



Operadora:

Bom dia, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência e reunião da Ultrapar, para discussão dos resultados referentes ao 1T15.

O evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via *webcast*, podendo ser acessado no site www.ultra.com.br/ri.

Hoje conosco estão presentes o Sr. André Covre, Diretor Superintendente Financeiro e de Relações com Investidores da Ultrapar, junto com os executivos da Companhia.

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Após a apresentação, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando instruções adicionais serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a conferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando *0.

Lembramos que os participantes do *webcast* poderão registrar antecipadamente no website perguntas a serem respondidas durante a sessão de perguntas e respostas. O replay deste evento estará disponível logo após seu encerramento, por um período de uma semana.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Ultrapar, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da Ultrapar e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora gostaríamos de passar a palavra ao Sr. André Covre, que dará início a teleconferência. Por favor, Sr. André, pode prosseguir.

André Covre:

Bom dia a todos. É um grande prazer estar aqui com vocês mais uma vez. Hoje discutiremos o desempenho da Ultrapar no 1T15. Estão aqui comigo, para me ajudar a responder suas perguntas, os diretores dos nossos negócios e a equipe de Relações com Investidores.

Começo nossa apresentação pelo slide três, com o desempenho consolidado da Ultrapar. Começamos o ano com mais um trimestre de crescimento de resultados. Tivemos um forte crescimento no EBITDA, de 41%, que foi potencializado por alguns efeitos pontuais na Ipiranga. Excluídos esses efeitos pontuais, o EBITDA consolidado da Ultrapar totalizou R\$855 milhões no trimestre, 22% acima do EBITDA do 1T14. O lucro líquido totalizou R\$387 milhões, 55% acima do 1T14.

Os resultados demonstram mais uma vez a resiliência dos nossos negócios, cujas características nos permitem gerir a Empresa para atingir crescimento, mesmo em face de uma economia em retração, com inflação e juros em patamares altos e crescentes, como podemos observar nos gráficos à direita.

Além da conhecida resiliência do Ciclo Otto na Ipiranga, do GLP envasado na Ultragaz, da armazenagem de líquidos na Ultracargo e da Extrafarma como um todo, a taxa de câmbio é parte



importante dessa dinâmica na Oxiteno, que tem sua margem dolarizada. Assim, em momentos de economia mais fraca, que em geral levam a quedas de volume na Oxiteno, a desvalorização do Real, que foi de mais de 20% nesse trimestre, favorece o resultado da Companhia. Adiciono a isso os investimentos que temos feito, os quais ultrapassaram R\$2 bilhões desde o início do ano passado.

Na Ipiranga e na Ultragas, ampliamos a abrangência geográfica das redes, com crescente qualificação dos revendedores e diferenciação aos clientes. Na Oxiteno, reforçamos o foco da Empresa em especialidades químicas, com maior diferenciação e escala; na Ultracargo aumentamos nossa capacidade de armazenagem, com terminais expandidos e cobertura geográfica ampliada em locais de maior crescimento de demanda. E adicionamos a Extrafarma aos nossos negócios desde fevereiro de 2014.

A maior escala operacional e a maior diferenciação possibilitam melhor composição de vendas e maior eficiência operacional aos nossos negócios.

Passando agora para o slide quatro, para comentar com mais detalhes o desempenho dos nossos negócios, começando pela Ipiranga. Como observado em períodos anteriores, o crescimento de volume seguiu impulsionado pelo aumento da frota de veículos leves, que influencia positivamente o consumo do Ciclo Otto.

Como podem observar no gráfico superior esquerdo, estima-se que a frota brasileira de veículos cresça, em 2015, cerca de 4% em comparação ao final de 2014, ou 5% na média do ano. Para efeito dessa simulação, assumimos uma queda de 13% nas vendas de carros do ano, conforme estimativa da Anfavea.

Da nossa parte, continuamos a expandir a rede de postos da Ipiranga. Temos feito isso através de investimentos significativos em novos postos e embandeiramento, com foco no Conen, região com crescimento acima da média nacional, principalmente devido à menor penetração de veículos. Fechamos o 1T15 com 7.044 postos, 3% acima do número de postos ao final de março de 2014, e no Conen o crescimento da rede foi de 8,5%.

Esses investimentos têm permitido à Companhia crescer e obter uma composição de volumes melhor, com crescente participação das vendas através de postos, também conhecidos como segmento revenda, conforme demonstrado no gráfico superior à esquerda.

E é no segmento revenda que encontramos o maior potencial para nossa estratégia de diferenciação, através da inovação constante em serviços e conveniência, que ajudam a aumentar o fluxo, a participação e a fidelização dos clientes.

Com essa estratégia, os clientes têm produtos e serviços de maior valor agregado, enquanto os revendedores ganham fontes adicionais de receita e um posicionamento diferenciado, maximizando, assim, a rentabilidade da cadeia como um todo, inclusive a da Ipiranga.

Essa filosofia de conveniência e serviços já ficou famosa e conhecida através de algumas campanhas publicitárias, sendo as mais famosas a 'pergunta lá no Posto Ipiranga' e 'Ipiranga, um lugar completo esperando por você'. Essas campanhas sintetizam a proposta mercadológica aos clientes e revendedores da Ipiranga.

Com esses elementos, o volume do 1T foi 1% maior, com crescimento de 5% no Ciclo Otto, parcialmente compensado por uma redução de 3% no diesel, impactada pela desaceleração da economia.



O EBITDA ex-efeitos pontuais totalizou R\$583 milhões, 17% acima do EBITDA do 1T14, seguindo a mesma tendência verificada nos trimestres recentes. Incluindo os efeitos pontuais do trimestre, ocasionados principalmente pela importação de combustível, ganhos de estoque e venda de ativos, o EBITDA foi de R\$715 milhões.

Olhando agora para o trimestre em curso, para falar das nossas expectativas, gostaria de lembrá-los de que não se tratam de projeções específicas, mas sim de tendências, de patamares, de ordens de grandeza de evoluções de resultado.

No caso da Ipiranga, as tendências e a conjuntura economia que influenciaram nos últimos trimestres não se alteraram, e continuam presentes no 2T. Assim, nossa expectativa para este trimestre é de uma evolução, tanto em volume quanto em EBITDA, similar aos últimos trimestres, excluídos os efeitos pontuais reportados.

Passando agora para Oxiten, no slide cinco, o volume de vendas de especialidades no mercado interno apresentou redução de 3%, influenciado principalmente pelo arrefecimento da economia. Já o volume vendido de especialidades no mercado externo apresentou redução de 11%, em função das menores vendas para o mercado argentino e da decisão de descontinuar uma linha de produtos voltada para o mercado de couros.

O volume total vendido de glicóis apresentou redução de 25%, uma variação percentual grande, mas que não é incomum no caso desse produto, por se tratar de uma commodity. Neste trimestre, essa queda foi principalmente decorrente da parada programada realizada em março em nossa planta de Camaçari, a qual já voltou a operar normalmente.

Com essas variações, o volume total apresentou queda de 8% entre 1Ts, mas tivemos uma composição mais favorável de vendas, com as especialidades representando 89% do total, 3 p.p. a mais que no 1T14.

Apesar da queda de volumes, a depreciação do Real no trimestre contribuiu para uma evolução bastante positiva de resultados da Oxiten. Soma-se a isso a queda nos preços de matéria-prima nos últimos meses, principalmente o eteno. Com isso, o EBITDA totalizou R\$145 milhões, um aumento de 33%. A margem EBITDA atingiu US\$288 por tonelada, influenciada pelo crescimento do EBITDA e pela melhor composição de venda.

Para o trimestre em curso, nossa expectativa é de uma evolução de resultados muito mais forte que a apresentada no 1T, por quatro motivos: primeiro, com relação aos volumes, dada a menor atividade econômica, devemos apresentar uma queda em relação ao 2T14, porém menor que a apresentada entre 1Ts, devido ao retorno da operação da planta de Camaçari. Segundo, o câmbio médio até o momento mostra-se mais favorável que no 1T, com uma diferença de câmbio amplificada na comparação ao 2T14, quando o Real havia se valorizado. Terceiro, no 2T14, o EBITDA havia apresentado uma queda de 8% em comparação ao ano anterior, sendo, portanto, uma base de comparação mais fraca. E por fim, no 1T15 tivemos uma perda pontual com um cliente internacional, que não se repete neste 2T.

Passando agora para Ultragas, no slide seis, o volume de vendas cresceu 3% em relação ao 1T14. No envasado, além de ser um volume bastante resiliente em momentos de crise, implementamos iniciativas comerciais para novas revendas, alavancamos, e alavancamos o crescimento mais acelerado nas regiões Norte e Nordeste, levando a um crescimento de 4% nesse segmento.

Já no granel, apresentamos crescimento de 1%, fruto de investimentos para captura de novos clientes nos segmentos-foco de nossa estratégia, que são condomínios e pequenas e médias



empresas. Esse crescimento no granel foi parcialmente compensado pela menor demanda de grandes clientes, influenciada pela economia mais fraca.

O EBITDA da Ultragaz totalizou R\$72 milhões, 19% acima do 1T14. Esse aumento decorre principalmente do maior volume, das iniciativas comerciais de diferenciação e de gestão de canais.

Para o trimestre em curso, aqui também as tendências do 1T permanecem, mas especificamente no EBITDA, devemos ter um crescimento menor, por uma concentração de ações de marketing para o 2T.

Anuncio a vocês em primeira mão que no próximo domingo, dia 10, no horário do Fantástico, estaremos uma nova comunicação da Ultragaz. A nova assinatura da marca reforçará a parceria e o apoio da Ultragaz ao brasileiro que quer fazer mais. Convido todos vocês a assistirem.

Vamos agora falar sobre nosso negócio de armazenagem de granéis líquidos, a Ultracargo, no slide sete. A Ultracargo apresentou nesse 1T uma armazenagem média 5% superior à do 1T14. Este crescimento ocorreu principalmente pela maior movimentação de combustíveis, decorrente da maior demanda local, da importação de combustíveis pelas distribuidoras e pela maior demanda de óleo combustível para térmicas.

Os investimentos realizados nos últimos anos, com a aquisição do terminal de Itaqui e expansões em Suape a Aratu, permitiram que a Ultracargo se posicionasse para capturar esta demanda crescente em combustível.

Já o segmento de químicos compensou parcialmente este crescimento, em função da menor demanda influenciada pelo cenário macroeconômico. Com isso, o EBITDA cresceu 15% em relação ao 1T14, atingindo R\$48 milhões.

Antes de falar da expectativa na Ultracargo para o trimestre, gostaria de abordar o acidente ocorrido em Santos no início de abril. Começo pelo lado esquerdo do slide, para comentar um pouco sobre o acidente.

No dia 2 de abril, parte do terminal operado pela Ultracargo em Santos foi atingida por um incêndio que durou nove dias e afetou seis tanques de etanol e gasolina. Os seis tanques totalizaram uma capacidade de 34.000 m³, o que representa 4% da capacidade total da Ultracargo no Brasil, ou 10% da Ultracargo no terminal de Santos. Na imagem da parte inferior do slide é possível observar os tanques atingidos, destacados com a linha vermelha.

Em função do acidente, as atividades da Ultracargo em Santos permaneceram suspensas durante praticamente todo o mês de abril. Retomamos atividades no final de abril, em uma parte não contígua à área atingida. Porém, parte dos tanques permanece com as operações suspensas, correspondendo a 185.000 m³ de capacidade, que equivalem a 55% da capacidade no terminal de Santos, ou 23% da capacidade total da Ultracargo. Em 2014, o terminal de Santos contribuiu com R\$69 milhões ao EBITDA da Ultracargo.

Do lado direito do slide, buscamos detalhar um pouco mais os recursos utilizados no combate ao incêndio e no gerenciamento do acidente, que nos levou a uma mobilização sem precedentes. No momento do acidente, as 98 pessoas e dez carretas que estavam no terminal foram imediatamente orientadas para a evasão do local. A manobra foi realizada com grande sucesso e, com isso, não houve vítimas ou feridos.

Foram imediatamente acionados os planos de contingência do terminal e das áreas adjacentes, e a Diretoria da Ultracargo se transferiu para o terminal de Santos. A Companhia mobilizou aproximadamente 200 brigadistas próprios em regime de 24 horas, que se juntaram às



autoridades locais e aos bombeiros auxiliando no combate ao incêndio. Sete rebocadores foram alugados e bombearam bilhões de litros de água do mar para os caminhões de combate ao fogo.

Em nove dias, a Companhia mobilizou todo o estoque de líquido gerador de espuma – LGE – disponível no Brasil, e realizou importações do produto. Foram usados cerca de 500.000 litros do produto.

Da mesma forma, a Ultracargo manteve um canal aberto e contínuo de comunicação ao longo do incidente. Foram emitidos 19 comunicados, e a Companhia realizou 870 interações com a mídia ao longo do período, uma média de quase 100 interações por dia. Em outras palavras, a Companhia não poupou recursos durante este período, que foram significativos.

Voltando ao impacto e às perspectivas para o 3T, nossa estimativa é que o incêndio tenha um impacto econômico na Ultracargo da ordem de grandeza de metade do EBITDA do ano passado, com as despesas e os custos concentrados nesse 2T, e as recuperações por meio de seguro ao longo do 2S.

Passando agora para o slide nove, para a Extrafarma, lembro a vocês que em 2014 finalizamos a aquisição, em 31 de janeiro, portanto passamos a consolidar a Extrafarma apenas a partir do dia 1º de fevereiro. Portanto, algumas comparações são potencializadas pelo efeito de um mês adicional em 2015, que buscamos colocar em base comparável.

A Extrafarma finalizou março deste ano com 226 lojas, um aumento de 13% em relação às 200 lojas em março de 2014, uma evolução superior aos 9% de crescimento de lojas de mercado, segundo dados da Abrafarma. Em bases comparáveis, considerando somente os meses de fevereiro e março, a receita bruta cresceu 19% em relação a 2014, 9 p.p. acima do crescimento medido pela Abrafarma.

O crescimento foi em função do aumento de faturamento das lojas existentes há mais de 12 meses, o chamado *same-store sales*, e ao maior número de lojas.

O EBITDA da Extrafarma no 1T totalizou R\$5 milhões, praticamente metade do reportado no 1T14. Tal redução é função de adição das despesas de estruturação para o crescimento mais acelerado, incluído o novo CD do Ceará, despesas essas que geraram benefícios ao longo do tempo, à medida que a Companhia acelere seu crescimento. Tivemos também aumentos acima da inflação nas despesas com pessoal e energia elétrica.

Para o 2T, nossa expectativa é de uma evolução de resultados mais positiva do que tivemos entre 1Ts, com resultado similar ao 2T14, com crescimento forte de receitas, já compensando as despesas adicionadas no ano passado para suportar o crescimento mais acelerado da Companhia.

Para finalizar, nosso último slide destaca nossas prioridades de trabalho e perspectivas de prazo um pouco mais longo, que não se alteraram e são de conhecimento de vocês.

Na Ipiranga, continuaremos investindo na expansão da rede de postos e franquias, com foco no CONEN, região de maior crescimento. Nossos investimentos também contemplam a ampliação da infraestrutura logística para atender a crescente demanda de combustíveis no Brasil. Do ponto de vista mercadológico, seguimos avançando em nossa estratégia de diferenciação, ampliando a oferta de produtos, serviços e conveniência, o que ajuda a aumentar o fluxo, a satisfação e a fidelização dos clientes.

Na Oxiteno, manteremos o foco em inovação, através da proximidade com nossos clientes e desenvolvimento de novos produtos e aplicações. A Companhia seguirá capturando os benefícios



da maturação dos investimentos realizados, com expansão de capacidade de produção de especialidades químicas, agora em um ambiente mais favorável de câmbio.

Na Ultragas, seguimos investindo na captura de clientes, com foco em pequenas e médias empresas e condomínios, segmentos nos quais temos proposta de valor cada vez mais diferenciada, portanto maior potencial de agregação. Em adição, manteremos foco permanente na gestão de custos e despesas.

Como já mencionei, na Ultracargo nossa prioridade será analisar, esclarecer e gerenciar os impactos decorrentes do recente acidente em Santos. Em paralelo, planejamos trabalhar na expansão do terminal de Itaqui.

Por fim, na Extrafarma o foco está na expansão acelerada do número de lojas. Como já antecipamos nas últimas teleconferências, temos a expectativa de atingir um ritmo de abertura de aproximadamente 25 lojas por trimestre, o que estimamos ocorrer no 2T15.

Finalizo aqui o que havíamos preparado para a exposição de hoje. Agradeço a presença de vocês, e coloco-me à disposição para responder as perguntas que vocês eventualmente tenham.

Paula Kovarsky, Itaú BBA:

Bom dia a todos. Gostaria de começar com duas perguntas, uma sobre Oxiteno e outra sobre Extrafarma. Sobre Oxiteno, André, queria entender um pouco melhor sua visão do 2T. Normalmente, quando há uma mudança mais radical de câmbio, como aconteceu do 4T para o 1T, a Oxiteno se beneficia do que vocês mesmos chamam de 'efeito tesoura'. Você mencionou que sua expectativa é que haja uma expansão ainda maior de EBITDA entre 2Ts. Não seria razoável esperar que esse 'efeito tesoura' fosse um pouco menor? Como você coloca isso na sua conta? O delta de câmbio certamente será inferior; em que medida a queda dos preços de eteno, que tem sido bastante acentuada, entra na sua conta? E se você puder nos falar como está a questão do *pass through* do preço em USD em um cenário de economia mais fraca?

E a pergunta sobre Extrafarma, entendendo que não podemos olhar especificamente para um trimestre em que houve um número de abertura de lojas um pouco menor, se pensarmos em 25 lojas por trimestre, como você mencionou, já estaríamos abaixo das 100 que seriam a expectativa para este ano. Isso implica em um passo um pouco mais lento? E quais são as principais razões de algum *slowdown* nesse *ramp-up* inicial no crescimento de lojas da Extrafarma? Temos ouvido da concorrência que existe uma dificuldade grande no mercado, principalmente na questão de treinamento de pessoas. Se isso, em alguma medida, tem atrapalhado ou desacelerado a expectativa de crescimento.

André Covre:

Obrigado, Paula. Primeiro, sobre Oxiteno, você está correta, nos momentos de desvalorização do Real há um benefício de segunda ordem para a Oxiteno, que é chamado de efeito tesoura, e em princípio não está acontecendo neste trimestre, porque o câmbio está se situando ao redor de R\$3.

Compensando isso, temos três elementos: primeiro, a evolução de volume do 2T deve ser melhor que a do 1T. Ainda há uma queda em relação ao ano anterior, como mencionei, mas uma evolução menor, porque a planta de Camaçari pôde voltar a operar após uma parada programada. Então, em vez de uma queda de 8%, deve ser menor que isso.

Segundo, tivemos essa despesa que mencionei, está na nossa divulgação de *earnings*, uma perda com um cliente internacional, que agora está registrada e não teremos novamente. E terceiro, o



2T14 é uma base de comparação um pouco mais fraca. No 1T14, havíamos apresentado crescimento de aproximadamente 35%; no 2T14, tivemos uma queda de 8%. Esses três elementos mais que compensam a ausência do chamado efeito tesoura.

Com relação à Extrafarma, estamos dentro dos nossos planos, sem nenhuma alteração, nem para cima, nem para baixo, do que prevíamos fazer. A abertura de lojas no 1T é sazonalmente mais baixa, tanto na Ipiranga quanto nas empresas do setor de farmácias. A principal companhia listada, inclusive, tem este mesmo efeito, se compararmos o 4T com o 1T.

Nossa expectativa para este ano sempre foi de atingir, em algum momento do ano, um ritmo de abertura de 100 lojas; em outras palavras, atingir um ritmo de cerca de 25 lojas por trimestre, e não de ter 100 lojas abertas no ano. E pretendemos atingir este ritmo em algum momento no 2S. E aqui eu gostaria de corrigir, porque no final do meu speech eu disse 25 lojas no 2T, e quis dizer 25 lojas por trimestre em algum momento no 2S.

Paula Kovarsky:

OK. E só um *follow-up* em Oxiteno: pensando do ponto de vista da margem em EBITDA por tonelada, é possível imaginar que dá para repetir o trimestre sensacional?

André Covre:

Como o crescimento de EBITDA será muito maior do que foi agora, e o volume será melhor, mas ainda com queda, isso matematicamente leva certamente a uma margem EBITDA maior.

Paula Kovarsky:

Comparado 2T com 1T?

André Covre:

Isso. A margem do 2T sendo maior que a do 1T.

Paula Kovarsky:

OK. E só uma última pergunta, rápida: vocês explicaram toda a questão do acidente, mas eu queria entender em que medida essa questão pode ou não alterar plano de CAPEX da Ultracargo neste ano.

André Covre:

Além dos investimentos regulares em manutenção, nosso principal investimento neste ano é a expansão de Itaqui, para o qual estamos trabalhando e aguardando a permissão para podermos começar a construção. Uma vez obtida, começaremos.

Paula Kovarsky:

Mas há algum CAPEX que tenha que ser feito adicionalmente em Santos? Essa seria a pergunta, por conta do acidente. Que já entre neste ano.

André Covre:

É possível, mas ainda é cedo para termos uma dimensão correta desse número.



Paula Kovarsky:

OK. Obrigada.

Felipe Santos, JPMorgan:

Bom dia, André. Uma pergunta rápida: queria confirmar o *guidance* que você deu em relação à Ipiranga. Você mencionou crescimento sendo igual aos últimos trimestres. É isso mesmo, ou seria igual ao último trimestre que vimos agora? Obrigado.

André Covre:

Primeiro de tudo, não é um *guidance*. Isso é uma expectativa de ordem de grandeza, de tendência. O que eu posso adicionar ao que já disse é que no ano passado fechamos o ano com crescimento de 13% de EBITDA. Alguns trimestres tiveram um pouco mais, alguns tiveram um pouco menos.

Acabamos de passar por um trimestre onde, excetuando os efeitos pontuais, tivemos um crescimento de 17%. Então, a linha de tendência é mais ou menos essa. E a isso que estou me referindo em termos de crescimento de EBITDA.

Felipe Santos:

OK. Obrigado.

Auro Rozenbaum, Bradesco:

Bom dia, senhores. André, gostaria de saber, se for possível, um pouco mais de detalhes de Ultracargo. Essas recuperações que vocês terão de seguros, quanto levam para acontecer? E entendo que ainda estão fazendo levantamentos da situação etc., neste momento, o que seria uma data esperada para a volta integral da operação?

André Covre:

Quanto aos seguros, como mencionei, nossa expectativa é que tenhamos isso a partir do 2S, sendo a expectativa termos a vasta maioria durante o 2S.

Com relação a voltar a operar de forma integral, existe uma porção de passos que precisam ser atingidos para fazermos isso. Os principais são: uma avaliação técnica da condição dos equipamentos; certas reformas, que podem levar a um CAPEX adicional, como me perguntou a Paula; e, feito tudo isso, a reemissão das licenças de operação.

Auro Rozenbaum:

E uma segunda pergunta: houve muito ruído no mercado sobre uma potencial venda por parte da Petrobras de BR Distribuidora. De forma geral, vocês já pensaram no impacto disso, em uma eventual mudança na atual dinâmica deste mercado?

André Covre:



Como neste momento são especulações a respeito de eventuais planos da Petrobras para a BR, tenho muito pouco a lhe dizer no tangível. Prefiro ver o caminho que isso tomará para lhes passar uma visão.

Auro Rozenbaum:

Está ótimo. Obrigado.

Gustavo Gattass, BTG Pactual:

Bom dia. Eu tenho duas perguntas, também. O primeiro ponto é mais para tocar nos não *guidances* do trimestre. Primeiramente, na Ultracargo, você mencionou que haveria um impacto econômico de metade do EBITDA do ano passado com perdas em um trimestre e compensações no semestre subsequente. Queria entender a sua percepção, o que você está querendo dizer com perdas econômicas. Devemos ver perdas maiores que metade do EBITDA anual no 2T, e aí uma compensação para que o efeito líquido negativo fique em metade do EBITDA atual, ou a percepção da Empresa é de que o impacto total negativo seria metade do EBITDA e parte disso pode ser revista, ou recuperada? E queria entender se as apólices têm ou não cláusulas de lucro cessante, que cobririam essa não-operação. Esse é o primeiro ponto.

E do lado da Ipiranga, e aí não é exatamente o que você falou agora, é mais a mensagem do final do ano passado, da visão de ter uma continuidade desse *trend* de crescimento de EBITDA de 15% por ano para 2015 também. Queria ouvir se a mensagem que deveríamos entender é “vamos crescer 15% mesmo sem esses ganhos extraordinários do 1T”, ou se esses 15% já são algo em que vocês consideravam, ou considerariam os ganhos do 1T como parte da constituição do crescimento. Obrigado.

André Covre:

Primeiro, sobre a pergunta da Ultracargo, a estimativa é que o impacto econômico total no resultado seja de aproximadamente metade do EBITDA do ano passado. Sua lógica se aplicaria se todas as despesas acontecessem no 2T e todas as recuperações acontecessem no 2S, mas o que esperamos, na verdade, é uma concentração de despesas no 2T, mas não todas, e uma recuperação no 2S. Portanto, o impacto do 2T, é provável que seja menor que o impacto econômico total que eu mencionei, porque parte das despesas vai para o 2S.

As apólices que temos, conforme divulgado, têm cláusulas de lucro cessante. Portanto, esta parte está indenizada.

Com relação à Ipiranga, a linha de tendência que temos visto no ano passado é de 13%, em alguns trimestres mais, em outros menos, acabamos de ter 17% neste trimestre por diversos efeitos pontuais, e estamos indicando que essa tendência continua.

Quando falamos dessa tendência no final do ano passado, desconhecíamos os efeitos pontuais que aconteceram agora no 1T. Não se sabia ainda da possibilidade de importação, e muito menos do PIS/COFINS em antecipação ao retorno da CIDE, o que levou ao aumento dos preços de refinaria.

Gustavo Gattass:

Então temos que pensar nesses como ganhos adicionais, é isso?

André Covre:



Exatamente. Efeitos pontuais, conforme divulgamos.

Gustavo Gattass:

OK. Eu tinha dúvidas se o aumento de preço implícito nesses efeitos pontuais mudaria em alguma coisa sua percepção para o que seria a tendência de fato. Mas, pelo que estou entendendo do que você falou, não.

Se eu puder só clarificar a pergunta sobre Ultracargo, André, eu posso não estar entendendo o que você quer dizer com efeito econômico, mas se eu for imaginar que tenho, por exemplo, um efeito econômico total de R\$80 milhões, no ano você imagina que isso pesará sobre resultado em R\$80 milhões, ou realmente eu tenho uma perda de R\$80 milhões agora e depois eu compenso um pedaço disso, acabo fechando o ano perdendo R\$20 milhões, R\$25 milhões? Só para entender o que você quer dizer com isso, porque eu me perdi.

André Covre:

Isso é o efeito no EBITDA *net* de seguros.

Gustavo Gattass:

OK. Está ótimo. Obrigado.

Gustavo Alevato, Santander:

Bom dia, André. Eu tenho duas perguntas relacionadas à Ipiranga. Queria saber se o *mix* de mais etanol no seu *mix* de vendas do Ciclo Otto pode ter algum impacto em termos de margem, olhando para frente.

A segunda pergunta em relação à Ipiranga seria em relação à importação de combustíveis: ainda há algum ganho em relação à importação de combustíveis para ser reconhecido no resultado do 2T, ou foi tudo no 1T? Obrigado.

André Covre:

Nesse 1T, o efeito de um crescimento maior no etanol teve efeito bastante pequeno na margem, o que não necessariamente significa que assim será nos próximos trimestres. Depende da dimensão da mudança de *mix*.

Com relação à importação de combustíveis, neste momento não é econômico realizá-la. Não foi durante esse 2T até agora, e nossa expectativa é que não seja.

Gustavo Alevato:

Tudo bem, mas, em relação à importação, tudo que você tinha de ganhos já foi reconhecido no 1T? Não tem nada de estoque que eventualmente será reconhecido no 2T, correto?

André Covre:

Nada que seja relevante. Alguma coisa marginal, talvez.

Gustavo Alevato:

OK. Obrigado, André.

Lucas Brendler, XF Gestão de Recursos:

Bom dia. Minha pergunta é também em relação a uma provável consolidação no setor de GLP. Não sabemos ainda quais são os ativos que a Petrobras pode desinvestir no plano de recuperação. Não quero nem entrar no mérito, na hipótese se a Liquigás entraria nesses ativos ou não, mas em pressupondo que ela – que é o ativo de GLP da Petrobras – pudesse entrar nesse rol de ativos colocados à venda, gostaria de ter uma ideia de como a Ultrapar se colocaria de forma estratégica em relação à possível venda deste ativo. Ela entraria como uma interessada 100% nesse negócio? Ela poderia estar interessada em uma parceria para adquirir esse negócio? Ou não, esse negócio não interessaria à Ultrapar, dados os critérios de mercado? Só queria ter uma ideia de como a Ultrapar se colocaria estrategicamente, caso Liquigás viesse a ser elencada nos ativos à venda da Petrobras. Obrigado.

André Covre:

Lucas, nós temos um histórico de aquisições que consideramos de muito sucesso. Falando sobre GLP, compramos em 2003 a operação da Shell aqui no Brasil, depois compramos, em 2010 ou 2011, a operação da Repsol aqui no Brasil. Para a Ipiranga, adquirimos em 2009 a Texaco, e depois, em 2010, a operação da DNP. Para a Ultracargo, adquirimos em 2008 a União Terminais, depois adquirimos o terminal em Itaquí, o TEMMAR.

Então, nós temos um histórico, só para mencionar alguns, de estarmos atentos a oportunidades e realizar bem. Temos, em princípio, interesse em qualquer um, em qualquer situação em que um competidor nosso seja colocado à venda; isso como princípio. Com situações específicas, lidaremos à medida que se materializem.

Lucas Brendler:

Só um *follow-on*, André: qual é a sua visão em relação ao CADE, caso a Liquigás venha a ser colocada à venda? Seria de uma interpretação em âmbito de mercado doméstico, dadas as características do mercado de GLP, ou seria dada uma visão mais ampla sobre as características de mercado?

André Covre:

Lucas, ainda não estudamos o assunto.

Pedro Medeiros, Citigroup:

Bom dia. Obrigado por pegar minha pergunta. Na verdade, praticamente tudo que eu tinha para perguntar foi respondido. Só queria esclarecer uma dúvida bem objetiva: já existe alguma consideração ou previsão de quando será tomada uma decisão sobre as ações em tesouraria? Eu vi que vocês pegaram praticamente 30% do último programa de recompra que foi autorizado. Já existe alguma conclusão sobre o que fazer com essas ações, por ora?

André Covre:

Parte das ações em tesouraria são utilizadas no plano de outorga aos executivos. A dimensão do programa é muito maior que isso. Então, em algum momento tomaremos uma decisão, mas isso não foi colocado na agenda, até porque não há urgência. Enquanto elas estão em tesouraria, elas não contam na base acionária, não recebem dividendos etc.



Pedro Medeiros:

Está ótimo. Obrigado.

Operadora:

Obrigada. Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra ao Sr. André para últimas considerações. Sr. André, prossiga com suas últimas considerações.

André Covre:

Muito obrigado mais uma vez. Espero vê-los daqui três meses em nosso próximo *conference call*. Bom fim de semana.

Operadora:

Obrigada. A teleconferência dos resultados da Ultrapar está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora.



“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição.”