sobre práticas incorretas através de nossos canais de comunicação com os entregadores. Durante o período relatado, implementamos diversas melhorias no app do entregador para que os parceiros possam monitorar a saúde de sua conta e evitar desativações indesejadas.

Oferecemos diversos canais de atendimento no aplicativo, permitindo que os entregadores acessem suporte sempre que necessário. Seja para dúvidas gerais, acidentes ou outros problemas, nossos canais garantem que os parceiros recebam a assistência necessária de forma imediata e eficaz.

Mecanismos de Contestação

Para entregadores que tiveram suas contas desativadas e possuem justificativas para o ocorrido, oferecemos atualmente duas formas de contestação:

1. **Contestação Direta:** Deve ser realizada dentro de 90 dias após a desativação, acessando o aplicativo para explicar a situação.

2. **Projeto Segunda Chance:** Disponível após o prazo de contestação, dependendo da demanda na cidade. Oferece a oportunidade de retorno de entregadores elegíveis, desde que suas contas não tenham sido excluídas.

O Projeto Segunda Chance surgiu dos Grupos de Trabalho com os entregadores, visando usuários interessados em retomar as entregas pelo aplicativo. Mediante preenchimento de um formulário, avaliamos o perfil do entregador e, caso atenda aos critérios, programamos a reativação da conta.

É importante destacar que casos de desativação por fraude, aluguel e empréstimo de conta não são elegíveis para o projeto.

Desde 2023 mais de 8 mil entregadores e entregadoras já retornaram ao aplicativo através do Projeto Segunda Chance.

Score

O score é uma métrica semanal, variando de 1 a 3, que reflete a qualidade e consistência das atividades realizadas pelos parceiros de entrega nas últimas quatro semanas. Para que o score seja calculado, o parceiro deve registrar, no mínimo, 28 horas de acesso ao aplicativo durante esse período. Sua apuração considera quatro indicadores principais: pedidos entregues, pedidos coletados, avaliações dos clientes e pontualidade. O objetivo do score é promover uma distribuição de pedidos justa e eficiente, levando em conta fatores como a familiaridade do parceiro com determinadas regiões, proximidade de áreas com alta demanda e as particularidades de cada pedido.

Cientes da importância de um sistema justo e transparente, revisamos o score regularmente para que ele reflita com precisão as características do trabalho dos entregadores. Embora o score possa impactar na oferta e nas características dos pedidos distribuídos, ele não interfere na elegibilidade e no acesso a benefícios oferecidos pela plataforma, como seguros e programas de educação, assegurando suporte contínuo ao desenvolvimento dos parceiros de entrega. Nosso compromisso é aprimorar constantemente o score para garantir um ambiente de operação mais transparente, equilibrado e inclusivo.

Desde julho de 2022, período de testes, o **desenvolvimento do score** contou com contribuições dos próprios entregadores, o que resultou em várias alterações para oferecer mais transparência e melhorar a ferramenta continuamente.

Algumas das **melhorias implementadas** recentemente incluem:

- Exclusão do impacto negativo (dislike) em casos de recusas a acessar áreas residenciais privativas, como apartamentos;
- Atualização da tela do score para destacar o que não impacta na pontuação;
- Remoção do dislike para atrasos atribuídos exclusivamente aos restaurantes;
- Maior tempo para atendimentos em shoppings, considerando deslocamentos internos;
- Permissão de uma reorganização por imprevisto semanal no planejamento;
- Retirada da penalização por cancelamento em casos de devoluções confirmadas, cliente não localizado ou loja fechada;
- Cancelamento automático de pedidos após 15 minutos de espera na loja.

Além disso, é importante ressaltar que os entregadores têm total visibilidade sobre os fatores que compõem o seu score, bem como dicas para mantê-lo alto no Portal do Entregador, promovendo maior clareza e suporte para o aprimoramento contínuo.

FUNDO iFOOD
chega junto
Projetos criados por quem faz entrega.

Valorização e respeito com o projeto Chega Junto

GRI 203-1

A valorização dos entregadores é fundamental, pois reconhece o papel essencial que desempenham na cadeia de delivery. Ao investir em capacitação, bem-estar e segurança, fortalecemos a qualidade de vida desses profissionais e promovemos um ambiente de trabalho seguro e sustentável.

Na jornada de valorização e respeito aos entregadores, lançamos o fundo iFood Chega Junto, um edital para selecionar 25 projetos de entregadores, oferecendo apoio financeiro para desenvolver suas ideias. Cada projeto recebeu entre R$ 10 mil e R$ 100 mil, totalizando R$ 1 milhão em investimento, com um prazo de até quatro meses para execução após o recebimento dos recursos. Além disso, os contemplados receberam formação básica em gestão de projetos, comunicação e orçamentos, em parceria com a Semente Negócios. Os projetos incluíam cursos, palestras, rodas de conversa, encontros, feiras e exposições. A seleção foi realizada por um comitê externo ao iFood, incluindo o Observatório Nacional de Segurança Viária, a Black Sisters in Law, a Fundação 1Bi e a Avus.

EDUCAÇÃO: CONECTAMOS A EDUCAÇÃO COM O ECOSSISTEMA

Acesso universal à aprendizagem contínua e bolsas educacionais gratuitas para a certificação da educação básica

No iFood, educação e inovação são pilares essenciais do nosso compromisso com a transformação social e para o crescimento dos nossos entregadores. Através da inovação, nos adaptamos rapidamente às mudanças do mercado, enquanto a educação oferece uma base sólida para o desenvolvimento pessoal e profissional em nosso ecossistema.

De acordo com a PNAD 2023, existem 8,8 milhões de brasileiros entre 18 e 29 anos que não concluíram o Ensino Médio e não frequentam instituições de educação básica. Segundo uma pesquisa interna do iFood, em 2024, 26% dos entregadores cadastrados na plataforma ainda não haviam concluído o ensino médio – cerca de 120 mil pessoas. Apesar disso, 76% deles demonstraram interesse em finalizar essa etapa educacional.

Por isso, incentivar a conclusão do Ensino Médio e oferecer cursos gratuitos online são frentes essenciais da nossa atuação. Essas iniciativas, parte dos compromissos assumidos na Good Work Alliance, junto ao WEF, reforçam nosso papel em estabelecer um ambiente de trabalho justo e equitativo.

Ao promover a aprendizagem contínua e disponibilizar bolsas educacionais, buscamos eliminar barreiras e promover um ambiente de trabalho inclusivo com oportunidades para todos. Nossas frentes educacionais principais são a plataforma iFood Decola e o programa Meu Diploma do Ensino Médio, ambos fundamentais para proporcionar um futuro mais justo e equitativo.

ifood decola

O iFood Decola é uma plataforma totalmente gratuita dedicada ao nosso ecossistema, oferecendo cursos, workshops e treinamentos com trilhas para maximizar o uso das funcionalidades do aplicativo. Isso permite que entregadores e restaurantes melhorem seu desempenho e potencializem seus ganhos de maneira mais segura e prática.

Criado para fornecer conteúdos que auxiliam no dia a dia, o iFood Decola oferece mais de 100 cursos cobrindo diversos temas, como segurança no trânsito, finanças pessoais, manutenção de veículos, marketing digital e empreendedorismo.

+ DE 373K DRIVERS COM CURSOS, QUE GERARAM + 1 MILHÃO DE CERTIFICAÇÕES

PRINCIPAIS TRILHAS

- Boas-vindas
- Jeito iFood
- Segurança

Meu Diploma do Ensino Médio e iFood Conecta

Desde seu lançamento em 2021, o programa Meu Diploma do Ensino Médio tem sido uma peça central no compromisso do iFood com a educação e o desenvolvimento dos seus entregadores. Com base nos dados do Cebrap, aproximadamente 32% dos entregadores não completaram o ensino médio. Conscientes desse cenário, além de lançar o programa, promovemos inovações e parcerias para ampliar seu impacto nos anos seguintes.

AVANÇOS SIGNIFICATIVOS EM 2023:

- Incentivamos mais de 14 mil inscrições para o curso preparatório do Encceja.
- O número de formandos quintuplicou, alcançando mais de 5 mil autodeclarações de aprovação total no Encceja em 2023.
- Entre os participantes, cerca de 45% dos participantes relataram um aumento na renda.
- Alinhados com o nosso compromisso de educacional, oferecemos parcerias com a Faculdade das Americas (FAM) para que parceiros concluam o ensino superior.
- Passamos a oferecer um auxílio de R$ 50,00 no dia da prova para que os entregadores pudessem priorizar a realização do teste, minimizando impacto nos ganhos.

CONSOLIDAÇÃO DE RESULTADOS EM 2024:

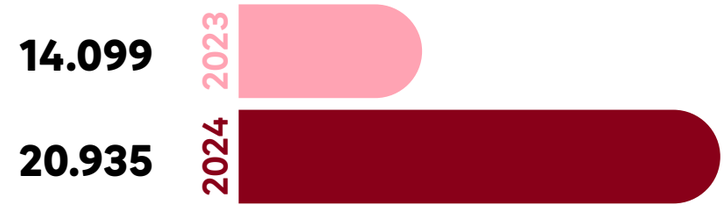
Registramos mais 5.329 autodeclarações de aprovação no Encceja - Lançamos o iFood Conecta, uma plataforma para cursos técnicos e superiores em parceria com a Anhanguera Educacional. Com mensalidades acessíveis a partir de R$ 99, os cursos abrangem áreas como Administração, Educação Física e Engenharia.

Entre nossos projetos que utilizam inteligência artificial, em 2024, o Meu Diploma do Ensino Médio foi integrado ao AprendiZap Encceja, uma ferramenta digital desenvolvida pela Fundação 1Bi. Essa integração faz uso da Mai, um chatbot disponível no WhatsApp, que atua como tutora 24/7 para apoiar os 19 mil alunos em sua jornada de aprendizado. A ferramenta não só incentiva o engajamento, como também permite o monitoramento do desempenho do programa. Além disso, auxilia na aprendizagem para a Educação de Jovens e Adultos (EJA) e no simulado da prova do Encceja, oferecendo lembretes sobre as datas de inscrição e provas, o que facilita a organização dos alunos.

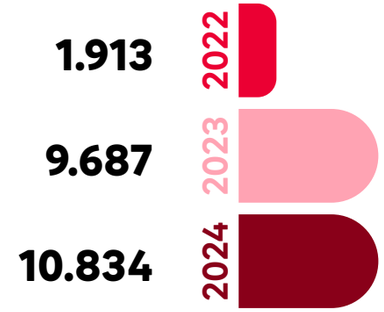
O MDEM é um programa consolidado em nossa estratégia. Nosso objetivo é que todos os entregadores e profissionais de restaurantes parceiros superem barreiras acadêmicas e conquistem novas oportunidades. Essa é mais uma iniciativa completamente alinhada aos compromissos firmados pelo iFood como membro da Good Work Alliance, do Fórum Econômico Mundial, que incluem o acesso universal à conclusão do Ensino Médio.

MEU DIPLOMA DO ENSINO MÉDIO - EVOLUÇÃO DO PROJETO

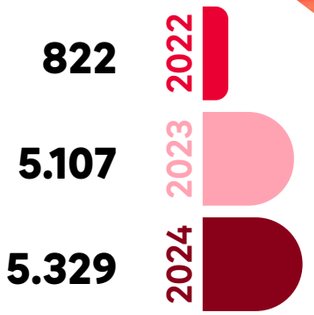
INSCRITOS



PRESENTES



APROVADOS



AI for good

Entre nossos projetos envolvendo inteligência artificial, em 2024, o Meu Diploma do Ensino Médio em parceria com o AprendiZap, ferramenta digital desenvolvida pela Fundação 1Bi, criaram a Mai, um chatbot via Whatsapp que funciona como complemento escolar e atua como tutora 24/7, apoiando os milhares alunos na trilha de aprendizado.

A ferramenta funciona como um tutor virtual personalizado e foi treinado com os dados públicos do Encceja. Dessa forma, a Mai promove o engajamento, permite monitorar a performance do programa e ajuda com mecanismos de lembretes sobre as datas de inscrição e da prova do Encceja.

IMPACTO AMBIENTAL: DESCARBONIZAÇÃO E ELETRIFICAÇÃO DA FROTA

GRI 3-3

Para combater as mudanças climáticas e atuar diretamente em nosso ecossistema, à medida que nossa estratégia amadurece, reavaliamos nosso compromisso e temos metas internas:

Focaremos na expansão de entregas e entregadores com modais limpos. Submeteremos nossas metas internas ao Science Based Targets (SBTi), reforçando nosso alinhamento com o Acordo de Paris.

Além de expandir o uso de modais limpos, também visamos aumentar a eficiência logística nas distâncias percorridas nas entregas, já que, quanto maior a distância percorrida por modais poluentes, maior é a emissão de gases.

Monitoramos regularmente o uso de modais limpos, as distâncias percorridas e a quantidade de usuários ativos, buscando expandir a utilização tanto em número de entregas quanto em benefícios para os usuários. Durante o ano fiscal de 2025, cerca de 10% dos pedidos full service foram entregues por modais limpos, como bicicletas e motos elétricas, reduzindo significativamente o impacto ambiental das entregas.

PARCERIA E INOVAÇÃO:

Em 2024, integramos a Aliança pela Mobilidade Sustentável, criada para promover a adoção de veículos elétricos e a infraestrutura de recarga no Brasil. Acreditamos que o esforço coletivo é essencial para avançar na eletromobilidade e gerar impacto positivo para o país. Ao unir forças com a Aliança, trazemos nosso espírito inovador, experiência em logística e tecnologia, além de nosso alcance, colaborando ativamente para a causa da mobilidade sustentável.

Aproximadamente
83 mil
entregadores utilizam modais limpos

45,1 milhões
milhões de pedidos foram feitos por modais limpos, representando em média 10% do total de pedidos do iFood

+4,2 mil
parceiros fazem parte do iFood Pedal, com uma média de
305 mil
pedidos mensais

1.851
bicicletas elétricas estão ativas na frota

iFood Pedal

O iFood Pedal oferece planos com condições diferenciadas para entregadores no aluguel de bicicletas compartilhadas, sejam convencionais ou elétricas. No início de 2022, o iFood Pedal estava presente apenas em São Paulo e Rio de Janeiro. Hoje, estamos em mais cinco cidades: Recife, Salvador, Brasília, Porto Alegre e Curitiba. Entre abril de 2023 e março de 2025, o iFood Pedal foi responsável por cerca de 800 mil pedidos por mês.

Viabilizado por meio de uma parceria com a Tembici, referência em micromobilidade e soluções para espaços urbanos, as rotas são distribuídas de acordo com a capilaridade da empresa parceira, considerando a localização das estações para retirada e devolução das bicicletas. A taxa recebida pelos entregadores que usam bicicleta como modal é calculada com base na quilometragem percorrida.

UN GLOBAL COMPACT SDG INNOVATION

Reconhecimento

Em setembro de 2023, o iFood Pedal recebeu o prêmio SDG Innovation durante a Cúpula dos ODS 2023, evento promovido pela Organização das Nações Unidas (ONU) em Nova Iorque. O projeto foi reconhecido por seu impacto positivo social e ambiental, colaborando para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Como membro do Inova 2030 – iniciativa da ONU para fomentar projetos de impacto que contribuam para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU –, o iFood foi convidado a apresentar um case no encontro, cujo objetivo é debater e acelerar o progresso dos ODS. O iFood Pedal foi o único case da América Latina selecionado, destacando o Brasil em um dos eventos mais importantes da ONU.

EMISSÕES

GRI 305-1, 305-2, 305-3, SASB TR-RO-110a.2
S&P 2-6-1 Emissões diretas de gases de efeito estufa (escopo 1);
S&P 2-6-2 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (escopo 2);
S&P 2-6-3 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (escopo 3);
S&P 2-6-4 Governança Climática;
S&P 2-6-7 Gestão de Risco Climático

Anualmente, elaboramos nosso inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) conforme o padrão do GHG Protocol Brasil, com o auxílio de uma consultoria especializada (Future climate). Os dados abrangem atividades diretas dos nossos escritórios (Escopo 1 e 2). No Escopo 3, incluímos principalmente os dados referentes às entregas realizadas pelo aplicativo, que representam a fonte mais significativa de emissões. Das 92 mil tCO_2 emitidas, 87% vieram das entregas full service".

Em nossas operações, os principais impactos vêm do consumo de água e energia elétrica nos escritórios. No ano fiscal de 2025, consumimos cerca de 1.728 litros de diesel nos escritórios de Osasco (SP) e Campinas (SP), gerando aproximadamente 4 toneladas de CO2e como emissões fugitivas.

É importante destacar que a maior parte das emissões reportadas no inventário de GEE origina-se do consumo indireto de combustíveis nas operações de delivery full service. Portanto, não há despesas diretas com combustível. As emissões são calculadas com base nas distâncias percorridas e reportadas como tCO_2e.

Escopo 1

Emissões diretas, resultantes da combustão fixa, móvel e emissões fugitivas da operação direta do iFood e que portanto, estão sob seu controle

Escopo 2

Emissões resultantes da energia adquirida pelo iFood, portanto associadas ao uso de eletricidade

Escopo 3

Emissões indiretas do ecossistema iFood (upstream e downstream) portanto derivadas de produtos e serviços adquiridos, bens de capital, transporte e distribuição upstream e downstream, resíduos, viagens de negócios e deslocamento de funcionários

Emissões			
Métrica	**Emissões non-bio**	**Emissões bio**	**Comentário**
Total de emissões diretas (Escopo 1) de GEE (CO_2, CH_4 e N_2O)	3,95 tCO_2e	0,58 tCO_2e	Óleo Diesel: BEN 2023 e MCTIC 2016 consultados na ferramenta brasileira GHG protocol
Total de emissões indiretas (Escopo 2) de GEE provenientes da aquisição de energia em toneladas métrica de CO2 equivalente calculadas com base na localização (CO_2, CH_4 e N_2O)	101,92 tCO_2e	N/A	Consumo de energia elétrica dos escritórios e *dark stores* do iFood
Total de outras emissões indiretas (Escopo 3) de GEE em toneladas métricas de CO_2 equivalente	92.018,74 tCO_2e	27.242,58 tCO_2e	Categorias do Escopo 3 consideradas no cálculo: bens e serviços comprados, transporte e distribuição *(uptstream)*, resíduos gerados nas operações, descolamento de funcionários, viagens a negócios e transporte e distribuição *(downtream)*
Intensidade de emissões por pedido. Métrica específica para calcular o índice: tCO_2 eq. por milhões de pedidos	188,30 tCO_2e/milhões de pedidos	N/A	Emissões diretamente estimadas do Escopo 3: categoria 11 uso de produtos vendidos. Focando em entregas realizadas via app iFood, uma vez que representa maior impacto para as emissões de GEE

De forma complementar, também investimos em ações de regeneração e restauração florestal em parceria com a Fundação S.O.S Mata Atlântica. Desde 2022, recebemos mais de **R$ 1,4 milhão em doações** para a entidade pelo aplicativo, que são destinadas ao plantio de mudas para conservar esse bioma. Com isso, mais de 80 mil árvores já foram plantadas, o equivalente a 32 hectares em restauração.

Investimento social privado

GRI 3-3 - Tema material: investimento em educação
GRI 203-2

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

Reconhecendo a responsabilidade do setor privado em contribuir com mudanças nas estruturas sociais, apoiamos iniciativas que geram impacto socioambiental positivo para além do nosso ecossistema. Em 2021, nos tornamos mantenedores do Todos pela Educação, além de criar o Potência Tech, que oferece cursos e bolsas de estudo em tecnologia, especialmente para públicos sub-representados. Em 2022, cocriamos a Maratona Tech e lançamos o Movimento Tech, uma coalizão de organizações para promover a inclusão de pessoas de baixa renda e sub-representadas na área de tecnologia.

De outubro de 2021 a abril de 2025, mais de 50 mil pessoas de perfis sub-representados ou de baixa renda se inscreveram no Potência Tech. Ao todo investimos R$12 milhões para a formação de novas turmas do programa, nessas bolsas de estudo e mais de 5 mil pessoas empregadas desde o início.

POTÊNCIA TECH
(abril de 2023 a março de 2025)

+de 5,1 mil
pessoas empregadas no mercado de tecnologia

+de 14,3 mil
de bolsas financiadas pelo movimento

MARATONA TECH
(abril de 2023 a março de 2024)

+de 187 mil
de estudantes de escolas públicas impactados com conteúdos relacionados a tecnologia

Apoiamos também a Fundação 1Bi, criada em 2018 tendo em vista a tecnologia para gerar oportunidades inclusivas para jovens em situação de vulnerabilidade.

Fonte: Relatório Bianual Movtech 2030

PARCERIAS PARA INVESTIMENTO EM INFRAESTRUTURA TECNOLÓGICA

GRI 203-1

Apoiamos a construção do Hub de Pesquisa em Computação (CSHub) da Unicamp (Universidade Estadual de Campinas), espaço destinado a oferecer estrutura e suporte necessários para que estudantes, professores e o público em geral possam colocar o conhecimento acadêmico em prática. Esse movimento busca fomentar o desenvolvimento de pesquisas e projetos voltados para novas tecnologias com possibilidades de transformar descobertas inovadoras em soluções de alto nível para o mercado.

DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS E COMBATE À FOME

GRI 3-3 - Tema material: Segurança Alimentar

Também atuamos nas temáticas de desperdício de alimentos e o combate à fome, que são desafios globais e muito presentes no Brasil. Como uma empresa de intermediação para a entrega de alimentos e bebidas, envolvemos *stakeholders* e desenvolvemos projetos direcionados a essas agendas. São três frentes principais de atuação: a coalizão Todos à Mesa, as hortas pedagógicas e o incentivo às doações pelo aplicativo.

Movimento Todos à Mesa

Em 2022 fundamos a coalizão formada por diferentes empresas juntas no mesmo objetivo de gerar impacto sistêmico no combate ao desperdício de alimentos e à fome. Atualmente, o grupo conta com 25 membros e já doou 18 mil toneladas de alimentos para Organizações da Sociedade Civil (OSCs), beneficiando mais de 5 milhões de pessoas em todo o país. Entre abril de 2023 e março de 2024, investimos R$ 300 mil na gestão e governança do movimento.

ODS com os quais o movimento contribui:

Em outubro de 2023 realizamos um conjunto de reuniões presenciais em Brasília com os membros do Todos à Mesa para apresentar as ações do movimento a *stakeholders* e promover agendas institucionais. A agenda visou promover um ambiente regulatório mais favorável às doações de alimentos, redução do desperdício e ao enfrentamento da fome no país.

Em 2024, o Todos à Mesa assinou junto com o Governo do Estado de Alagoas o Protocolo de Intenções que teve por objetivo fazer um diagnóstico do Estado de Alagoas e estabelecer um plano de trabalho conjunto que fornecerá informações estratégicas para aprimorar o programa local contra o desperdício de alimentos e insegurança alimentar no estado, o Alagoas Sem Fome.

No último ano o TaM lançou também o estudo **"Do Desperdício à mesa: Estratégias de Redistribuição de Alimentos para um Brasil sem fome"**, que mapeia o cenário da redistribuição de alimentos do Brasil. O lançamento foi em um evento, na sede da Bain & Company, empresa que desenvolveu o estudo de forma pro bono. Estiveram presentes as empresas membro do Movimento, instituições parceiras e de relevância na temática da redistribuição de alimentos.

Hortas pedagógicas

No último ano, mantivemos três hortas pedagógicas, duas localizadas em Osasco e uma em Ferraz de Vasconcelos, na Grande São Paulo. No período entre abril de 2023 e março de 2024, foram impactadas cerca de 2.000 crianças entre cinco e 13 anos. Capacitamos mais de 80 professores para serem mobilizadores do tema e utilizarem as hortas na programação pedagógica, o que resultou em mais de 350 atividades pedagógicas realizadas com os alunos em sala de aula.

Desde o início do projeto, foram impactados no total mais de 3.000 alunos, em 5 escolas diferentes, e mais de 100 professores e educadores foram sensibilizados e ajudaram a criar mais de 500 atividades pedagógicas realizadas nas hortas pedagógicas. Neste período, foram produzidas mais de 40 toneladas de alimentos de 45 espécies diferentes. Além disso, foram criadas 4 composteiras nas hortas pedagógicas, que geraram mais de 5 toneladas de composto orgânico para uso nas hortas.

DOAÇÕES NO APP

Nosso aplicativo também funciona como canal para prestar assistência às pessoas em situação de vulnerabilidade e apoiar projetos de curto e longo prazo com entidades que atuam no combate à fome e à pobreza, melhoram a educação à inclusão social e cuidam do meio ambiente. De forma simples e intuitiva, é possível realizar doações a partir de R$1 para a instituição de interesse.

O dinheiro arrecadado é 100% repassado para as ONGs parceiras e revertido em doações de cestas básicas, refeições, itens de higiene e limpeza, plantio e acompanhamento do desenvolvimento de mudas de árvores, bolsas de estudo e outros serviços socioambientais. No período do relato, contamos com a doação de R$ 8,2 milhões pelos usuários do app, e no acumulativo desde que a ferramenta está disponivel aproximadamente R$ 26 milhões. Contribuindo para ações e projetos das ONGs parceiras do iFood, que beneficiaram mais de 500 mil pessoas em todo o Brasil.

Entre as entidades parceiras do iFood estavam: Todos pela Educação, Fundação 1Bi, CIEE, Associação Nova Escola, Instituto Ayrton Senna, Associação Cactus e Vocação na agenda de educação. No combate à fome e à pobreza, atuamos com a Ação da Cidadania, Amigos do Bem, CUFA, Gastromotiva, Orgânico Solidário, Gerando Falcões e Voz das Comunidades. Também destacamos as parcerias com a SOS Mata Atlântica, em prol da regeneração de florestas, a AACD, que fornece assistência médica e de reabilitação a milhares de pessoas com deficiência, e o Instituto Ronald McDonald, que atua diretamente com milhares de crianças, adolescentes e suas famílias no tratamento contra o câncer.

Destaca-se que, no período de referência, foram realizadas campanhas emergenciais para as vítimas das fortes chuvas na região Sul (setembro de 2023), Rio de Janeiro, Espírito Santo e Acre (janeiro e fevereiro de 2024) e Rio Grande do Sul (abril a junho de 2024). Os valores arrecadados foram destinados às seguintes organizações: CUFA, Ação da Cidadania, Voz das Comunidades, Amigos do Bem e Gastromotiva, que prestaram assistência imediata com refeições, roupas, itens de higiene e limpeza às populações impactadas.

Reforçamos que repassamos o valor integral das doações às Organizações da Sociedade Civil (OSCs), sem deduzir qualquer taxa. Absorvemos o custo por todas as transações financeiras, o que é considerado investimento social privado.

Por questão de transparência, os repasses são validados e há relatórios elaborados pelo Instituto MOL e pela Consultoria NEXO, disponibilizados publicamente neste link.

APOIO AO NOSSO ECOSSISTEMA NO RIO GRANDE DO SUL

Devido à calamidade climática causada pelas enchentes no Rio Grande do Sul, em Abril de 2024, mobilizamos nossos ativos para apoiar o ecossistema e a sociedade local. Na época tínhamos 18 mil estabelecimentos no estado, bem como mais de 9 mil entregadores e mais de 1 milhão de clientes mensais. Foram realizados repasses emergenciais para apoiar nossos entregadores, restaurantes e lojas na região. Arrecadamos doações pelo aplicativo destinadas a ONGs como a CUFA, e trabalhamos em conjunto com o Sindicato dos Motociclistas Profissionais de Porto Alegre (SINDIMOTO) para distribuir alimentos, kits de higiene e itens essenciais.

Para restaurantes, mercados, lojas de conveniência, pet shops e farmácias, isentamos as mensalidades e antecipamos os repasses até outubro de 2024.

Para os nossos entregadores, o iFood fez um repasse emergencial que totaliza R$ 2 milhões, com objetivo de oferecer apoio financeiro durante esse período crítico. Neste caso, o valor foi calculado com base na média de ganhos do entregador no último mês, com pagamento mínimo de R$ 100. Para ter acesso ao benefício, o profissional teve que ter feito ao menos uma entrega por semana nas últimas quatro semanas. Além disso, o iFood desenhou um pacote diferenciado para os entregadores que sinalizaram terem sido atingidos de forma mais crítica pelas enchentes, realizando um pacote de repasse emergencial novo e diferenciado para esse grupo, com 3 repasses adicionais mensais de R$ 500,00, além de fornecer, de forma 100% gratuita para os entregadores e seus familiares, assistência social e psicológica, acesso à consultas de telemedicina e exames, distribuição de cestas básicas e disponibilização de voucher para recompra de materiais danificados na loja do entregador. Além disso, tivemos uma campanha de doação no app para o Rio Grande do Sul, onde foi arrecadado mais de R$2 milhões. Essa verba foi repassada para a CUFA distribuir alimentos, água e outros itens essenciais. Pelo app também foi possível doar para outras ONGs parceiras que atuaram na região: Voz das Comunidades, Ação da Cidadania e Amigos do bem.

Desenvolvemos um playbook a partir dos aprendizados para oficializar nossa atuação em situações de emergência climática e documentar o que foi executado no Rio Grande do Sul.

Essas iniciativas são parte do nosso compromisso contínuo com práticas de impacto social e sustentabilidade, usando nossa tecnologia e alcance para mitigar os impactos de crises climáticas e apoiar as comunidades afetadas.

FoodLovers

Cultura e Diversidade Equidade e Inclusão - DE&I

O IMPACTO COMEÇA DENTRO DE CASA

GRI 2-7, SASB CG-EC-330a.2
GRI 3-3 - Tema material: Atração e bem-estar dos colaboradores

O impacto começa dentro de casa, com uma cultura fortemente alinhada à estratégia de diversidade, equidade e inclusão (DE&I), impulsionando um crescimento sustentável e contínuo. Contamos com mais de 6.600 FoodLovers, e nossas iniciativas são personalizadas por área, assegurando que a diversidade presente no nosso ecossistema reflita-se nas equipes internas. Por meio de ferramentas de dados, fornecemos insights constantes, apoiando as lideranças na tomada de decisões assertivas e na implementação de ações direcionadas em prol da diversidade.

A liderança exerce um papel essencial na construção de um ambiente seguro e inclusivo, onde a segurança psicológica é priorizada e integrada ao conjunto de indicadores do time de People. Essa abordagem promove uma jornada de evolução sustentável, onde todas as pessoas são valorizadas e incentivadas a contribuir para o crescimento da empresa, com alta performance e impacto positivo contínuo.

6.600
FoodLovers

CULTURA. PESSOAS. TECNOLOGIA.

Como uma das maiores empresas do Brasil e da América Latina, acreditamos que nosso sucesso resulta da combinação de tecnologia, pessoas e uma cultura conectada diretamente à estratégia de DE&I. Nossos valores – Empreendedorismo, Resultados, Inovação e All Together – sustentam o propósito de Alimentar o Futuro do Mundo e orientam nossas decisões. Esses valores são traduzidos em ações concretas por meio do Jeito iFood de Trabalhar (J.I.T), que reúne dez princípios que guiam nossa atuação.

Acreditamos que DE&I é um pilar central de nossa cultura e essencial para nossa estratégia sustentável de negócios. Com o iFood em constante expansão, nosso ecossistema se torna cada vez mais diverso, e equipes que refletem essa pluralidade desenvolvem soluções mais eficazes para nossos desafios. Essa perspectiva nos estimula a inovar, experimentar novas ideias e ajustar rotas sempre que necessário.

Para garantir decisões assertivas e inclusivas, utilizamos tecnologia e inteligência de dados como aliadas na conscientização e no desenvolvimento das lideranças. Ferramentas internas permitem acesso a dados apurados e isentos de vieses, mantendo nossas lideranças capacitadas para criar ambientes seguros e inclusivos.

Somos uma organização ambidestra, capaz de combinar excelência operacional com criatividade para inovar. Com mentalidade de donos e donas, nossos FoodLovers colaboram com parceiros em todo o Brasil, transformando nosso ecossistema. All Together, construímos soluções que alimentam o futuro, promovem inclusão e geram impacto positivo de forma constante e sustentável.

Equidade nos Processos

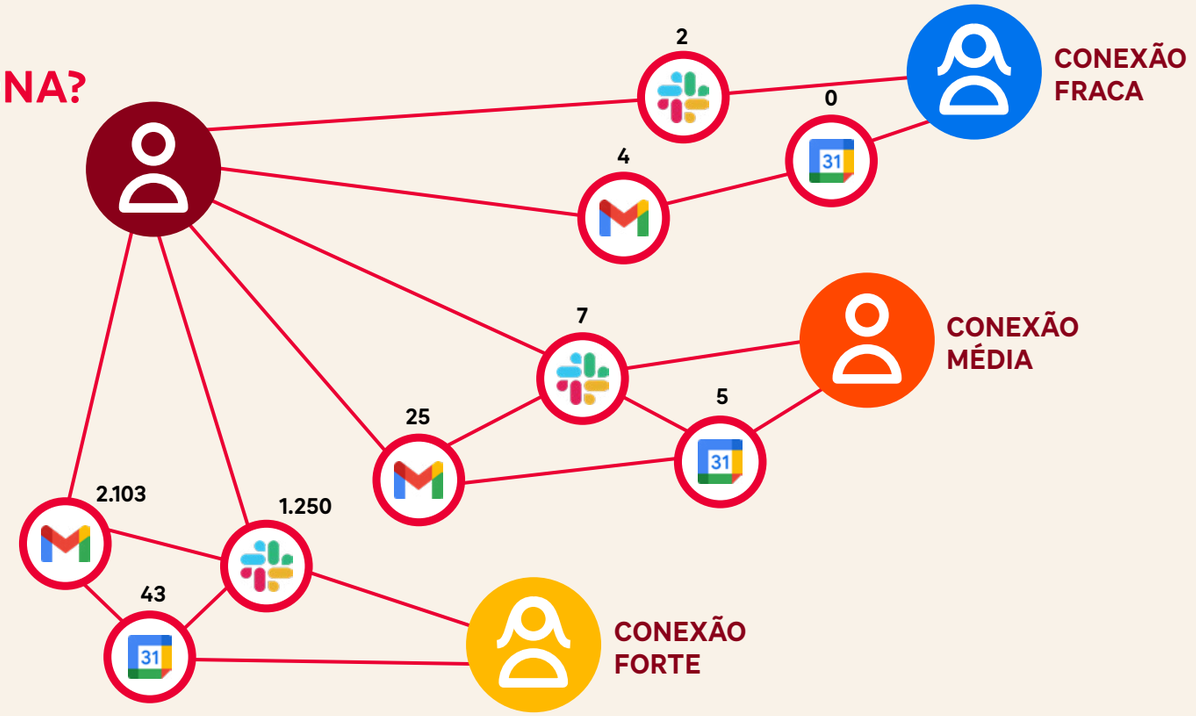
AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Avaliação de Desempenho é um mecanismo central para nossa gestão de pessoas e desde 2021 temos este processo de forma 360º e integrado à principal ferramenta de comunicação interna do iFood, tornando a experiência fácil, sem burocracia, focado no desenvolvimento das pessoas e orientado por dados. Além da avaliação final e os múltiplos feedbacks resultantes do ciclo, a nota final serve de critério para decisões posteriores de méritos e promoções, assim como de investimento em desenvolvimento, retenção, entre outros. Este é um processo central para promover a equidade entre diferentes grupos demográficos na equipe. Por isso, usamos dados e algoritmos que nos ajudam a reduzir vieses inconscientes nesta decisão sensível.

Uma das principais ações que realizamos é utilizar a metodologia ONA (Organizational Network Analysis) que mapeia a força de conexão entre FoodLovers através do volume de troca de e-mails, reuniões e interações por meio de canais oficiais. Esses dados ajudam a identificar quem mais interagiu com o FoodLover como seu avaliador, reduzindo assim os vieses comuns em processos de indicação de avaliadores. Importante dizer que não temos acesso algum ao conteúdo das interações entre os FoodLovers, seguindo a LGPD (Lei Geral de Proteção a Dados) no processo.

O algoritmo compara as avaliações dos diferentes FoodLovers e neutraliza potenciais vieses relacionados, por exemplo, a

O QUE É ONA?



gênero e raça da pessoa avaliada, a sugestão é enviada para que o líder em questão, para tomar a decisão mais assertiva.

Os resultados da Avaliação de Desempenho com a Sugestão de Algoritmo em 2019 e 2023 destacam como o algoritmo ajudou na distribuição mais equilibrada dos funcionários em cada nota. Em 2019, havia maior disparidade entre os gêneros, especialmente na categoria “Atende às expectativas”. Em 2023, a sugestão de algoritmo apresentou uma distribuição mais uniforme, reduzindo as disparidades de gênero e promovendo uma distribuição mais equitativa na avaliação entre homens e mulheres.

No último ano, mudamos a periodicidade da avaliação de semestral para anual e alcançamos uma taxa de participação de 100% entre os FoodLovers elegíveis.

REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

A política de remuneração oferecida aos FoodLovers destaca-se por ser competitiva e abrangente, refletindo o compromisso da empresa com a valorização de seu capital humano. Além disso, oferecemos oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional, com programas de treinamento contínuo e incentivos para educação.

Nossa política é transparente e justa, garantindo recompensas de acordo com o desempenho. Utilizamos uma metodologia de análise que leva em conta o resultado da avaliação de performance, a função desempenhada, o tempo na empresa e na função, nível de senioridade e área de atuação, além de mitigar possíveis diferenças por gênero e raça. Oferecemos benefícios flexíveis, permitindo que os FoodLovers escolham a composição que melhor atende às suas necessidades pessoais e ao seu estilo de vida. Distribuídos em um programa de pontos, alguns dos benefícios incluem: assistência médica, assistência odontológica, refeição, seguro de vida, plano de viagem, farmácia, cultura e assistência pet.

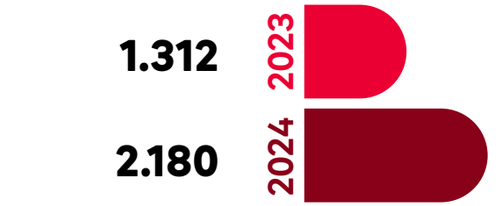
Oferecemos também um catálogo de benefícios que não consomem os pontos do programa: plano de academia, auxílio creche, empréstimo consignado, assistência jurídica, assistência financeira, programa de transição de gênero, subsídio a medicamentos, auxílio idiomas, entre outros.

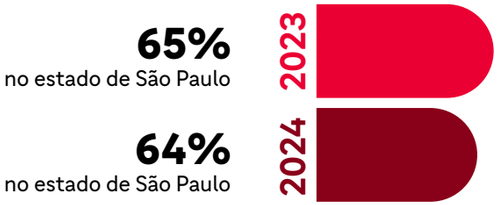
Nosso jeito de trabalhar viabiliza o trabalho remoto, inclusive com subsídio financeiro para que os FoodLovers equipem seus espaços de trabalho, além de parcerias com coworkings em todo o Brasil.

Mais de
30%
dos nossos times estão fora de São Paulo

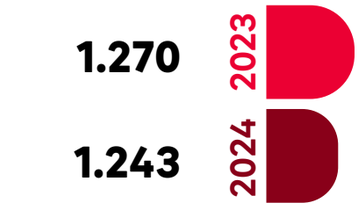
51 FoodLovers
atuam de outros países

CONTRATAÇÕES

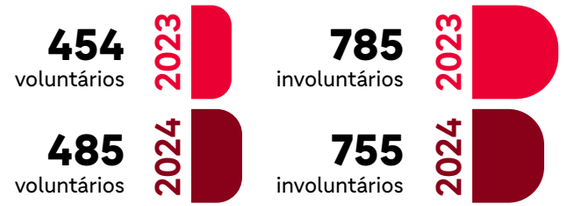




ROTATIVIDADE



DESLIGAMENTOS



(Veja tabelas sobre o tema no capítulo **Anexos**)

DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS DIVERSOS

GRI 404-2
S&P 3-3-2 Programas de desenvolvimento de funcionários;
S&P 3-4-5 Tipo de avaliação de desempenho;
S&P 3-4-7 Programas de suporte a funcionários;
S&P 4-2-1 Análise de Pessoas

O comportamento dos líderes dia a dia torna a cultura iFood ainda mais tangível para os FoodLovers. Ser capaz de lidar com diferentes perfis, mudanças e desafios, enquanto constrói uma equipe forte, é essencial para a sustentabilidade do negócio iFood.

Para desenvolver a liderança iFood, temos a Jornada Única da Liderança, que capacita os diferentes níveis de lideranças com ferramentas e práticas centradas nas pessoas, sempre levando em conta as necessidades do público alvo e os dilemas enfrentados.

A jornada começa no **Onboarding da Liderança,** que alinha e capacita novas lideranças sobre cultura, processos de gestão e papel da liderança, além de conectar os novos líderes com a alta liderança. O programa é realizado mensalmente e apresenta uma alta taxa de satisfação de 87%.

Para aprofundar essa jornada, oferecemos programas direcionados por nível:

Programa "Sou Líder, e agora?": destinado a líderes de primeiro nível (supervisores e coordenadores), este programa desenvolve habilidades-chave para gestão de times como autoconhecimento, foco em resultados, cultura iFood e feedbacks. Nos últimos dois anos mais de 900 líderes foram treinados.

Programa "Care to Dare": complementa o programa anterior com foco em potencializar habilidades de liderança. O conteúdo reforça a importância do equilíbrio entre o cuidado e o desafio para permitir que nossa liderança desenvolva seus times exponencialmente. Já temos 269 líderes formados no programa.

Programa "UPLEADER": capacita gerentes com ferramentas para autoavaliação, compreensão das equipes e formação de times de alta performance, considerando a complexidade iFood para elevar o nível de exponencialidade. O programa visa elevar a liderança adaptativa e a promoção da cultura organizacional. Nos últimos dois anos, foram treinados 263 líderes.

Programas de entrada

Nossos programas focam na evolução técnica e comportamental dos FoodLovers. Entre eles estão:

Programa iFuture: desenvolve pessoas estagiárias em habilidades empreendedoras e contexto de negócio, além de fortalecer o protagonismo para lidar com desafios. São realizados encontros mensais ministrados por fornecedores externos e internos, como a alta liderança.
Programa Meteoro: apacita jovens aprendizes em competências técnicas e comportamentais essenciais para o início de carreira, além de orientação de carreira e autoconhecimento em encontros mensais ministrados pelo time de Pessoas e líderes internos.

Desenvolvimento em áreas funcionais

O time de Desenvolvimento de Pessoas colabora com todas as áreas do iFood para alinhar necessidades de desenvolvimento com os objetivos estratégicos de diferentes áreas e unidades de negócio. Além disso, promovemos um ecossistema que facilita a aprendizagem autodirigida por meio de nossa nova plataforma interna, a Prosus Academy, oferecendo autonomia para que os FoodLovers acessem o conteúdo certo, no momento certo.

Com a Prosus Academy, ampliamos as possibilidades de desenvolvimento, oferecendo conteúdos que não só atendem as diversas formas do aprender, seja por cursos formais, artigos, livros ou vídeos, como também de provedores reconhecidos internacionalmente por sua qualidade e variedade.

A nova plataforma disponibiliza ferramentas para trabalhar *gaps* de competências, explorar novas oportunidades de aprendizado e apoiar os FoodLovers no desenvolvimento contínuo, como no seu Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). Com maior eficiência e recursos alinhados às demandas atuais, a Prosus Academy fortalece o aprendizado contínuo, impulsionando o crescimento e o sucesso do iFood.

DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

GRI 3-3 - Tema material: Diversidade, equidade e inclusão

À medida que o iFood continua a crescer, nosso ecossistema se torna cada vez mais diverso, e quanto mais diverso ficamos, mais crescemos. Atualmente, 68% dos entregadores no iFood são pessoas negras*. As mulheres também são maioria entre os consumidores do iFood, representando 57%, enquanto as pessoas negras compõem 39% desse grupo**. No perfil de parceiros temos um equilíbrio entre os gêneros feminino (47%) e masculino (49%)***. Com o contínuo crescimento da empresa, antecipamos uma diversidade ainda maior entre donos e donas de estabelecimentos parceiros, consumidores e entregadores, reforçando a diversidade não apenas como uma agenda social, mas essencial para a estratégia do negócio que transforma e gera resultados exponenciais.

Desde que estabelecemos a agenda de Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I) no iFood, em 2019, alcançamos melhorias significativas na representatividade. As lideranças femininas cresceram 64%, com um aumento de 46% nas mulheres na alta liderança. Também tivemos um crescimento de 76% na presença de pessoas negras no quadro geral e um aumento de 64% na liderança.

Em 2021, anunciamos publicamente o compromisso de avançar rapidamente em nossos percentuais de representatividade, e esses avanços transformaram profundamente tanto as pessoas quanto a cultura do iFood. Superamos a meta desafiadora de mulheres na alta liderança, alcançando 38,5% ainda em 2023. Apesar dos progressos realizados, reconhecemos o não atingimento de parte das metas no prazo e seguimos comprometidos em alcançar os mesmos objetivos nos próximos anos.

Com o término do prazo dos compromissos em dezembro de 2023, reafirmamos nosso comprometimento com a equidade, inclusão e ampliação da representatividade em nossas equipes, através de uma estratégia, que inclui abordagens personalizadas por área, desenvolvimento de uma liderança consciente, e o papel crucial da alta liderança na promoção e gestão de um ambiente seguro e inclusivo para todas e todos os FoodLovers. Essa estratégia é apoiada pela área de People e por ferramentas de inovação, tecnologia, dados, fatos e decisões compartilhadas, gerando produtos e processos dentro da nossa jornada.

Entre abril de 2023 e março de 2025 , alcançamos:

23%
de pessoas negras em cargos de liderança e

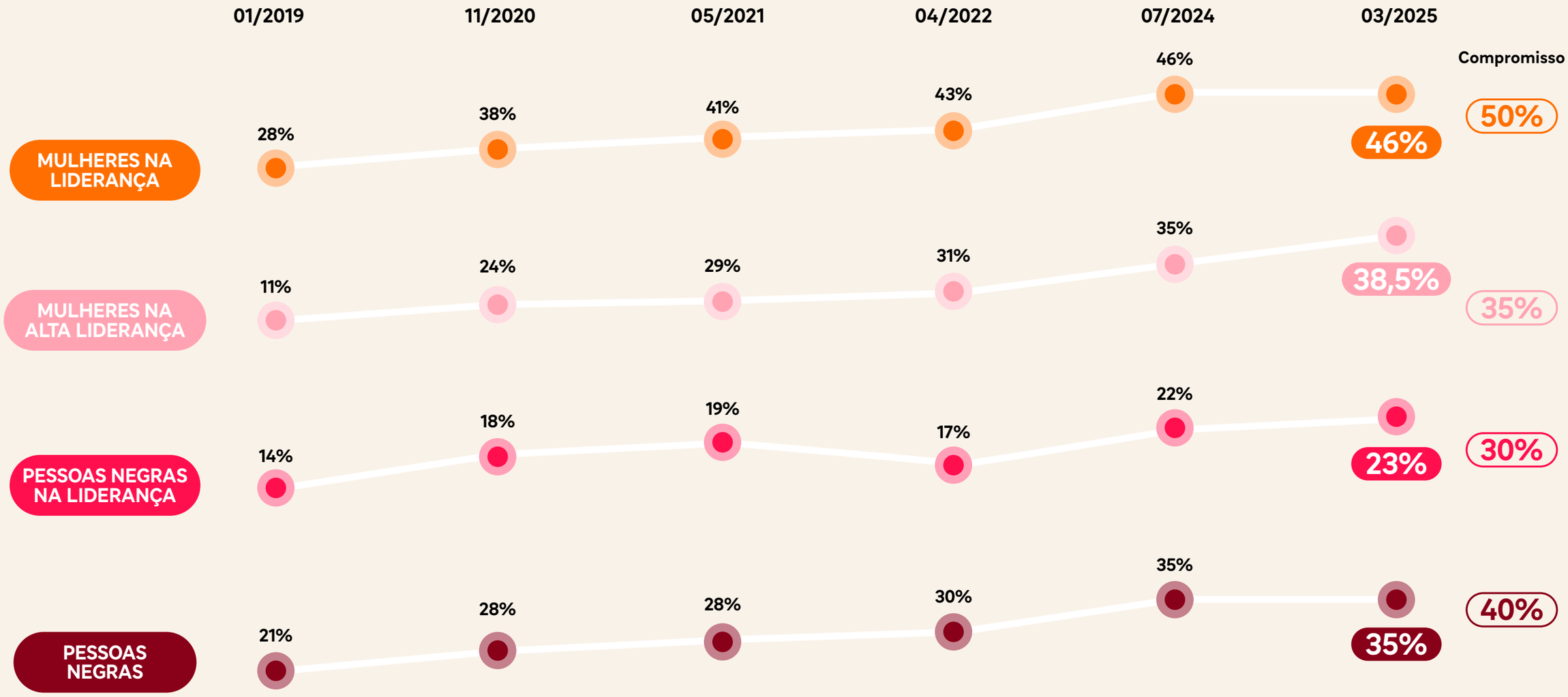
46%
de mulheres em cargos de liderança e

35%
no quadro geral

38,5%
na alta liderança

(Veja tabelas sobre o tema no capítulo **Anexos**)

*Fonte: Perfil dos entregadores é a pesquisa CEBRAP, 2025. **Fonte: Perfil do usuário iFood, Setembro 2024 (interno). *** Fonte: Perfil do Dono de Restaurante iFood, Jul 2024, n: 385.


01/2019
11/2020
05/2021
04/2022
07/2024
03/2025
Compromisso
MULHERES NA LIDERANÇA
28%
38%
41%
43%
46%
46%
50%
MULHERES NA ALTA LIDERANÇA
11%
24%
29%
31%
35%
38,5%
35%
PESSOAS NEGRAS NA LIDERANÇA
14%
18%
19%
17%
22%
23%
30%
PESSOAS NEGRAS
21%
28%
28%
30%
35%
35%
40%

INCLUSÃO E PERTENCIMENTO

Em uma cultura que valoriza a alta performance e desafia FoodLovers a saírem diariamente de suas zonas de conforto, é fundamental atuarmos para garantir um ambiente seguro psicologicamente. Aliado a isso está a nossa mentalidade de que a inclusão é parte da formação de equipes mais plurais e, consequentemente, mais realistas e inovadoras.

Trabalhamos com grupos de afinidade para endereçar temas ligados a públicos específicos. São eles:

GRUPOS DE AFINIDADE

Pólen é o conjunto dos nossos cinco grupos de afinidade: Empodera Elas, Orgulho Negro, LGBTI+Amor, Corpo Livre e Sem Barreiras. Formados por FoodLovers de grupos sub-representados e aliados, eles promovem conexão humana, inclusão e pertencimento.

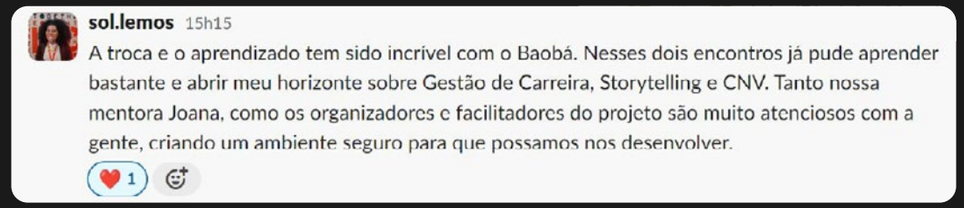
OUTROS MOVIMENTOS RECENTES NA AGENDA RACIAL

Desde 2021 somos signatários do Pacto pela Promoção da Equidade Racial que incentiva as empresas na jornada de evolução estruturada de inclusão e equidade para as pessoas negras em seus times, além de promover agendas de pertencimento que fortalecem ainda a rede de profissionais negros e negras no Brasil.

Em 2023, nos unimos ao movimento Carreiras Com Futuro, uma iniciativa voltada para a inclusão de profissionais negros em parceria com outras empresas. Juntas, buscamos promover o desenvolvimento de carreira para profissionais negros em todos os níveis organizacionais, inspirando mais empresas a criar ambientes de trabalho verdadeiramente inclusivos.

Baobá

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO PARA **PESSOAS NEGRAS**



Em fevereiro de 2024, lançamos o projeto Baobá, uma iniciativa pioneira focada no desenvolvimento de carreira para FoodLovers negros, reafirmando nosso compromisso com a diversidade, equidade e inclusão. O programa foi desenhado para oferecer trilhas de desenvolvimento contínuas, combinando teoria e prática, com o suporte de consultorias especializadas, como a Crescimentum e a Humãnare, para garantir a profundidade e a relevância dos conteúdos. Estruturado em módulos, o Baobá abordou temas essenciais, como carreira e protagonismo, habilidades de comunicação, gerenciamento de tempo e priorização, mentalidade de crescimento, gestão de projetos e resolução de problemas. Além disso, incluiu atividades práticas, como role-playing scenarios e discussões em grupo, que ajudaram a transformar o aprendizado em ações concretas no dia a dia profissional.

Com um total de 1.676 horas de capacitação, o programa contou com a participação de 276 FoodLovers elegíveis, provenientes de diferentes níveis de cargos, e recebeu 317 inscrições. O Baobá teve uma excelente aceitação, alcançando um Net Promoter Score (NPS) médio de 91, superando a meta estabelecida de 85, e mantendo uma média de 45 participantes por encontro. Os participantes destacaram o ambiente seguro e acolhedor para discussões e o impacto dos conteúdos na construção de suas carreiras, ressaltando a relevância das ferramentas apresentadas.

Entre os benefícios oferecidos pelo programa estão a certificação de conclusão para participantes com pelo menos 80% de presença, reconhecimento para os top 10 de cada turma e o dobro da verba do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) para os participantes que se destacaram nas avaliações de desempenho. O programa também fomentou a troca de experiências e o networking entre os participantes, com um canal exclusivo no Slack que ampliou o engajamento e a interação.

A primeira etapa foi concluída com sucesso e, como forma de sustentação, estamos trabalhando para aprimorar as próximas edições, atualizando os temas conforme as necessidades das pessoas, do negócio e demandas da contemporaneidade.

Nossa principal métrica de inclusão

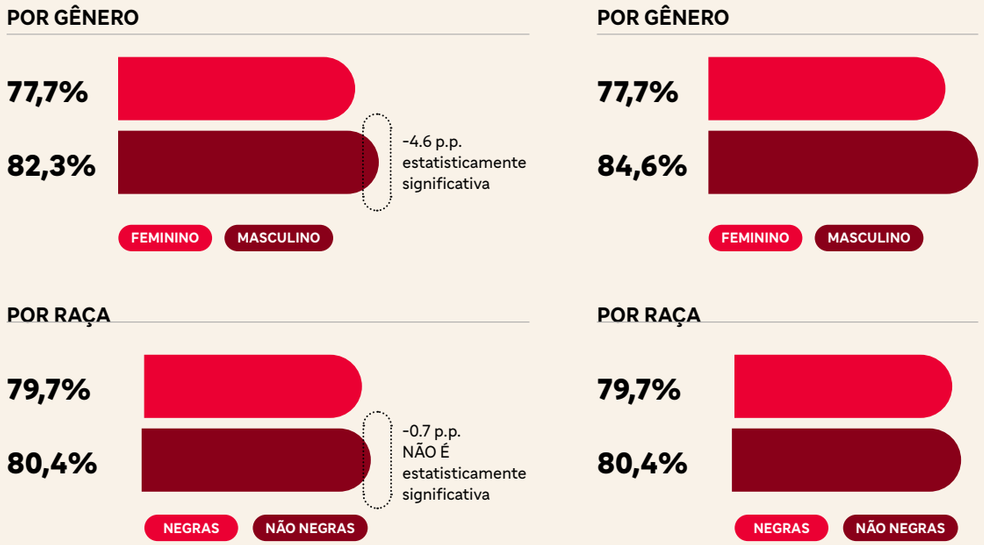
Em 2021, introduzimos o Índice de Segurança Psicológica (ISP) para avaliar a inclusão de grupos sub-representados, por meio de uma pesquisa anual. Baseado na metodologia da **Dra. Amy Edmondson**, o índice mede a segurança psicológica no trabalho em termos de expressão, interação, aprendizagem e pertencimento.

Em 2023, realizamos a integração estratégica do ISP com nossa principal ferramenta de pulso, a Fala Aí. Essa mudança permite uma avaliação mais contínua, com atualizações trimestrais em vez de anuais. Alinhada a outros indicadores de People, a Fala Aí automatiza o processo e facilita o monitoramento naturalizado da segurança psicológica no ambiente de trabalho.

Nos últimos dois anos, mantivemos uma média de 8,7 no ISP, avançando em nossa meta de reduzir a diferença entre o índice de grupos minorizados e os demais FoodLovers. Com a evolução da ferramenta, os líderes agora têm a capacidade de agir de forma mais consistente e imediata com base nos resultados.

Com o ajuste da pesquisa em dez/23, passamos a acompanhar a Segurança Psicológica através do pilar **"O time se sente seguro, respeitado e incluído"** da Fala Aí.

Mar/2024



FALA AÍ

A Fala Aí foi criada para monitorar o bem-estar, clima organizacional e a atuação da liderança de forma eficiente. Funciona como um mecanismo para coletar percepções dos FoodLovers em momentos estratégicos de sua jornada no iFood. Ao centralizar todas as pesquisas em um único sistema, proporcionamos à liderança e aos BPs (Business Partners) acesso simplificado aos resultados e insights, acelerando a tomada de decisões e impulsionando ações transformadoras baseadas em dados confiáveis.

Ao desenvolver times e lideranças cada vez mais orientados por dados, essa integração com ferramentas de análise reforça nossa abordagem estratégica, garantindo soluções sustentáveis a longo prazo.

SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 403-1; 403-2; 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8
S&P 1-4-1 Gestão de Riscos
S&P 3-4-1 Política de SST
S&P 3-4-2 Programas de SST
S&P 3-4-9 Tendência de bem-estar dos funcionários

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

Somos mais de 6.600 FoodLovers em nossos escritórios. Verificamos a documentação e a capacitação de todos os profissionais terceirizados para garantir que exerçam suas atividades conforme as funções específicas pelas quais foram contratados. Além disso, oferecemos treinamento de integração focado em segurança e prevenção de riscos antes do início de suas atividades em nossas instalações. As reuniões da CIPA e o Manual de Segurança fornecem atualizações e informações essenciais sobre boas práticas e normas.

Para monitorar e mitigar riscos ocupacionais, seguimos a hierarquia de controle de riscos, composta por cinco níveis: eliminação, substituição, controle de engenharia, controle administrativo e uso de EPIs. Esse sistema fortalece a saúde e segurança de todos os profissionais envolvidos. Com base em nosso monitoramento contínuo, não foram identificados riscos ocupacionais significativos diretamente ligados às nossas operações.

iDoc
Jeito iFood de Cuidar

O programa iDoc de Atenção Primária à Saúde é focado no atendimento multidisciplinar acessível por ferramentas internas, focado na prevenção e na promoção da saúde e bem-estar. Inclui análise ergonômica do trabalho, abordando riscos e medidas de prevenção. O programa conta com treinamentos contínuos, horários flexíveis, comunicação clara, um canal confidencial, e estratégias para minimizar riscos. Todos os serviços do trabalho são comunicados por meio de nossos canais digitais. No último ciclo, iniciamos o programa iDoc LifeStyle, incentivando a mudança de hábitos com acompanhamento profissional.

PROGRAMA DE PARENTALIDADE

Oferecemos licença-maternidade de 180 dias desde 2019, e licença-paternidade de 60 dias desde 2021. O benefício inclui parentalidade por adoção e casais homoafetivos bem como os heteroafetivos, promovendo laços familiares mais fortes e uma adaptação tranquila após a chegada de um filho.

Temos o programa iFamily para oferecer suporte direcionado em três trilhas:

- Consultoria de maternidade e carreira com suporte médico, nutricional e psicológico para gestantes;
- Flexibilidade de horários para acompanhar consultas e exames para parceiros e parceiras;
- Cartilha e orientações para líderes apoiarem mamães e papais em suas equipes.

Para quem pretende entrar no processo de adoção, oferecemos um guia do processo, suporte jurídico, financeiro e social. Na fase de adaptação, disponibilizamos apoio psicológico.

O programa iFamily também apoia o retorno gradual dos FoodLovers após a licença, com uma reintegração cuidadosa e atualização sobre mudanças na empresa, um processo essencial durante a adaptação.

Governança

GRI 2-1, 2-23
GRI 3-3 - Tema material: Governança, Gestão de Riscos & *Compliance*
S&P 1-4-1 Gestão de Riscos

Somos uma empresa de capital fechado com liderança sólida, comprometida com a transparência e orientada por valores que promovem resultados íntegros, equidade e responsabilidade corporativa.

Nossa governança corporativa é sustentada por políticas e práticas que visam identificar, avaliar e gerenciar riscos, além de gerar impacto positivo em nossa cadeia de valor. Reconhecemos a importância do nosso compromisso com todas as partes do nosso ecossistema: Foodlovers, fornecedores, entregadores, restaurantes e estabelecimentos parceiros e consumidores finais.

A área de GRC (Governança, Riscos e *Compliance*), composta por especialistas, desempenha um papel fundamental na promoção das melhores práticas nos temas de suas competências. Esta área fornece ferramentas para incentivar a gestão eficiente, segura e escalável de riscos de *compliance* e processos, alinhando nossa estratégia de negócios à complexidade dos desafios enfrentados.

Para orientar nossa práticas internas, disponibilizamos documentos fundamentais de GRC que tratam de temas essenciais como:

- Código de Ética e Conduta;
- Política de *Compliance*;
- Política do Canal de Denúncias;
- Política Anticorrupção;
- Política de Relacionamento com Agentes Públicos;
- Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo;
- Política de Sanções Internacionais e Controles de Exportação;
- Política de Conflito de Interesses;
- Política de Doações e Patrocínios;
- Política de Gestão de Riscos

Estes documentos são revisados regularmente e estão disponíveis para consulta nos canais internos oficiais. Além disso, a área de GRC também promove treinamentos e orientações voltados tanto para todos os FoodLovers quanto para grupos específicos. Essas iniciativas garantem a disseminação de conceitos essenciais, exemplos práticos e sugestões de metodologias recomendadas para situações concretas.

ESTRUTURA E MOVIMENTAÇÕES INSTITUCIONAIS

GRI 2-9, 2-12, 2-13, 2-14
S&P 1-2-1 Independência do Conselho
S&P 1-2-2 Tipo de Conselho

A presidência e a diretoria executiva são responsáveis por definir o planejamento estratégico da companhia, considerando também os impactos relacionados ao desenvolvimento sustentável. O Conselho de Administração, está baseado na Prosus - principal investidora do iFood e sediada na Holanda, e é responsável por aprova decisões estratégicas que têm influência direta sobre nossos *stakeholders*. Possuímos uma matriz de Governança bem estruturada, que abrange temas estratégicos para o grupo. Além disso, contamos com dois comitês específicos no Brasil, formados pela alta liderança: o Comitê de Auditoria e Risco e o Comitê de Ética.

Em Maio de 2024, passamos por mudanças significativas na composição de nossa liderança. Fabricio Bloisi tornou-se presidente da Prosus, enquanto Diego Barreto assumiu a presidência do iFood.

Diego Barreto, que está no iFood desde 2018, iniciou como CFO e vice-presidente de Finanças e Estratégia, contribuiu ativamente para a consolidação do modelo de gestão da empresa e para o fortalecimento de nossa cultura corporativa. Ele desempenhou um papel importante em momentos cruciais, incluindo o início das operações de logística e a expansão para novos segmentos, como mercado, farmácia, *pet shops,* benefícios e serviços financeiros.

Com a nova liderança dando continuidade aos avanços conquistados nos últimos anos, especialmente em investimentos direcionados ao nosso ecossistema, geração de valor para os entregadores e crescimento de negócio para restaurantes e estabelecimentos. A partir de julho de 2024, Fabricio Bloisi passou a liderar uma operação com mais de 100 empresas. O executivo atribui o sucesso do iFood a uma equipe altamente dedicada aos constantes investimentos em inovação, que consolidaram o impacto positivo da empresa em seu segmento.

Comitê de Ética

Nosso Comitê de Ética é formado por representantes de diversas áreas, incluindo *Compliance*, Tecnologia, Investigações Corporativas, Jurídico, People, Impacto & Sustentabilidade. Com atuação independente, o Comitê delibera sobre os casos relacionados ao nosso Código de Ética e Conduta. As reuniões ocorrem mensalmente ou extraordinariamente, sempre que necessário.

Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos

Criado em Janeiro de 2022, embora informal, é composto por quatro membros e realiza encontros trimestrais com lideranças-chave. Esses encontros são voltados para a discussão de temas relacionados ao Programa de *Compliance*, Controles Internos, Jurídico, Finanças e Tecnologia.

PROGRAMA DE INTEGRIDADE

GRI 2-24, 2-25, 2-26

O Programa de Integridade tem como objetivo proteger nossos negócios e gerar impactos positivos em nossa cadeia de valor. Fundamentado em oito pilares, o programa foca em prevenir, detectar e remediar ações de não conformidade com os valores e princípios previstos em nosso **Código de Ética e Conduta**, políticas e procedimentos internos, além das legislações aplicáveis.

As políticas internas abordam temas-chave como:

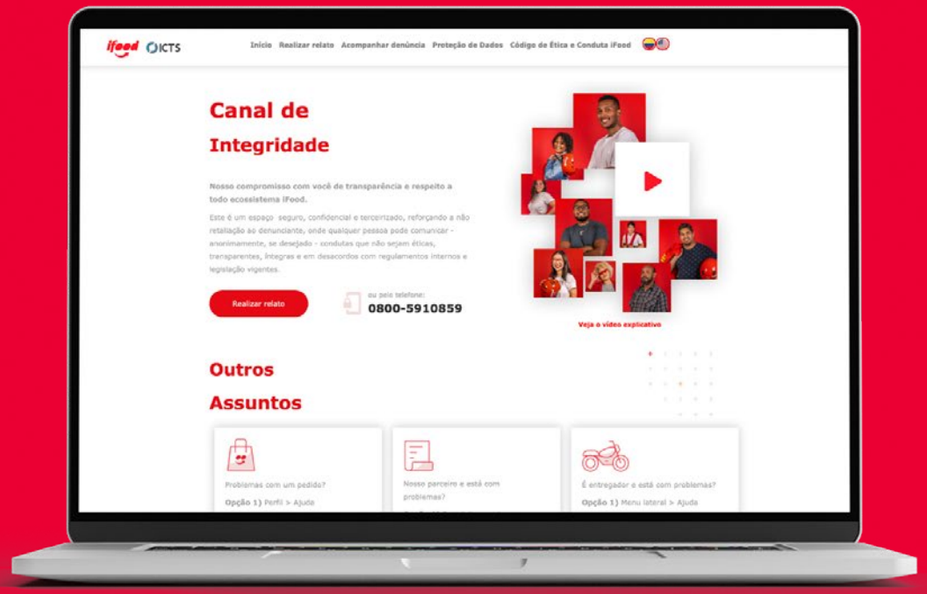
- Anticorrupção;
- Canal de Integridade ;
- *Compliance*;
- Conflito de Interesses;
- Doações e Patrocínios;
- Interação com agentes públicos;
- Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo;
- Sanções Internacionais e Controles de Exportação.

O Canal de Integridade pode ser acessado por:

- Site institucional (públicos interno e externo)
- Portal de *Compliance* (público interno)
- Bots internos
- Telefone: 0800 591 0859 (públicos interno e externo)

Após o registro, as denúncias são investigadas com base em metodologias estruturadas e amparo legal. Nos casos comprovados de infração ao Código de Ética e Conduta, políticas e diretrizes internas e/ou leis aplicáveis, são aplicadas as medidas disciplinares apropriadas.

www.canaldeintegridade.com.br/ifood/



AI for Good

GRI 2-15
S&P 4-1-1 Política de Inteligência Artificial;
S&P 4-1-2 Inteligência Artificial e Desempenho ESG

As ferramentas de inteligência artificial e automação são amplamente utilizadas em nossos processos internos. Um exemplo significativo é o processo de gestão de conflito de interesses, que abrange desde a fase de preenchimento inicial de formulário até as etapas de controle e monitoramento. Esse processo é realizado por meio de ferramenta automatizada, desenvolvida para assegurar que 100% dos FoodLovers tenham acesso ao formulário e a oportunidade de reportar potenciais conflitos de interesses. Os conflitos de interesses que podem ser registrados incluem: Relacionamento entre Foodlovers; com fornecedor; com estabelecimento parceiro; com empresa concorrente; com agente público; com organizações sem fins lucrativos; e outros tipos de conflitos de interesses.

Esse sistema automatizado garante transparência, eficiência e abrangência no processo, fortalecendo nossos valores de integridade e responsabilidade corporativa.

COMBATE À CORRUPÇÃO

GRI 205-1, 205-2, 205-3
S&P 1-5-2 Códigos de Conduta
S&P 1-5-3 Corrupção e Suborno
S&P 1-5-4 Códigos de Conduta: Sistemas / Procedimentos
S&P 1-7-1 Código de Conduta do Fornecedor

Avaliamos os riscos de corrupção em todas as nossas operações, considerando suas particularidades, o mercado de atuação, os produtos oferecidos e o relacionamento com agentes públicos. Essa avaliação é fundamental na condução de contratações e operações que envolvem terceiros, garantindo que nossos processos estejam bem definidos para conhecer profundamente nossos clientes, parceiros e fornecedores.

Nosso compromisso com a integridade e a prevenção a riscos é reforçado no Código de Ética e Conduta, que destaca nossa intolerância à corrupção, com práticas estritas e em conformidade com as normas e legislações nacionais e internacionais de combate à corrupção.

Além disso, nosso Programa de *Compliance* inclui uma robusta Política Anticorrupção que reflete nosso posicionamento firme de não aceitar qualquer forma de corrupção, 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. Nesse contexto, todos os membros dos Comitês e 100% FoodLovers foram comunicados sobre a Política Anticorrupção e receberam treinamentos específicos sobre o tema.

Estendemos nossas práticas e compromissos à nossa cadeia de valor, exigindo 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 e

Financiamento de Terrorismo, de seu financiamento ou de atos a ele correlacionados (lei nº 9.613/98), a Lei de Sanções impostas por resoluções do Conselho de Segurança das Nações Unidas (Lei n. 13.810/2019), bem como adotem as boas práticas e padrões anticorrupção internacionais, estabelecidos na Lei sobre a Prática de Corrupção no Exterior dos EUA (US Foreign Corrupt Practices Act, FCPA) e a Lei Antissuborno do Reino Unido (UK Bribery Act) e outras regulamentações correlatas aplicáveis.

Também exigimos a implementação de práticas sólidas de integridade e controles internos de todos os envolvidos, com o objetivo de prevenir atos de corrupção, fraude, práticas ilícitas e/ou lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.

Vale reforçar que, durante o período do relatório, não tivemos qualquer contrato rescindido por violações relacionadas à corrupção.

TREINAMENTOS E COMUNICAÇÃO

A área de *Compliance* é responsável por planejar, implementar e monitorar diversos treinamentos que estão disponíveis em ferramentas internas e acessíveis a todos os colaboradores. Como parte de nossas iniciativas de capacitação, mantemos um **Programa Anual de Treinamento e Comunicação (PATC)**, alinhado às prioridades estratégicas e aos riscos identificados em nosso contexto organizacional e tem como objetivo capacitar os colaboradores sobre temas-chave, promover a disseminação de valores éticos e reforçar o compromisso com a conformidade em todas as áreas da empresa.

Este plano prevê estratégias de comunicação que reforçam mensagens relacionadas a práticas éticas e integridade, utilizando diversos canais internos, como e-mails, bots automatizados, murais digitais e ferramentas de comunicação em massa. Para grupos focais, como lideranças e times de alta exposição a riscos (ex.: áreas de negócios e relacionamento com terceiros), o programa oferece capacitações mais detalhadas e customizadas, garantindo maior relevância e impacto.

Além disso, a área também acompanha os indicadores de engajamento com os treinamentos e, periodicamente, apresenta os resultados 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; Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Anticorrupção.

Por meio do PATC, fortalecemos a construção de uma cultura organizacional baseada na ética, conformidade e compromisso com as melhores práticas.

AVALIAÇÃO DE RISCOS

GRI 201-2
S&P 1-4-2 Riscos Emergentes

Periodicamente, realizamos avaliação de riscos de *Compliance*, processos e sistemas, utilizando metodologias reconhecidas internacionalmente.Essa prática tem como objetivo oferecer visibilidade aos *stakeholders* sobre os pontos críticos e que exigem atenção e/ou tomada de decisão.

Trabalhamos em estreita colaboração com as equipes de negócios para identificar riscos, propor ações e implementar controles mitigatórios que garantam maior segurança e eficiência nas operações.

Além disso, ampliamos o nosso escopo de avaliação para incluir riscos relacionados às mudanças climáticas e riscos físicos que podem impactar diretamente a operação das nossas frotas. Essa abordagem assegura que estamos preparados para enfrentar desafios emergentes e continuar fortalecendo nossa estratégia de mitigação de riscos em todos os níveis.

GESTÃO FISCAL E TRIBUTÁRIA

GRI 207-1, 207-2, 207-3
S&P 1-4-1 Gestão de Riscos

Nossa abordagem tributária é estratégica e 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 Jurídico, Diretor Tributário e CFO, garantimos uma estratégia eficiente. Também possuímos uma área jurídica dedicada exclusivamente aos assuntos regulatórios do grupo, assegurando a nossa conformidade regulatória.

Além disso, adotamos procedimentos e fluxos que visam aderência às regulamentações contábeis e tributárias aplicáveis, 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 uma equipe interna especializada, além de auditorias internas, auditorias independentes, auditorias do nosso investidor e consultorias pontuais para aprimoramento dos processos internos e fortalecimento da governança.

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

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 contribuímos 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 os 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.

Gestão de terceiros

Adotamos um um processo bem definido de *"due diligence"* para terceiros e parceiros, realizado no início da nossa parceria. Neste processo, são avaliados os critérios de integridade, privacidade e segurança da informação durante o momento do cadastro.

A cláusula de *Compliance* e anticorrupção integra os contratos com terceiros, garantindo que estes parceiros tenham ciência e pleno alinhamento a nossos valores éticos e de integridade. Além disso, é exigido o aceite/ciência ao Código de Ética e Conduta de Terceiros, reforçando o compromisso com os princípios que regem nossas operações.

Medidas disciplinares

Após o registro de uma denúncia no Canal de Integridade, uma empresa terceirizada realiza a validação e análise inicial do caso. Posteriormente, a ocorrência é disponibilizada no portal interno para a área de investigações corporativas, que conduz apurações imparciais e qualificadas, seguindo as diretrizes estabelecidas no Código de Ética e Conduta.

Os casos podem ser classificados como procedentes, parcialmente procedentes, improcedentes, dados insuficientes ou fora de escopo.

Essas classificações são discutidas mensalmente no Comitê de Ética, composto por representantes das áreas de *Compliance*, Jurídico, Investigações, Pessoas, Diversidade & Inclusão, Impacto Social e Tecnologia. O comitê delibera sobre as medidas disciplinares cabíveis, quando necessário.

Após a decisão, as ocorrências são encerradas na plataforma e o protocolo do denunciante é atualizado, permitindo consultas sobre o andamento e a conclusão da denúncia.

Tratamento dos riscos

Com base nas avaliações de riscos realizadas, planos de ação são definidos de acordo com o nível de criticidade. As medidas podem incluir:

- Eliminação do risco
- Redução do risco
- Compartilhamento do risco
- Aceitação do risco (quando justificado pela probabilidade e impacto)

Essas decisões são tomadas com base em análises cuidadosas que equilibram a probabilidade do evento e seu potencial impacto.

Imagem gerada por IA.

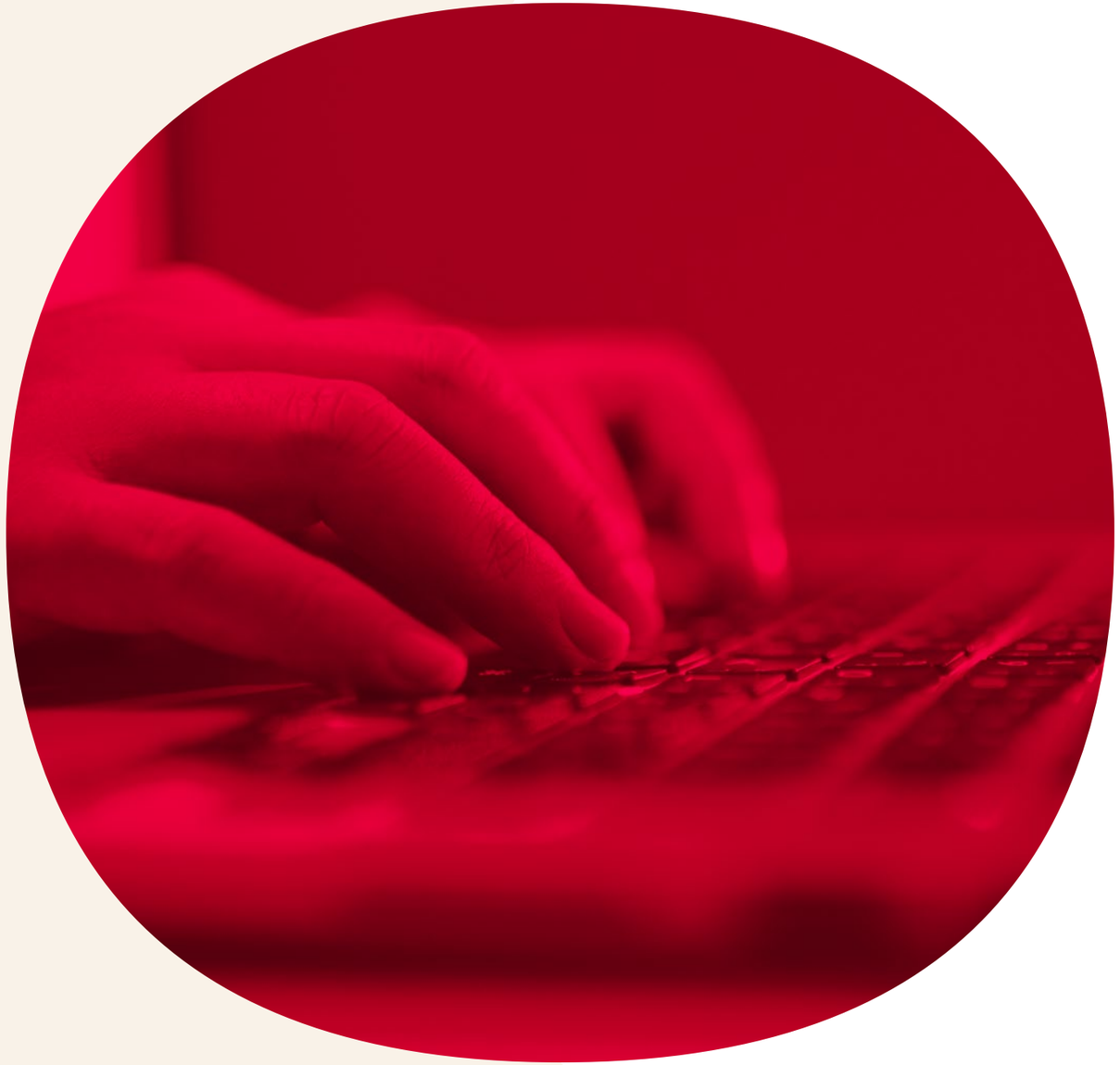
SEGURANÇA DE DADOS

SASB TC-IM-220a.4, SASB CG-EC-220a.1, SASB CG-EC-220a.2, SASB CG-EC-230a.1, ASB CG-EC-230a.2
S&P 1-4-1 Gestão de Riscos
S&P 1-9-1 Segurança de TI/Governança de segurança cibernética
S&P 1-9-2 Segurança de TI/Medidas de segurança cibernética
S&P 1-9-3 Segurança de TI/Processo e infraestrutura de segurança cibernética
S&P 1-9-4 Segurança da informação da MSA/Segurança cibernética e disponibilidade do sistema
S&P 3-6-1 Política de Privacidade: Sistemas / Procedimentos
S&P 3-6-2 Informações de Privacidade do Cliente

Adotamos medidas de segurança, como antivírus, patches de segurança, proteção de rede com firewall, gestão de dispositivos móveis e ferramentas de prevenção de perda de dados. Avaliamos nossos fornecedores quanto a requisitos de segurança e realizamos treinamentos sobre segurança. Temos comitês de risco e segurança mensal e trimestralmente para revisar e gerir os riscos de tecnologia. No período relatado, não houve violações de dados identificadas.

Utilizamos os princípios da legislação de proteção de dados pessoais, em especial a Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018), para orientar a implementação de medidas técnicas e organizacionais que garantam a privacidade e a proteção dos dados em nossos processos internos como um todo.

Os dados são tratados mediante alto grau de segurança por meio da implementação das melhores práticas de privacidade e de proteção de dados em uso pelo mercado, como técnicas de criptografia, monitoramento e testes de segurança periódicos, conforme detalhado em nossas Declarações de Privacidades do **Portal de Privacidade.**



Engajamento com *stakeholders*

GRI 2-28; 2-29; 413-1
S&P 1-5-1 Associação ao Pacto Global da ONU

Imagem gerada por IA.

Mantemos relacionamentos transparentes e produtivos com diversos *stakeholders* para fortalecer vínculos, apresentar projetos e esclarecer dúvidas. Nossas atividades são adaptadas às necessidades de cada grupo, sempre baseadas em comunicação clara, escuta ativa, integridade, gestão de expectativas e resolução de conflitos.

Entre os grupos com os quais nos relacionamos estão as academias, governos, lideranças políticas, formadores de opinião, ONGs, clientes, donos e donas de restaurantes, fornecedores, concorrentes, entregadores, acionistas e investidores, além dos nossos FoodLovers. Participamos, inclusive, de associações e entidades que atuam em áreas relacionadas aos nossos negócios.

Junto com nossos *stakeholders* conseguimos acelerar nossa atuação em momentos relevantes e emergenciais, como frente à tragédia no Rio Grande do Sul em 2024.

ABF Associação Brasileira de Franchising

A Associação Brasileira de Franchising é a principal representante do mercado de franquias no Brasil, promovendo capacitação, regulamentação e eventos, como a ABF Franchising Expo. Possui mais de 1.700 associados e fomenta o setor nacional e internacionalmente.

abrasel

A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes representa e desenvolve o setor de alimentação fora do lar, promovendo a gastronomia, qualificação profissional e eventos, além de atuar em políticas públicas e suporte ao empreendedorismo.

Ação da Cidadania

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.

Amigos do Bem

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.

AMOBITEC Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia

A Associação Brasileira de Mobilidade e Tecnologia (Amobitec) reúne empresas líderes em soluções tecnológicas inovadoras de mobilidade, com atuação em serviços de transporte individual, de entregas e de transporte rodoviário de passageiros. Atua para defender a inovação, eficiência e democratização no transporte de pessoas e bens.

ANR

A Associação Nacional de Restaurantes representa o setor de food service no Brasil, atuando em defesa dos interesses de empresários e promovendo iniciativas de redução de desperdício alimentar e sustentabilidade.

AYA EARTH PARTNERS

A AYA Earth Partners promove a transição do Brasil para uma economia regenerativa e carbono zero, oferecendo soluções de descarbonização e mentoria, além de colaborar com setores para práticas sustentáveis.

camara-e.net Câmara Brasileira da Economia Digital

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.

CAPITALISMO CONSCIENTE BRASIL

O Capitalismo Consciente Brasil (CCB) é representante oficial do Conscious Capitalism Inc., movimento global originado nos EUA. A instituição atua na área de educação corporativa e acredita no poder da iniciativa privada para gerar impacto positivo na sociedade.

CIEE

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 em todo o Brasil.

conecta

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.

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.

O Fórum Econômico Mundial é uma organização internacional que promove a cooperação público-privada. Desde sua fundação em 1971, como uma entidade independente e imparcial, fornece uma plataforma global para líderes discutirem e colaborarem em desafios globais complexos. Destaca-se por reuniões anuais como o Fórum de Davos, focando em inovação e diversidade de pensamento para melhorar o estado do mundo.

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.

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.

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 executar programas de transformação sistêmica como o Favela 3D.

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.

Criado em 1994, a partir do sonho do Ayrton Senna, atua com crianças e jovens no desenvolvimento de seus potenciais por meio da Educação. Por meio dos seus projetos que atendem milhares de crianças e jovens, em todo o país, tem como principal objetivo acelerar a educação do Brasil.

Fundado em 1999, o Instituto beneficia, anualmente, milhares de crianças e jovens que precisam de apoio durante o tratamento do câncer infanto-juvenil. Com sede no Rio de Janeiro, atua em todo o território nacional. É 100% mantido por doações de pessoas jurídicas e físicas.

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.

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.

O Pacto de Promoção da Equidade Racial é uma iniciativa que propõe implantar um Protocolo ESG Racial para o Brasil, trazendo a questão racial para o centro do debate econômico brasileiro e atraindo a atenção de grandes empresas nacionais e multinacionais da sociedade civil para o tema.

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.

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 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.

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.

A Zetta é uma associação que reúne instituições financeiras e de pagamentos com foco em inovação e inclusão no mercado financeiro brasileiro, atuando como referência no avanço da digitalização do setor.

Glossário

AMBIDESTRIA

A cultura ambidestra é a habilidade das empresas de 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*.

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 entender, quantificar e gerenciar as suas emissões de GEE

LLM (LARGE LANGUAGE MODEL)

A Large Language Model (Grande Modelo de Linguagem, na tradução livre) é um modelo de aprendizado de máquina treinado para aprender a partir de bases de dados enormes. O modelo é capaz de compreender contextos, significados e linguagens e desenvolver respostas em textos.

NOVA ECONOMIA

Nova Economia refere-se a um novo modelo de negócio, com base no investimento em tecnologia, inovação, gestão ágil, com hierarquias mais flexíveis, diversidade de pessoas e foco na **agenda ESG.**

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.

Anexos

FoodLovers

GRI 2-7

2-7-A: TOTAL DE EMPREGADOS, DISCRIMINANDO ESTE TOTAL POR GÊNERO E POR REGIÃO.

S&P 3-1-4 Desagregação da força de trabalho: Gênero
S&P 3-1-5 Desagregação da força de trabalho: Raça/Etnia e Nacionalidade

2023

Região	Feminino	Masculino	Outro	Não divulgado	TOTAL
Centro-Oeste	44	100	1	0	**145**
Nordeste	170	234	3	0	**407**
Norte	23	29	1	0	**52**
Sudeste	2.078	2.145	23	3	**4.248**
Sul	185	266	3	0	**453**
Outras Regiões	5	19	1	0	**25**
TOTAL	**2.505**	**2.793**	**32**	**3**	5.330

2025

Região	Feminino	Masculino	Outro	Não divulgado	TOTAL
Centro-Oeste	58	126	1	0	**185**
Nordeste	220	291	3	0	**514**
Norte	27	27	0	0	**54**
Sudeste	2.593	2.656	13	0	**5.262**
Sul	219	333	1	0	**553**
Outras Regiões	0	0	0	0	**0**
TOTAL	**3.117**	**3.433**	**18**	**0**	6.568

GRI 2-7

2-7-B: NÚMERO TOTAL DE: I. EMPREGADOS PERMANENTES, POR GÊNERO E POR REGIÃO.

2023

Região	Feminino	Masculino	Outro	Não divulgado	TOTAL
Centro-Oeste	42	98	1	0	**141**
Nordeste	163	224	3	0	**390**
Norte	21	28	1	0	**49**
Sudeste	1.980	2.081	23	3	**4.086**
Sul	182	265	3	0	**449**
Outras Regiões	5	19	1	0	**25**
TOTAL	**2.393**	**2.714**	**31**	**3**	5.140

2025

Região	Feminino	Masculino	Outro	Não divulgado	TOTAL
Centro-Oeste	52	123	1	0	**176**
Nordeste	206	281	3	0	**490**
Norte	27	26	0	0	**53**
Sudeste	2.462	2.562	12	0	**5.036**
Sul	214	328	1	0	**543**
Outras Regiões	0	0	0	0	**0**
TOTAL	**2.961**	**3.320**	**17**	**0**	6.298

GRI 2-7

2-7-B: NÚMERO TOTAL DE: II. EMPREGADOS TEMPORÁRIOS, POR GÊNERO E POR REGIÃO.

2023

Região	Feminino	Masculino	Outro	Não divulgado	TOTAL
Centro-Oeste	7	10	0	0	**17**
Nordeste	2	1	0	0	**3**
Norte	98	64	0	0	**162**
Sudeste	3	1	0	0	**4**
Sul	**113**	**77**	**0**	**0**	190
Outras Regiões	5	19	1	0	**25**
TOTAL	**2.393**	**2.714**	**31**	**3**	5.140

2025

Região	Feminino	Masculino	Outro	Não divulgado	TOTAL
Centro-Oeste	6	3	0	0	**9**
Nordeste	14	10	0	0	**24**
Norte	0	1	0	0	**1**
Sudeste	131	94	1	0	**226**
Sul	5	5	0	0	**10**
Outras Regiões	0	0	0	0	**0**
TOTAL	**3.117**	**3.433**	**18**	**0**	6.568

GRI 2-7

2-7-A: TOTAL DE EMPREGADOS, DISCRIMINANDO ESTE TOTAL POR GÊNERO E REGIÃO

S&P 3-2-2 - Desagregação da Força de Trabalho - Gênero
S&P 3-2-3 - Desagregação da Força de Trabalho - Raça/ Etnia e Nacionalidade

2024

Grade	Feminino		Masculino		Outros	
Aprendiz (1)	53	0,41%	22	0,98%	0	0%
Assistente/Estagiário (5, 6 e 7)	392	5,20%	282	7,23%	0	0%
Ascensão (8,9 e 10)	1.338	28,51%	1.545	24,69%	1	0,02%
Não executivos (11, 12 e 13)	669	16,61%	900	12,35%	0	0%
Executivos (14+)	79	2,55%	138	1,46%	0	0%

2025

Grade	Feminino		Masculino		Outros	
Aprendiz (1)	63	0,94%	16	0,24%	1	0,01%
Assistente/Estagiário (5, 6 e 7)	436	6,52%	346	5,18%	2	0,03%
Ascensão (8,9 e 10)	1.740	26,03%	1.850	27,68%	10	0,15%
Não executivos (11, 12 e 13)	830	12,42%	1.128	16,88%	5	0,07%
Executivos (14+)	99	1,48%	158	2,36%	0	0%

2024

Grade	Branco		Amarela		Indígena		Parda		Preta		Não informado	
Aprendiz (1)	23	0,42%	1	0%	0	0,33%	33	0,02%	18	0,61%	0	0%
Assistente/Estagiário (5, 6 e 7)	324	5,98%	12	0,06%	3	1,90%	232	0,22%	103	4,28%	0	0%
Ascensão (8,9 e 10)	1.628	30,04%	98	0,04%	2	6%	831	1,81%	325	15,33%	1	0,02%
Não executivos (11, 12 e 13)	1.084	20%	62	0,04%	2	1,68%	329	1,14%	91	6,07%	1	0,02%
Executivos (14+)	176	3,25%	11	0%	0	0,07%	26	0,20%	4	0,48%	0	0%

2025

Grade	Branco		Amarela		Indígena		Parda		Preta		Não informado	
Aprendiz (1)	40	0,60%	1	0,01%	0	0%	20	0,30%	19	0,28%	0	0%
Assistente/Estagiário (5, 6 e 7)	409	6,12%	9	0,13%	1	0,01%	258	3,86%	107	1,60%	0	0%
Ascensão (8,9 e 10)	2.098	31,39%	120	1,80%	3	0,04%	945	14,14%	433	6,48%	1	0,01%
Não executivos (11, 12 e 13)	1.370	20,50%	77	1,15%	3	0,04%	398	5,95%	112	1,68%	3	0,04%
Executivos (14+)	211	3.16%	13	0,19%	0	0%	29	0,43%	4	0,06%	0	0%

2024

Grade	Menor de 30 anos		Entre 30 e 50 anos		Maior que 50 anos	
Aprendiz (1)	75	1,38%	0	0%	0	0%
Assistente/Estagiário (5, 6 e 7)	308	5,68%	357	6,59%	9	0,17%
Ascensão (8,9 e 10)	1.382	25,50%	1.491	27,51%	11	0,20%
Não executivos (11, 12 e 13)	1.295	23,90%	269	4,96%	5	0,09%
Executivos (14+)	210	3,88%	4	0,07%	3	0,06%

2025

Grade	Menor de 30 anos		Entre 30 e 50 anos		Maior que 50 anos	
Aprendiz (1)	80	1,20%	0	0%	0	0%
Assistente/Estagiário (5, 6 e 7)	380	5,69%	397	5,94%	7	0,10%
Ascensão (8,9 e 10)	1.619	24,22%	1.960	29,32%	21	0,31%
Não executivos (11, 12 e 13)	280	4,19%	1.669	24,97%	14	0,21%
Executivos (14+)	4	0,06%	248	3,71%	5	0,07%

GRI 401-1

401-1.A: NÚMERO TOTAL E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES DE EMPREGADOS DURANTE O PERÍODO DE RELATO, POR FAIXA ETÁRIA, GÊNERO E REGIÃO.

S&P 3-1-4 Desagregação da força de trabalho: Gênero
S&P 3-1-5 Desagregação da força de trabalho: Raça/Etnia e Nacionalidade
S&P 3-4-4 Contratação;TS&P 3-4-8 Taxa de rotatividade de funcionários

2023

Região	Número de contratações	Taxa de contratações	Região	Número de contratações	Taxa de contratações
AL	9	0,69%	PE	36	2,74%
AM	1	0,08%	PI	3	0,23%
AP	0	0,00%	PR	34	2,59%
BA	26	1,98%	RJ	93	7,09%
CE	16	1,22%	RN	6	0,46%
DF	17	1,30%	RO	2	0,15%
ES	17	1,30%	RR	1	0,08%
GO	12	0,91%	RS	20	1,52%
MA	7	0,53%	SC	32	2,44%
MG	90	6,86%	SE	5	0,38%
MS	2	0,15%	SP	861	65,63%
MT	3	0,23%	TO	2	0,15%
PA	6	0,46%	Out.	1	0,08%
PB	10	0,76%	TOTAL	1.312	

2025

Região	Número de contratações	Taxa de contratações	Região	Número de contratações	Taxa de contratações
AC	2	0,09%	PB	19	0,87%
AL	6	0,28%	PE	44	2,02%
AM	5	0,23%	PI	5	0,23%
AP	1	0,05%	PR	86	3,94%
BA	45	2,06%	RJ	160	7,34%
CE	24	1,10%	RN	16	0,73%
DF	37	1,70%	RO	1	0,05%
ES	21	0,96%	RS	42	1,93%
GO	14	0,64%	SC	48	2,20%
MA	8	0,37%	SE	9	0,41%
MG	161	7,39%	SP	1403	64,36%
MS	9	0,41%	TO	4	0,18%
MT	4	0,18%	Out.	3	0,14%
PA	3	0,14%	TOTAL	2.180	

2023

Faixa etária	Número de contratações	Taxa de contratações
Abaixo de 30 anos	703	54%
De 30 a 50 anos	604	46%
Acima de 50 anos	5	0%
TOTAL	1.312	

2025

Faixa etária	Número de contratações	Taxa de contratações
Abaixo de 30 anos	1.054	48,35%
De 30 a 50 anos	1.117	51,24%
Acima de 50 anos	9	0,41%
TOTAL	2.180	

2023

Gênero	Número de contratações	Taxa de contratações
Homens	649	49%
Mulheres	663	51%
Outros	0	0%
Não informado	0	0%
TOTAL	1.312	

2025

Gênero	Número de contratações	Taxa de contratações
Homens	1.137	52,16%
Mulheres	1.040	47,71%
Outros	3	0,14%
Não informado	0	0%
TOTAL	2.180	

GRI 401-1

401-1.B: NÚMERO TOTAL E TAXA DE ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS DURANTE O PERÍODO DE RELATO, POR FAIXA ETÁRIA, GÊNERO E REGIÃO.

	2023		2025	
Faixa etária	**Número de contratações**	**Taxa de rotatividade**	**Número de contratações**	**Taxa de rotatividade**
Abaixo de 30 anos	570	32%	428	21,52%
De 30 a 50 anos	690	35%	802	19,89%
Acima de 50 anos	10	45%	13	28,85%
TOTAL	**1.270**		**1.243**	

Taxa de rotatividade: Soma dos valores de turnover mensal de cada um dos grupos. O valor foi calculado dentro dos próprios grupos.

	2023		2025	
Gênero	**Número de contratações**	**Taxa de rotatividade**	**Número de contratações**	**Taxa de rotatividade**
Homens	649	29,31%	581	20,51%
Mulheres	663	28,95%	653	20,43%
Outros	0	muito baixo	8	29,75%
Não informado	0	0%	1	-
TOTAL	**1.312**		**1.243**	

GRI 401-3

401-3.A: NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS COM DIREITO A TIRAR LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE, POR GÊNERO.

2023		2025	
Gênero	**Número total de empregados**	**Gênero**	**Número total de empregados**
Homens	2.857	Homens	3.518
Mulheres	2.532	Mulheres	3.101
TOTAL	**5.389**	**TOTAL**	**6.619**

GRI 401-3

401-3.B: NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS QUE TIRARAM LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE, POR GÊNERO.

2023		2025	
Gênero	**Número total de empregados**	**Gênero**	**Número total de empregados**
Homens	134	Homens	164
Mulheres	179	Mulheres	166
TOTAL	**313**	**TOTAL**	**330**

GRI 401-3

401-3.C: NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS QUE RETORNARAM AO TRABALHO DEPOIS DO TÉRMINO DA LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE, POR GÊNERO.

2023			
Gêneros	**Número total de empregados**	**Desligamento voluntário**	**Desligamento involuntário**
Homens	128	0	6
Mulheres	175	2	2
TOTAL	**303**	**2**	**8**

2025			
Gêneros	**Número total de empregados**	**Desligamento voluntário**	**Desligamento involuntário**
Homens	161	2	1
Mulheres	163	0	3
TOTAL	**324**	**2**	**4**

GRI 401-3

401-3.D: NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS QUE RETORNARAM AO TRABALHO DEPOIS DO TÉRMINO DA LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE E CONTINUARAM EMPREGADOS DOZE MESES APÓS SEU RETORNO AO TRABALHO, POR GÊNERO.

2023			
Gêneros	**Número total de empregados**	**Desligamento voluntário**	**Desligamento involuntário**
Homens	107	8	19
Mulheres	156	9	14
TOTAL	**263**	**17**	**33**

2025			
Gêneros	**Número total de empregados**	**Desligamento voluntário**	**Desligamento involuntário**
Homens	146	8	10
Mulheres	153	2	11
TOTAL	**299**	**10**	**21**

Capacitação e Educação

GRI 404-1

404-1.A: MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO REALIZADA PELOS EMPREGADOS DA ORGANIZAÇÃO DURANTE O PERÍODO DE RELATO, POR: I. GÊNERO; II. CATEGORIA FUNCIONAL.

S&P 3-3-2 Programas de desenvolvimento de funcionários;

Gênero	2022 Média de horas de capacitação	2023 Média de horas de capacitação	2024 Média de horas de capacitação
Todos empregados	8	25	23
Homens	9	22	24
Mulheres	10	24	26
Não informado	9	10	11
Outros gêneros	5	23	20

Categoria funcional	2022 Média de horas de capacitação	2023 Média de horas de capacitação	2024 Média de horas de capacitação
Executivos (head a c-level)	3	28	46
Não executivos (espec/liderança inicial a sênior)	6	28	28
Ascensão (sêniors e plenos)	9	10	20
Outros (demais níveis: estagiários, analistas jr e assistentes)	15	34	37

GRI 404-3

404-3.A: PERCENTUAL DO TOTAL DE EMPREGADOS, POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL, QUE RECEBERAM AVALIAÇÃO REGULAR DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA DURANTE O PERÍODO DE RELATO*.

*Elegibilidade avaliação de desempenho: Para ser elegível ao ciclo é necessário ter pelo menos 90 dias de empresa, trabalhados, durante o ciclo.

Gênero	2023 Total elegíveis a avaliação de desempenho abril a setembro 23	2023 Percentual do total de empregados abril a setembro 23	2023 Total elegíveis a avaliação de desempenho outubro a março 24	2023 Percentual do total de empregados outubro a março 24
Todos empregados	4.899	92%	4.916	91%
Homens	2.668	96%	2.632	91%
Mulheres	2.229	89%	2.275	90%
Não informado	0	0%	0	0%
Outros	2	8%	9	41%

Gênero	2024 Total elegíveis a avaliação de desempenho abril a setembro 24	2024 Percentual do total de empregados abril a setembro 24	2024 Total elegíveis a avaliação de desempenho outubro a março 25	2024 Percentual do total de empregados outubro a março 25
Todos empregados	5.383	89,96%	5.911	88,20%
Homens	2.878	91,74%	3.151	88,60%
Mulheres	2.472	87,13%	2.760	87,70%
Não informado	33	0%	0	-
Outros	0	0%	0	-

Categoria funcional	2023 Total elegíveis a avaliação de desempenho abril a setembro 22	2023 Percentual do total de empregados abril a setembro 22	2023 Total elegíveis a avaliação de desempenho outubro a março 23	2023 Percentual do total de empregados outubro a março 23	Definicação categoria
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%	sêniors e plenos
Outros	925	44%	1.275	66%	demais níveis: estagiários, analistas jr e assistentes

Categoria funcional	2024 Total elegíveis a avaliação de desempenho abril a setembro 24	2024 Percentual do total de empregados abril a setembro 24	2024 Total elegíveis a avaliação de desempenho outubro a março 25	2024 Percentual do total de empregados outubro a março 25	Definicação categoria
Executivos	222	93,28%	237	94,10%	head a c-level
Não executivos	1.683	93,71%	1.852	95%	espec/liderança inicial a sênior
Ascensão	2.202	68,53%	2.441	90,80%	sêniors e plenos
Outros	1.276	51,65%	1.381	85,80%	demais níveis: estagiários, analistas jr e assistentes

Diversidade e Igualdade de Oportunidades

GRI 405-1

405-1.A: PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS QUE INTEGRAM OS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO EM CADA UMA DAS SEGUINTES CATEGORIAS DE DIVERSIDADE: I. GÊNERO; II. FAIXA ETÁRIA: ABAIXO DE 30 ANOS, DE 30 A 50 ANOS, ACIMA DE 50 ANOS; III. OUTROS INDICADORES DE DIVERSIDADE, QUANDO RELEVANTES (TAIS COMO MINORIAS OU GRUPOS VULNERÁVEIS).

2023

Gênero	Indivíduos em órgão de governança
Homens	100%
Mulheres	0%

2025

Gênero	Indivíduos em órgão de governança
Homens	100%
Mulheres	0%

2023

Faixa etária	Indivíduos em órgão de governança
Abaixo de 30 anos	0%
De 30 a 50 anos	100%
Acima de 50 anos	0%

2025

Faixa etária	Indivíduos em órgão de governança
Abaixo de 30 anos	0%
De 30 a 50 anos	100%
Acima de 50 anos	0%

GRI 405-1

405-1.B: PERCENTUAL DE NOVOS EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL EM CADA UMA DAS SEGUINTES CATEGORIAS DE DIVERSIDADE: I. GÊNERO; II. FAIXA ETÁRIA: ABAIXO DE 30 ANOS, DE 30 A 50 ANOS, ACIMA DE 50 ANOS; III. OUTROS INDICADORES DE DIVERSIDADE, QUANDO RELEVANTES (TAIS COMO MINORIAS OU GRUPOS VULNERÁVEIS).

2023

Gênero	Executivos (14+)	Não executivos (11, 12 e 13)	Ascenção (8, 9 e 10)	Assistente/ Estagiário (5, 6 e 7)	Aprendiz (1)	Sem identificação de grade
Homens	62%	56%	52%	42%	28%	28%
Mulheres	38%	43%	47%	58%	72%	70%
Não informado	0%	1%	1%	0%	0%	2%

Faixa etária	Executivos (14+)	Não executivos (11, 12 e 13)	Ascenção (8, 9 e 10)	Assistente/ Estagiário (5, 6 e 7)	Aprendiz (1)	Sem identificação de grade
Abaixo de 30 anos	2%	17%	48%	46%	100%	31%
De 30 a 50 anos	97%	82%	51%	53%	0%	67%
Acima de 50 anos	1%	0%	0%	1%	0%	0%
Não informado	0%	1%	0%	0%	0%	2%

Cor ou raça*	Executivos (14+)	Não executivos (11, 12 e 13)	Ascenção (8, 9 e 10)	Assistente/ Estagiário (5, 6 e 7)	Aprendiz (1)	Sem identificação de grade
Preta	2%	6%	11%	15%	24%	0%
Parda	12%	21%	29%	35%	44%	1%
Branca	81%	69%	56%	48%	31%	1%
Amarela	5%	4%	3%	2%	1%	0%
Indígena	0%	1%	0%	1%	0%	0%
Não informado	0%	0%	1%	0%	0%	0%

2025

Gênero	Executivos (14+)	Não executivos (11, 12 e 13)	Ascenção (8, 9 e 10)	Assistente/ Estagiário (5, 6 e 7)	Aprendiz (1)	Sem identificação de grade
Homens	58,70%	59,52%	51,57%	50,24%	21,25%	0%
Mulheres	41,30%	40,48%	48,43%	49,29%	77,50%	0%
Outros	0%	0%	0%	0,47%	1,25%	0%

Faixa etária	Executivos (14+)	Não executivos (11, 12 e 13)	Ascenção (8, 9 e 10)	Assistente/ Estagiário (5, 6 e 7)	Aprendiz (1)	Sem identificação de grade
Abaixo de 30 anos	2,17%	25,06%	58,58%	57,11%	100%	0%
De 30 a 50 anos	95,65%	74,46%	41,09%	42,18%	0%	0%
Acima de 50 anos	2,17%	0,48%	0,23%	0,71%	0%	0%
Não informado	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Cor ou raça*	Executivos (14+)	Não executivos (11, 12 e 13)	Ascenção (8, 9 e 10)	Assistente/ Estagiário (5, 6 e 7)	Aprendiz (1)	Sem identificação de grade
Preta	2,17%	6,02%	11,71%	11,85%	23,75%	0%
Parda	17,39%	16,14%	23,41%	28,91%	26,25%	0%
Branca	76,09%	73,01%	61,59%	57,35%	48,75%	0%
Amarela	4,35%	4,82%	3,21%	1,66%	1,25%	0%
Indígena	0%	0%	0,08%	0,24%	0%	0%
Não informado	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Impacto ambiental - Resíduos

306-3

PESO TOTAL DOS RESÍDUOS GERADOS EM TONELADAS MÉTRICAS, DISCRIMINADA POR COMPOSIÇÃO DE RESÍDUOS

SASB FB-RN-150a.1
SASB FB-RN-150a.2

	2022	2023	2024
Composição dos resíduos	Resíduos gerados	Resíduos gerados	Resíduos gerados
Mix de recicláveis		43,28 t	44,74 t
Compostáveis		45,70 t	39,40 t
Rejeito		35,59 t	39,67 t
Resíduo hospitalar		1,90 t	0,00 t
Resíduos de construção civil		6,23 t	7,32 t
Lona vinílica/resíduo têxtil	0,03 t	19,71 t	0,00 t
TOTAL	**0.000,03 t**	**0,152,41 t**	**0.131,14 t**

306-5

PESO TOTAL DOS RESÍDUOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO EM TONELADAS MÉTRICAS, DISCRIMINADO POR COMPOSIÇÃO DE RESÍDUOS.

	2022	2023	2024
Composição dos resíduos	Resíduos gerados	Resíduos gerados	Resíduos gerados
Classe II / Plástico (diversos + Isopor)	N. disponível	1,87 t	2,03 t
Classe II / Ticapas de Nylon + Isopor de bags	N. disponível	0,03 t	0,00 t
Categoria / Tipo de material	N. disponível	N. disponível	N. disponível
Categoria / Tipo de material	N. disponível	N. disponível	N. disponível
TOTAL	**0.00 t**	**1,90 t**	**2,03 t**

306-5

PARA CADA OPERAÇÃO, DISCRIMINAR O PESO TOTAL EM TONELADAS MÉTRICAS DOS RESÍDUOS PERIGOSOS E DOS RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO, DENTRO E FORA DA ORGANIZAÇÃO.

S&P 2-3-2 Materiais de Embalagem

306-5-b; 306-5-c; 306-5-d

	2022			2023			2024		
Gêneros	Dentro da organização	Fora da organização	TOTAL	Dentro da organização	Fora da organização	TOTAL	Dentro da organização	Fora da organização	TOTAL
Resíduos perigosos									
Incineração (com recuperação de energia)	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**
Incineração (sem recuperação de energia)	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**
Confinamento em aterro	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**
Outras operações de disposição	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**
		TOTAL	**0,00 t**		**TOTAL**	**0,00 t**		**TOTAL**	**0,00 t**

	2022			2023			2024		
Gêneros	Dentro da organização	Fora da organização	TOTAL	Dentro da organização	Fora da organização	TOTAL	Dentro da organização	Fora da organização	TOTAL
Resíduos não perigosos									
Incineração (com recuperação de energia)	10,77 t	0,00 t	**10,77 t**	21,61 t	0,00 t	**21,61 t**	0,00 t	48,91 t	**48,91 t**
Incineração (sem recuperação de energia)	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**
Confinamento em aterro	0,00 t	50,00 t	**50,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**
Outras operações de disposição			**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**	0,00 t	0,00 t	**0,00 t**
		TOTAL	**60,77 t**		**TOTAL**	**21,61 t**		**TOTAL**	**48,91 t**

Sumário da GRI e SASB

Declaração de uso:

O iFood relatou em conformidade no GRI Stantards para o período de 1º de abril de 2023 a 31 de março de 2024.

GRI 1 usada	GRI 1 - Fundamentos 2021

					Omissão			
Divulgação geral	**Conteúdo**	**Localização - Capítulo/ Subcapítulo**	**Dados/Informações**	**Páginas**	**Motivo**	**Explicação**	**S&P**	**ODS**
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: A organização e suas práticas de relato	2-1: Detalhes da organização	Nosso ecossistema e jornada de impacto; Governança		6 e 94			1-1-1 Limites do Relatório de Sustentabilidade	
	2-2: Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização		IF-BR Comercial de Alimentos e Bebidas Ltda iFood Benefícios e Serviços Ltda iFood Com Ag de Restaurantes Online S/A (exceto Delivery Santa Fe SRL e Supera Inovações LTDA)					
	2-3: Período de relato, frequência e ponto de contato	Sobre o Relatório		126				
	2-4: Reformulações de informações		Não há informações anteriores a serem reformuladas.					
	2-5: Verificação externa		Este relatório ainda não foi submetido à verificação externa.				1-1-2 Garantia do Relatório de Sustentabilidade	
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: Atividades e Trabalhadores	2-6: Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Nosso ecossistema e jornada de impacto		6				
	2-7: Empregados	FoodLovers; Anexos	2-7-e: Não foram notadas flutuações significativas no número de empregados durante o período de relato e entre períodos de relato.		Informação indisponível/ incompleta		3-1-4 Desagregação da força de trabalho: Gênero 3-1-5 Desagregação da força de trabalho: Raça/Etnia e Nacionalidade	
	2-8: Trabalhadores que não são empregados	Nosso ecossistema e jornada de impacto		6				

GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: 3. Governança	2-9: Estrutura de governança e sua composição	Estrutura e movimentações institucionais			Informação indisponível/ incompleta	2-9.c: As informações são referente a acionista controladora do iFood e os dados não são compartilhados com o iFood.	1-2-1 Independência do Conselho 1-2-2 Tipo de Conselho	
	2-10: Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais. O modelo de indicação dos membros dos órgãos de governança e demais comitês é confidencial.		
	2-11: Presidente do mais alto órgão de governança				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais. Por ser uma empresa de capital fechado, o iFood não tem obrigação de divulgar os nomes dos membros do Conselho de Administração.	1-2-3 Presidente não-executivo/Diretor principal	
	2-12: Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Estrutura e movimentações institucionais		96				
	2-13: Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Estrutura e movimentações institucionais		96				
	2-14: Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Estrutura e movimentações institucionais		96				
	2-15: Conflitos de Interesse	AI for Good			Informação indisponível/ incompleta	Os conflitos declarados não são compartilhados com os *stakeholders*.	4-1-1 Política de Inteligência Artificial; 4-1-2 Inteligência Artificial e Desempenho ESG	
	2-16: Comunicação de preocupações cruciais				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		
	2-17: Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		
	2-18: Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		
	2-19: Políticas de remuneração				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		
	2-20: Processo para determinação da remuneração				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		
	2-21: Proporção da remuneração total anual				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: 4. Estratégia, políticas e práticas	2-22: Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Mensagem da Administração		3				
	2-23: Compromissos de política	Governança		94				
	2-24: Incorporação de compromissos de política	Governança - Programa de Integridade		97				
	2-25: Processos para reparar impactos negativos	Governança - Programa de Integridade		97				
	2-26: Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Governança - Programa de Integridade		97				
	2-27: Conformidade com leis e regulamentos				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		16
	2-28: Participação em associações	Engajamento com *stakeholders*		104			1-5-1 Associação ao Pacto Global da ONU	17

GRI 2: Conteúdos Gerais 2021: 5. Engajamento de *stakeholders*	2-29: Abordagem para engajamento de *stakeholders*	Engajamento com *stakeholders*		104				17
	2-30: Acordos de negociação coletiva		100% dos nossos colaboradores CLT são cobertos por acordos de negociação coletiva. Estagiários possuem legislação específica, porém mantemos como política interna os mesmos benefícios.					
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-1: Processo de temas materiais	Temas materiais que direcionam nossa estratégia		18			1-3-1 Análise de Materialidade 1-3-2 Questões Materiais para Criação de Valor Empresarial 1-3-3 Métricas de Materialidade para Criação de Valor Empresarial 1-3-4 Questões Materiais para Partes Interessadas Externas 1-3-5 Métricas de Materialidade para Partes Interessadas Externas	
	3-2: Lista de temas materiais	Temas materiais que direcionam nossa estratégia		18				

					Omissão			
Dimensão	**Conteúdo**	**Localização - Capítulo/ Subcapítulo**	**Dados/Informações**	**Páginas**	**Motivo**	**Explicação**	**S&P**	**ODS**
Desempenho econômico/financeiro								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Desempenho financeiro		11				
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1: Valor econômico direto gerado e distribuído	Desempenho financeiro		11			1-8-2 Relatórios fiscais	8
	201-2: Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	Restaurantes; Avaliação de riscos		30			1-4-2 Riscos Emergentes	
	201-3: Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria				Não aplicável	A Organização não possui empregados no perfil 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					
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (Restaurantes)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Restaurantes		30				
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Restaurantes - iFood Acredita; Valorização e respeito com o projeto Chega Junto; Parcerias para investimento em infraestrutura tecnológica		30, 43, 66 e 76				
	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	Restaurantes - Educação para gerar prosperidade			Informação indisponível/ incompleta	Não temos o comparativo entre os resultados do projeto de educação do iFood com outras ações nacionais ou internacionais. Este levantamento não está mapeado.		10

GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1: Proproção de gastos com fornecedores locais				Não aplicável	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	Restaurantes - iFood Acredita; Parceiros de entrega; Engajamento com *stakeholders*		43, 46 e 104				
	413-2: Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais	Parceiros de entrega			Não aplicável	Não há informação de dados negativos significativos.		
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	Indicador não mensurado pela organização.		
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (Mercados)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	iFood Pago		9				
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Valorização e respeito com o projeto Chega Junto		66				
	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	iFood Pago; Educação para ampliar prosperidade		9 e 42				
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (Fintech)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	iFood Pago		9				
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços				Não aplicável	Modelo de negócio opera sem investimentos relevantes em infraestrutura física		
	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	iFood Pago		9				
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1: Proproção de gastos com fornecedores locais	iFood Pago		9				
Fortalecimento do ecossistema e diálogo social (Entregadores)								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Parceiros de entrega		46				
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Parceiros de entrega - Valorização e respeito com o projeto Chega Junto		66				
	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	Nosso impacto econômico		10				9
Governança, Gestão de Riscos & *Compliance*								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Governança		94			1-4-1 Gestão de Riscos	

GRI 205: Combate à Corrupção 2016	205-1: Operações avaliadas quanto a riscos relacionados com a corrupção	Governança - Combate à corrupção		99			1-4-1 Gestão de Riscos; 1-5-2 Códigos de Conduta; 1-5-3 Corrupção e Suborno; 1-5-4 Códigos de Conduta: Sistemas / Procedimentos; 1-7-1 Código de Conduta do Fornecedor	16
	205-2: Comunicação e capacitaçao em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Governança - Combate à corrupção		99				16
	205-3: Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Governança - Combate à corrupção		99				16
GRI 206: Concorrência Desleal 2016	206-1: Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Acordos com o Cade		41				16
GRI 207: Tributos 2019	207-1: Abordagem tributária	Governança - Gestão fiscal e tributária		101				
	207-2: Governança, controle e gestão de riscos tributários	Governança - Gestão fiscal e tributária		101			1-4-1 Gestão de Riscos	
	207-3: Engajamento dos *stakeholders* e gestão das preocupações relacionadas com tributos	Governança - Gestão fiscal e tributária		101				
	207-4: Relatórios por 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.1: Número de usuários cujas informações são usadas para fins secundários	Segurança de dados		103			1-4-1 Gestão de Riscos; 1-9-1 Segurança de TI/Governança de segurança cibernética; 1-9-2 Segurança de TI/Medidas de segurança cibernética; 1-9-3 Segurança de TI/Processo e infraestrutura de segurança cibernética; 1-9-4 Segurança da informação da MSA/ Segurança cibernética e disponibilidade do sistema; 3-6-1 Política de Privacidade: Sistemas / Procedimentos; 3-6-2 Informações de Privacidade do Cliente	
	CG-EC-220a.2: Descrição de políticas e práticas relacionadas a publicidade comportamental e privacidade do usuário	Segurança de dados		103				
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	Segurança de dados		103				
SASB: Segurança de dados	CG-EC-230a.1: Descrição da abordagem para identificar e abordar os riscos de segurança de dados	Segurança de dados		103				
	CG-EC-230a.2: (1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações pessoalmente identificáveis (PII), (3) número de usuários afetados	Segurança de dados		103				

Gestão de resíduos e impacto na cadeia de valor								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Impacto ambiental: embalagens sustentáveis		45			2-3-1 Compromisso de Embalagem; 2-3-2 Materiais de Embalagem; 2-3-3 Embalagem Plástica; 2-8-1 Política de Matérias-Primas; 2-8-2 Programas de Matérias-Primas	
GRI 301: Materiais 2016	301-3 Produtos e suas embalagens reaproveitados	Impacto ambiental: embalagens sustentáveis		45				
GRI 306: Resíduos 2020	306-1: Geração de resíduos e impactos significativos relacionados	Impacto ambiental: embalagens sustentáveis		45				12
	306-2: Gestão dos impactos significativos relacionados com os resíduos	Impacto ambiental: embalagens sustentáveis		45				
	306-3: Resíduos gerados	Impacto ambiental: embalagens sustentáveis		45				
	306-4: Resíduos não destinados para disposição final				Não aplicável	Destinamos os resíduos gerados dentro da organização corretamente para tratamento ou disposição final adequada.		
	306-5: Resíduos destinados para disposição	Anexos		115				
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 na 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.1: (1) Quantidade total de resíduos, (2) porcentagem de alimentos resíduos, e (3) porcentagem desviada	Anexos		115				
	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	Impacto ambiental: embalagens sustentáveis		45				12
	FB-FR-430a.4: Discussão sobre a estratégia para gerenciar riscos ambientais e sociais dentro da cadeia de suprimentos, incluindo o bem-estar animal.	Impacto ambiental: embalagens sustentáveis		45				

Emissões de gases de efeito estufa								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Emissões		70			2-6-1 Emissões diretas de gases de efeito estufa (escopo 1); 2-6-2 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (escopo 2); 2-6-3 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (escopo 3); 2-6-4 Governança Climática; 2-6-7 Gestão de Risco Climático	13
GRI 305: Emissões 2016	305-1: Emissões diretas (Escopo 1) de GEE	Emissões		70				
	305-2: Energia indireta (Escopo 2) Emissões de GEE	Emissões		70				
	305-3: Outras emissões indiretas (Escopo 3) de GEE	Emissões		70				
	305-4: Intensidade das emissões de GEE				Informação indisponível/ incompleta	Indicador não mensurado pela organização		
	305-5: Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)				Informação indisponível/ incompleta	Indicador não mensurado pela organização		
	305-6: Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)				Informação indisponível/ incompleta	Indicador não mensurado pela organização		
	305-7: Emissões de NOX, SOX e outras emissões atmosféricas significativas				Informação indisponível/ incompleta	Indicador não mensurado pela organização		
SASB: Emissão de gases de efeito estufa	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	Emissões		70				
Atração e bem-estar dos colaboradores								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	FoodLovers		81				
GRI 401: Emprego 2016	401-1: Novas contratações e rotatividade de empregados	Anexos		111			3-1-4 Desagregação da força de trabalho: Gênero; 3-1-5 Desagregação da força de trabalho: Raça/Etnia e Nacionalidade; 3-4-4 Contratação; 3-4-8 Taxa de rotatividade de funcionários	5
	401-2: Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial				Não aplicável	Nosso pacote de benefícios é oferecido para todos os tipos de contrato de acordo com a elegibilidade.		
	401-3: Licença maternidade/paternidade	Anexos		112				5

GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-1: Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	FoodLovers - Saúde e Segurança		92			1-4-1 Gestão de Riscos; 3-4-1 Política de SST	
	403-2: Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	FoodLovers - Saúde e Segurança		92			3-4-1 Política de SST	
	403-3: Serviços de saúde do trabalho	FoodLovers - Saúde e Segurança		92				
	403-4: Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	FoodLovers - Saúde e Segurança		92				
	403-5: Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	FoodLovers - Saúde e Segurança		92			3-4-2 Programas de SST	
	403-6: Promoção da saúde do trabalhador	FoodLovers - Saúde e Segurança		92			3-4-2 Programas de SST; 3-4-9 Tendência de bem-estar dos funcionários	
	403-7: Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	FoodLovers - Saúde e Segurança		92			3-4-2 Programas de SST	
	403-8: Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	FoodLovers - Saúde e Segurança		92			3-4-9 Tendência de bem-estar dos funcionários	
	403-9 Acidentes de trabalho		Apenas 3 acidentes caracterizados para comunicação obrigatória, mas com baixa gravidade. Não temos risco especifico que pode gerar acidentes graves aos nossos FoodLovers.				3-4-3 Fatalidades	
	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	Anexos		30			3-3-2 Programas de desenvolvimento de funcionários; 3-4-5 Tipo de avaliação de desempenho; 3-4-7 Programas de suporte a funcionários; 4-2-1 Análise de Pessoas	4
	404-2: Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	FoodLovers; Entregadores; Restaurantes		30, 46 e 85				
	404-3: Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Anexos		113				
GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 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 negociacão coletiva.		
SASB: Recrutamento, inclusão & Desempenho de Funcionários	CG-EC-330a.2: (1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para todos os funcionários	FoodLovers		81			3-1-4 Desagregação da força de trabalho: Gênero 3-1-5 Desagregação da força de trabalho: Raça/Etnia e Nacionalidade	
	CG-EC-330a.3: Porcentagem de gênero e grupo racial/ étnico representação para (1) administração, (2) equipe técnica e (3) todos os outros funcionários							

Diversidade, equidade e inclusão								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	FoodLovers - Diversidade, Equidade e inclusão		88				5
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados	Anexos		114				
	405-2: Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens				Restrições de confidencialidade	Informações confidenciais		
Condições de trabalho e segurança dos entregadores								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Parceiros de entrega		46				
GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016	407-1: Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	Parceiros de entrega - Liberdade sindical		53			3-2-1 Compromisso com os direitos humanos; 3-2-2 Processo de Due Diligence em direitos humanos	
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	Parceiros de entrega		46				
GRI 413: Comunidades Locais 2016	413-1: Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Parceiros de entrega		46				
	413-2: Operações com impactos negativos significativos reais ou potenciais nas comunidades locais	Parceiros de entrega		46				
	TR-RO-320a.3: Descrição da abordagem para gerenciar no curto prazo e no longo prazo os riscos para a saúde dos motoristas	Parceiros de entrega - Seguro pessoal e assistência à saúde		61				3
Investimento em educação								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Investimento social privado		76				
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Investimento social privado		76				
	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	Investimento social privado		76				
Segurança Alimentar								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Investimento social privado		76				2
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	Nosso negócio é o delivery. Quem olha para esse tipo de risco de produtos são os fornecedores cadastrados na plataforma, que devem seguir as regras do iFood para esse tema.		
Inovação								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	Inovação como identidade		23			4-1-1 Política de Inteligência Artificial; 4-1-2 Inteligência Artificial e Desempenho ESG	9
GRI 3: Tópicos Materiais 2021								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais			18				

Sobre o Relatório

GRI 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 2023 a 31 de março de 2025 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

Créditos

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

Luana Ozemela
VP de Impacto e Sustentabilidade

Flavia Gomes De Rosso
Head de Gestão da Sustentabilidade

Luan Augusto, Bruna Palhuzi e Camila Oliveira
Time de Gestão de Sustentabilidade

Consultoria GRI e SASB, produção de conteúdo, edição, projeto gráfico e design
Beon ESG
beonesg.com

Fotos
iFood – Divulgação e banco de imagens
Imagens geradas por Inteligência Artificial
através da plataforma Midjourney

Relatório de Impacto e Sustentabilidade
Abril/2023 a Março/2025

if
d