Operadora:

Bom dia, e obrigada por aguardarem. Sejam bem vindos à teleconferência da Ultrapar para discussão dos resultados referentes ao 1T12. O evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via *webcast*, podendo ser acessado no site www.ultra.com.br/ri, onde a apresentação também está disponível para download. Hoje conosco está presente o Sr. André Covre, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Ultrapar, junto com 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 o seu encerramento, por um período de uma semana.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta 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 novamente para discutir o desempenho da Ultrapar neste 1T, que foi mais um trimestre de evolução positiva de resultados.

Vou começar direto no slide três, com uma visão geral dos resultados e os destaques desse trimestre. Nesse 1T12 nós continuamos apresentando crescimento de EBITDA. Esse desempenho foi impulsionado pelo crescimento da economia brasileira, pela maior escala de operação dos nossos negócios em decorrência dos investimentos realizados, além do planejamento e execução consistentes da nossa estratégia.

O EBITDA consolidado da Ultrapar atingiu R$502 milhões, 7% acima do ano passado. Esse crescimento teria sido de 10%, se excluídas as despesas relacionadas ao retorno de marca Ipiranga à região do Conen, algo que eu volto a falar um pouco mais à frente. Excluindo estas despesas, teríamos também verificado uma evolução positiva de lucro líquido.

Além dos resultados, neste início de ano recebemos importantes reconhecimentos internacionais pela qualidade de gestão e de liderança em governança corporativa da Companhia.

Em pesquisa realizada pela Fortune Magazine, a Ultrapar foi eleita a quinta companhia mais admirada do mundo no setor de energia. Dentre os critérios avaliados neste ranking, a Ultrapar se destacou pela qualidade de gestão, inovação, solidez financeira, qualidade dos produtos e serviços.

Além disso, pela World Finance, fomos reconhecidos pela melhor governança corporativa do Brasil, coroando a nova estrutura de governança da Ultrapar implementada em 2011.

Na área operacional, realizamos também nesse trimestre a conversão de mais de 1.000 postos Texaco para a marca Ipiranga nas regiões do Conen. Como vocês devem se lembrar, em 19 de março deste ano a restrição de uso da marca Ipiranga para a Ultrapar no Conen expirou. De lá para cá, convertemos quase toda a rede nessas regiões, marcando a volta da marca Ipiranga e reforçando sua estratégia de expansão e rentabilidade.

Anunciamos também nesse trimestre a expansão das atividades da Oxiteno para os Estados Unidos através da aquisição de uma planta para produção de especialidades químicas no Texas, sobre a qual eu volto a falar mais especificamente a diante.

Passando agora para o slide quatro, vou comentar com mais detalhes o desempenho dos negócios, iniciando pela Ipiranga. Em relação aos volumes, observamos a continuidade do forte crescimento, que foi de 11% em relação ao 1T11. No ciclo Otto, o crescimento decorre da expansão da frota de veículos leves e dos investimentos realizados para a expansão da rede com foco na região do Conen.

Além desses fatores, vale mencionar que o 1T12 teve dois dias úteis a mais que o 1T11, mas este efeito foi neutralizado por uma participação maior da gasolina no *mix* nesse 1T; lembrando que a gasolina possui um valor energético maior que o etanol. A participação da gasolina na venda de combustíveis para veículos leves nesse 1T foi de 81%, enquanto no 1T11 ela foi de 74%.

O volume de diesel apresentou crescimento de 15% em relação ao 1T11, em função do crescimento da economia brasileira e dos nossos investimentos realizados na captura de novos clientes.

Relacionado ao comportamento da economia, tivemos um efeito de deslocamento temporal da safra na comparação entre esses dois trimestres. A safra se iniciou um pouco mais cedo este ano, enquanto a safra no ano passado se iniciou um pouco mais tarde. Por fim, o volume de diesel também foi pressionado pelo maior número de dias úteis no 1T12.

O EBITDA totalizou R$351 milhões, 23% acima do EBITDA do 1T11, aqui sempre excluindo os itens relacionados ao retorno da marca Ipiranga ao Conen.

Os principais direcionadores desse crescimento foram o crescimento no volume vendido, maior alavancagem operacional e maior participação da gasolina na composição de vendas, que possui margens maiores que o etanol, pois as margens do etanol são afetadas pelo maior grau de informalidade. Esse EBITDA resulta em uma margem unitária de R$64 no 1T12, bem acima dos R$58 do ano passado.

Para esse trimestre, a nossa expectativa é de um crescimento de volume um pouco abaixo do que a variação que nós tivemos entre os 1Ts, isso principalmente em função do efeito do deslocamento da safra, que eu mencionei agora há pouco. Consequentemente, o crescimento de EBITDA também deve ser um pouco menor, de novo aqui excluindo as despesas não-recorrentes de marca Ipiranga no Conen.

No 2T essas despesas devem ser da mesma ordem de grandeza que tivemos agora no 1T, porém direcionadas à campanha de retorno da marca à região, coroando esse processo de conversão da marca e retorno ao Conen.

Passando agora para nosso outro negócio de distribuição, Ultragaz, no slide cinco, o volume total da Ultragaz no 1T apresentou crescimento de 6% em relação ao 1T11. O volume no granel cresceu 13%, impulsionado pela aquisição da Repsol, realizada em outubro do ano passado, pelo maior consumo de grandes clientes e pelo crescimento da economia brasileira. No segmento envasado, o volume cresceu 3%.

Chamo a atenção aqui também para a influência dos dois dias úteis a mais, o que contribuiu para o crescimento de aproximadamente 3%, se retirarmos esse efeito de dias úteis. Em outras palavras, o crescimento de 6% ajustado para dias úteis é 3%.

O EBITDA da Ultragaz no 1T totalizou R$62 milhões, uma redução de 15% em relação ao 1T11, principalmente em função dos efeitos da inflação sobre custos e despesas.

Para esse trimestre, a nossa expectativa na área de volumes é de uma evolução similar à que tivemos nos 1Ts, ajustada pelo número de dias úteis. E com relação ao EBITDA, que apresentou uma queda nesse trimestre, temos iniciativas comerciais e de gestão de cursos em andamento, com vistas a uma gradual recuperação de resultados.

Passando agora para Oxiteno, no slide seis, nossos volumes apresentaram crescimento de 19%, um crescimento de 24% no mercado interno e 8% nas vendas fora do Brasil. Os principais determinantes desse crescimento foram as maiores vendas de glicóis, fruto da expansão de óxido de eteno concluída em 2011, e as paradas não programadas no pólo petroquímico de Camaçari no 1T11, decorrente do blecaute de energia elétrica na região do Nordeste no início do ano passado.

Outra boa notícia, além do crescimento significativo de volumes, é que em nosso mercado principal, as especialidades no mercado interno, tivemos um aumento de 1%, retornando ao crescimento após três trimestres de ajustes nos estoques dos clientes da Oxiteno, face o menor crescimento da economia brasileira.

A Oxiteno apresentou EBITDA de R$64 milhões, 14% abaixo do ano passado. Essa variação ocorreu principalmente em função de dois fatores: primeiro, as condições de mercado foram pontualmente bastante favoráveis no 1T11, como vocês devem se lembrar, permitindo uma excelente composição de vendas. Segundo, nesse 1T12, tivemos uma redução de preços internacionais de glicóis, efeito que foi potencializado pela maior participação de glicóis nas nossas vendas após a recente expansão de capacidade. Olhando para o 2T, nossa expectativa é de um crescimento de volume similar ao crescimento que tivemos entre os 1Ts.

Com relação ao EBITDA, esse crescimento de volume esperado e o movimento recente de desvalorização do Real, nos permitem a expectativa de um EBITDA absoluto se aproximando do 2T11, apesar de as margens excepcionalmente altas que tivemos no 2T11. Portanto, um resultado muito positivo nesse sentido, quando comparamos com um trimestre que teve excepcionalidades positivas.

Passando agora para o slide sete, queria falar um instante da nossa recém-anunciada aquisição de uma planta de especialidades químicas localizada em Pasadena, no Texas, que é um dos principais centros mundiais de produção de químicos. Como nós não tivemos a oportunidade de conversar publicamente a respeito desse assunto, queria destacar alguns pontos da transação e o seu racional estratégico.

O valor da aquisição foi de US$15 milhões, e devemos investir outros US$15 milhões para adaptar a planta à linha de produtos da Oxiteno. A capacidade de produção será de 32.000 toneladas/ano, e nos permitirá atender os mercados de cosméticos e detergentes, alimentos e agroquímicos nos Estados Unidos.

A margem EBITDA estimada para essa aquisição é similar à margem atual EBITDA da Oxiteno, estamos falando entre US$200 e US$250/tonelada, resultando em um EBTIDA de aproximadamente US$7 milhões. E o início de operações da planta está previsto para o começo de 2013.

A Oxiteno já possui um escritório comercial nos Estados Unidos, através do qual estabeleceu uma malha de clientes que é atualmente atendida principalmente pela produção da Oxiteno México. Parte dessa capacidade será direcionada a esses clientes, aumentando e fortalecendo a posição da Oxiteno nos Estados Unidos, que é o maior mercado de tensoativos do mundo.

Essa aquisição também nos permite o acesso a matérias-primas muito competitivas, derivadas de gás natural. Como vocês devem saber, com a descoberta de *shale gas* nos Estados Unidos, o país tornou-se altamente competitivo em matérias-primas para químicos. Outros aspectos importantes para o baixo custo de produção são as fontes de energia a baixo custo e infraestrutura logística altamente eficiente.

Além disso, a propriedade que adquirimos tem uma área disponível de 200.000 m² e infraestrutura montada, o que nos permite fazer uso do local como uma plataforma para futuras expansões da Oxiteno nos Estados Unidos.

Falando do nosso negócio de armazenagem, Ultracargo, no slide oito, ela apresentou uma armazenagem média 5% superior ao 1T11, em função da maior ocupação no terminal de Santos, que apresentou maior movimentação de etanol no 1T12.

Os resultados da Ultracargo apresentaram uma evolução significativa de EBITDA e de margem EBITDA, que atingiu nesse trimestre um recorde histórico de 47% de margem EBTIDA. Muito desse aumento da margem EBITDA ocorre em função da alavancagem operacional advinda das expansões de capacidade realizadas nos últimos trimestres.

Em termos absolutos, o EBITDA do 1T foi 15% superior ao mesmo período do ano passado, devido à maior ocupação nos terminais e melhor composição de produtos movimentados e contratos.

Para esse trimestre, nossa expectativa é que o ritmo de crescimento de EBITDA se mantenha, ritmo este que deverá se acelerar no 3T, quando as demais expansões entrarem em operação.

Lembrando que temos, programadas para 2012, expansões em Santos e Aratu, no total de 68.000 m³, dos quais 12.000 m³ entraram no 1T e o restante deve entrar no 3T.

No último slide, eu gostaria de destacar as prioridades em que estamos trabalhando,

começando pela Ipiranga. Continuamos implementando nossa estratégia de expansão nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, onde a Ipiranga possui participação de mercado menor que no Sul e Sudeste do Brasil, e que crescem a um ritmo ainda mais acelerado que a média brasileira.

Os investimentos estão sendo direcionados tanto para a frente comercial, com o aumento da rede de revendedores, quanto para infraestrutura, ampliando nossas bases logísticas. Além disso, seguiremos capturando os benefícios do crescimento continuado do mercado como um todo.

Aliás, notem que mesmo em um cenário de redução significativa de vendas de automóveis, a frota continuará crescendo de forma importante. Um exemplo: se considerarmos uma queda de 20% nas vendas de veículos, pelas nossas estimativas, ainda assim teríamos um crescimento de 6% na frota média, o que impulsionaria a venda dos combustíveis do Ciclo Otto.

Na Ultragaz, devemos continuar verificando crescimento de volume, principalmente no segmento granel, no qual ela possui liderança e cujos volumes têm forte relação com o desempenho da economia. A aquisição da Repsol também irá contribuir para esse crescimento de volume.

Na parte de resultados, como mencionei, o foco está sendo em iniciativas comerciais, de otimização operacional de processos, visando a recuperação das margens e retorno ao crescimento.

A Oxiteno, que concluiu no ano passado um importante ciclo de investimentos na expansão de capacidade, deverá se beneficiar da maturação desses investimentos. Isso deve permitir maiores volumes nos próximos anos, além de melhor composição de vendas, à medida que o mercado brasileiro cresce.

Relembro a vocês que a expansão de volumes ocorre, em um primeiro momento, em commodities e no mercado externo. À medida que o mercado brasileiro cresce, migramos estes volumes para o mercado interno.

Em adição, como falei há pouco, estamos dando continuidade ao plano de expansão nos Estados Unidos.

Na Ultracargo, estamos trabalhando na conclusão das expansões que mencionei para 2012, o que irá beneficiar os resultados para o restante do ano e terá seu efeito completo no ano de 2013.

Dado o crescimento consistente do mercado, durante o ano de 2013 nós começaremos a trabalhar no próximo ciclo de expansões nos terminais da Ultracargo.

Em adição às perspectivas que acabei de mencionar, de forma geral, estamos abertos a potenciais possíveis aquisições. Neste momento, temos oportunidades tangíveis em todos os negócios, algumas delas possivelmente se materializando no curto prazo.

Falando em perspectivas para a Ultrapar como um todo, vocês devem ter visto que anunciamos a sucessão do nosso Diretor Presidente. A decisão faz parte de um processo de sucessão planejada realizado regularmente na Diretoria da Ultrapar e dos nossos negócios.

A partir de 1º de janeiro do ano que vem, o cargo de Diretor Presidente da Ultrapar passará a ser ocupado por Thilo Mannhardt, que atualmente está no nosso Conselho de Administração. E nesta mesma data, o atual Presidente, Pedro Wongtschowski, passará a fazer parte do Conselho.

O Thilo desenvolveu sua carreira profissional na McKinsey, onde exerceu até recentemente as funções de sócio sênior. Ele foi um dos responsáveis pelo lançamento e gestão da McKinsey no Brasil nas décadas de 80 e 90, tendo ainda dirigido as operações da empresa na África do Sul e no México.

No Brasil, e na Ultrapar, ele atuou intensamente em projetos estratégicos e operacionais por mais de 15 anos, além de fazer parte do nosso Conselho há um ano, como eu mencionei.

Em outras palavras, o Thilo tem total familiaridade com a Companhia, além de um alinhamento de visão de gestão e visão de negócios com o Conselho e com a Diretoria da Ultrapar.

Portanto, a nomeação do Thilo para Diretor Presidente e a nomeação do Pedro para o Conselho da Administração representam a continuidade da nossa filosofia de gestão e da nossa filosofia de negócios.

Obrigado pela atenção de vocês. Estou à disposição, com minha equipe, para as perguntas.

Paula Kovarsky, Itaú BBA:

Bom dia. Vou começar com três perguntas. A primeira delas, com relação à expansão de volume de diesel na Ipiranga. Temos observado um crescimento de volume bem maior que o crescimento de PIB, com direito a ganho de market share nesse segmento. Você poderia nos falar um pouco mais em que tipo de cliente vocês estão ganhando mercado, e como devemos entender o impacto disso em margem, se é que tem alguma diferença importante das margens anteriores? Como é a rentabilidade desses clientes?

A segunda pergunta, ainda falando um pouco de Ipiranga: o *rebranding* dos postos das região do Conen pode significar expansão de margem nessa região? Que tipo de expectativa vocês têm?

E outra pergunta, sobre Oxiteno: está claro que no momento em que você adiciona capacidade as vendas de glicóis como *share* do total são um pouco maiores, mas você poderia nos dar um pouco de cor de quando você espera que possamos voltar a ter um *share* de especialidades de 90% para cima nas vendas de Oxiteno?

André Covre:

Obrigado, Paulo. Começando pela primeira pergunta, realmente nesse trimestre o volume de diesel cresceu bastante, não só para nós, mas no mercado como um todo. Nós não temos mais os dados da ANP, mas o volume das empresas do Sindicom cresceu bastante também, se não me engano 10%, o que é muito mais que o PIB estimado para o trimestre.

Eu diria que a principal razão que nós identificamos tem a ver com o efeito do deslocamento da safra, que eu já mencionei. A safra é um elemento importante, o consumo de diesel no 1T e no 2T, e no ano passado de fato a safra demorou um pouco,

e este ano acabou sendo um pouco mais cedo, então tem realmente um degrau entre essas duas coisas. É quase uma migração de volume de um trimestre para outro. Com relação ao mercado, é isso.

Com relação ao nosso crescimento acima do mercado, ele decorre do trabalho de investimento que nós estamos fazendo e do tipo de proposta comercial que a Ipiranga tem, valorizando a flexibilidade e confiabilidade junto aos seus clientes.

Com base nessas duas coisas, tivemos um crescimento consistente nos três tipos de cliente que atendemos: na rede, nos grandes consumidores e no segmento de PRE. Todos cresceram. Lembrando que o PRE é muito pequeno, então o crescimento não é tão significativo.

Uma boa demonstração que o crescimento é consistente é que as margens evoluíram positivamente. Não podemos dar *disclosure* das margens trimestre a trimestre, porque isso não é conveniente para a Companhia, mas as margens como um todo tiveram uma evolução positiva. Se tivesse sido diferente do ponto de vista de *mix,* provavelmente isso não teria acontecido; teríamos tido eventualmente alguma queda no *mix.*

Sobre os postos do Conen, a recepção pelos revendedores que operavam com a marca Texaco e agora estão operando com a marca Ipiranga foi extremamente positiva. Eu diria que quase esfuziante, de passar a ter a marca Ipiranga, com o suporte de um plano de marketing reconhecidamente líder aqui no Brasil.

O que estamos vendo neste momento é muita oportunidade de avanço em volumes pelos nossos revendedores do Conen, e tem isso, portanto, contribuído para o crescimento acelerado de volumes que temos. O benefício disso em margem está existindo também, mas é mais discreto, marginal, que o benefício quase motivacional que tivemos em volumes.

Com relação à Oxiteno, a velocidade de mudança de *mix* de glicóis para não-glicol e especialidades é principalmente determinada pelo ritmo de crescimento do mercado de especialidades no Brasil.

Vocês sabem que esse mercado tende a evoluir algo como 2x o crescimento médio de PIB.

Paula Kovarsky:

Só um *follow-up* rápido, com relação ao diesel: é razoável esperarmos que o crescimento ano contra ano do volume de diesel no 2T seja mais tímido?

André Covre:

Nossa expectativa é que seja mais tímido, como mencionei. Porém, dado o nosso avanço no crescimento, principalmente no Conen, a expectativa é que seja significativamente maior que o PIB.

Paula Kovarsky:

OK. Obrigada, André.

Marcos Sequeira, Deutsche Bank:

Bom dia. Duas perguntas, uma em relação a OPEX, que vimos um aumento no trimestre. No caso de Ipiranga, você espera que esse aumento seja recorrente? Eu sei que a maior parte foi marketing, então talvez não seja recorrente para o próximo trimestre. No caso da Ultragaz, quanto tempo vocês acham que demoram para melhorar as margens nela? Quanto tempo você acha que pode levar para que você possa diminuir as despesas operacionais?

E a segunda pergunta, um pouco mais geral, em geral nós esperamos em algum momento neste ano um aumento nos preços de gasolina e diesel; dadas as diferenças de preço internacional e preço doméstico, talvez até não seja suficiente para ajudar o consumidor, o *offset* do aumento disso ao consumidor. Então, esperamos que haja um impacto em consumidores. Neste caso, qual é o tipo de resposta que você espera em demanda, caso haja mesmo um aumento de gasolina e diesel que afete o consumidor?

André Covre:

Obrigado, Marcos. Primeiro sobre OPEX de forma geral, nossas despesas gerais, administrativas e de vendas da Ultrapar como um todo nesse trimestre cresceram 14%. Se eliminarmos dessas despesas depreciação e amortização, que nada mais é que o resultado das decisões de investimentos, e os R$14 milhões relacionados ao retorno da marca Ipiranga ao Conen, nossas despesas gerais, administrativas e comerciais cresceram 9,7%.

E daí elas decorrem principalmente de três fatores: do crescimento de volumes; lembrando que na Ipiranga nós tivemos um crescimento de volume de 11%, na Oxiteno de 19%, portanto volumes adicionam certo grau de despesas, principalmente em fretes etc.

Temos um segundo efeito, que são os efeitos da inflação em pessoal e nos próprios custos unitários de frete. A maioria dos dissídios durante o ano passado ocorreu no patamar de 8%, 9%. E por fim, estamos trabalhando com um patamar um pouco maior de despesas de marketing na Ipiranga, que vai junto com um patamar um pouco maior de investimentos na Ipiranga, ambas as coisas voltadas a viabilizar o nosso plano de crescimento no Conen e dar suporte ao crescimento que estamos tendo no mercado.

Especificamente na Ultragaz, que é a segunda parte da sua pergunta, estamos trabalhando em uma série de iniciativas comerciais e gestão de custos com o objetivo de retornar o crescimento de EBITDA.

Na parte comercial, por exemplo, as iniciativas visam adequar o patamar de faturamento da Companhia aos efeitos inflacionários que tivemos. Na parte de gestão de custos, estamos, por exemplo, trabalhando em reavaliar algumas lojas próprias e aumentar o grau de automação das nossas bases de engarrafamento com vistas à maior eficiência operacional. Essas coisas surtirão efeito em nossos resultados de forma gradual, podendo ter já algum efeito nesse 2T.

Com relação à sua segunda pergunta, sobre o aumento de diesel e potencial aumento de gasolina nos preços ex-refinaria, como você sabe, Marcos, nós, como distribuidores, operamos com margens bastante apertadas. São margens estreitas de varejo. Portanto, qualquer variação no custo de aquisição de diesel e de gasolina precisa e é historicamente transferida de forma imediata para os preços.

Em geral, nossa expectativa, a história tem sido de efeitos em demanda relativamente pequenos para aumentos de preço também relativamente pequenos, que tem sido o histórico da Petrobras.

Então, não esperamos um efeito de redução de demanda, pelo menos que seja importante, por conta de um eventual aumento de preço de diesel e de gasolina. Sua especulação é tão boa quanto a minha. Estou especulando em cima da sua pergunta, apenas.

Marcos Sequeira:

OK. Muito obrigado.

Vicente Falanga, Santander:

Bom dia. Obrigado pelo *call.* Uma pergunta: passando esse trimestre, que vocês entregaram crescimento bem forte de volume e um crescimento de EBITDA na casa de 7%, e se ajustarmos para não-recorrente, na minha conta, na casa de 10% de crescimento de EBITDA, olhando os próximos trimestres e, mais importante, o ano cheio como um todo, vocês acreditam que é possível entregar um crescimento de EBITDA de forma sólida na casa de *double digit*? E quando eu digo 'sólido', seria próximo de 15%. E de quais segmentos viria esse crescimento, André? Obrigado.

André Covre:

Vamos negócio a negócio, já que a soma das partes fala muito a respeito das tendências. Na Ipiranga, nós temos uma situação de crescimento de volumes do mercado, que vocês todos estão familiarizados com os determinantes e com a sustentabilidade desses determinantes, e estamos trabalhando para apreciar sua participação no Conen.

Então, temos um cenário de crescimento de volumes significativo, nossa expectativa para o ano foi e continua sendo da ordem de grandeza de 10%, e pelo simples efeito de alavancagem operacional, o crescimento de EBITDA vira mais que 10%.

Vamos pegar esse trimestre: o volume da Ipiranga cresceu 11% e seu EBITDA cresceu 18%; 18% já líquido das despesas de retorno ao Conen, senão seria mais de 20%.

No caso da Ultragaz, tivemos um 1T de queda. Teremos uma recuperação gradual durante o ano, como eu disse, podendo já ter efeito nesse 2T. E o 2S11 já foi um semestre onde tivemos de forma importante os efeitos da inflação nos nossos custos. Portanto, começaremos, a partir do 3T, a comparar com trimestres onde já vivíamos essa situação.

Na Oxiteno, no ano passado nós tivemos momentos muito diferentes durante o ano. Tivemos dois trimestres, o 1T e o 2T, com um momento pontualmente muito favorável no mercado em algumas linhas de produto. A Oxiteno aproveitou esse momento, produziu e vendeu tudo o que pode em suas linhas de produto e nós tivemos margens na casa de US$300 por tonelada durante esse período.

No 3T foi a reversão da tendência, foi um trimestre fraco, de margens da ordem de US$100, e o 4T foi um trimestre normal. Neste momento, estamos passando pelos trimestres com base de comparação muito forte.

Estamos cautelosamente otimistas. Como eu mencionei, para o 2T, por conta do crescimento de volume e do câmbio mais desvalorizado, temos a perspectiva de potencialmente ter um EBITDA que se aproxima do EBITDA do 2T11, que teve esses fatores muito positivos que eu mencionei. A Oxiteno tem a perspectiva também para um ano muito bom, principalmente no 2S, dada a base de comparação.

Por fim, a Ultracargo crescendo 15% nesse trimestre, e como eu mencionei a expectativa é de crescer 15% o EBITDA no próximo trimestre, crescimento este que deve se acelerar no 2S12 por conta das expansões.

Quando você junta tudo isso, temos a visibilidade para um crescimento – vou utilizar suas palavras – sólido, de dois dígitos para o ano, sem a pretensão da precisão se são 11%, 17% ou 18%. Estamos falando, provavelmente, dado este cenário, de um crescimento sólido para o ano de 2012, o que só mantém a expectativa que tínhamos em novembro, quando conversamos a respeito do ano pela primeira vez.

Vicente Falanga:

OK, André. Muito claro. Obrigado.

Christian Audi, Santander:

André, obrigado por essa última resposta, ajudou bastante. Eu só queria saber se é possível você elaborar um pouco, dado o que você acabou de explicar, para o setor, quais seriam os maiores riscos, na sua opinião, para não conseguir atingir esses objetivos? O que preocupa, no que você fica mais de olho no setor para que você consiga atingir esses objetivos, por favor?

André Covre:

Obrigado, Christian. Como você conhece bem, nós somos uma Empresa que tem uma combinação singular de negócios que vão muito bem quando a economia vai bem e vão bem também quando a economia vai mal. Em outras palavras, parte dos nossos negócios é alavancada pelo crescimento do PIB e parte dos nossos negócios tem uma relação muito pequena com o PIB.

Tendo dito isso, nós não somos uma ilha. Então, a questão da economia geral é sempre uma coisa que monitoramos e nos preocupamos, apesar de, como eu falei, ter um efeito muito menor em nós do que na média das companhias.

De forma mais específica em nossos negócios, na Ipiranga, o maior desafio que temos é o desafio de execução, pois estamos realizando muitas coisas. Estamos em um ritmo de, por exemplo, adicionar postos à rede na ordem de grandeza de 500 postos ao ano. Acho que este é um ritmo nunca visto na indústria brasileira. Então, exige um planejamento, um foco muito grande.

Na Ipiranga, o principal foco é priorização e execução operacional, que até agora está indo tudo muito bem, nenhum sinal de problema. Mas é um assunto ao qual estamos sempre atentos.

Na Ultragaz, nosso maior desafio tem sido lidar com o efeito da alta inflação que tivemos no ano passado, estamos trabalhando nele.

Na Oxiteno, a perspectiva que eu passei tem uma contribuição importante do câmbio mais desvalorizado, como é o caso da maioria da indústria brasileira. Uma retração do câmbio tem um efeito negativo e preocupante.

Na Ultracargo, acho que nosso maior desafio é achar quais são as maiores oportunidades, porque a quantidade de oportunidades no setor de logística e armazenagem é muito grande. Então, aqui, de forma similar à Ipiranga, o grande desafio é identificar as melhores oportunidades, destilá-las, priorizá-las e fazer as melhores.

Christian Audi:

Está ótimo. A outra pergunta que eu tenho, André, é se você pode elaborar um pouco no seu último comentário sobre aquisições, no sentido de se fosse possível você passar por cada um dos quatro setores e indicar um pouco do ponto de vista de magnitude, o tamanho das aquisições que vocês estão olhando, e também se elas tendem a ser mais domésticas ou internacionais, por favor.

André Covre:

Primeiro, na Ipiranga, como você sabe, nós temos um painel de aquisições regionais, com foco principalmente no Conen, mas não só, e nós temos trabalhado com essas empresas no sentido de determinar o momento em que elas estão interessadas em alguma transação.

Em uma delas existe uma possibilidade neste momento e estamos nos engajando com eles em um processo de discussão e de *due diligence.* É uma aquisição no estilo da BNP que fizemos em 2010, de ordem de grandeza, número de postos e valor muito similares.

No caso da Ultragaz, estamos neste momento prospectando pequenas aquisições, dado o escopo da Ultragaz no Brasil e no exterior. Elas estão em estágio inicial e são em países da América Latina, principalmente os países com boa regulação econômica e de GLP.

Na Oxiteno, estamos trabalhando em aquisições que reforçam nossa posição na região das Américas, principalmente, neste momento, América Latina. São aquisições de ordem de grandeza de menos de US$100 milhões.

E por fim, na Ultracargo nós estamos em estágio avançado de negociar a compra de um novo terminal, da ordem de grandeza de algo como R$200 milhões.

Christian Audi:

Está ótimo. E voltando à margem operacional da Ipiranga, que vocês continuam mostrando um crescimento no comparativo, agora que vocês chegaram a esse nível de 64, devemos esperar muita sazonalidade nos próximos três trimestres, ou devemos esperar uma contínua melhora nessa margem, ou pode ser uma coisa que suba um pouco mais em um trimestre e caia um pouco mais em outro por razão sazonal? Você poderia explicar um pouco essa dinâmica, por favor?

André Covre:

Se eu tratar na linha de tendência, ela tem claramente uma inclinação positiva. Mas você está certo, trimestre a trimestre há variações sazonais. Por exemplo, a margem do 2T é sazonalmente pior, entre outras razões porque vende-se muito mais diesel no 2T.

Então, existe uma variação trimestre a trimestre. Eu sempre friso o ponto que devemos comemorar as margens trimestrais e olhá-las sobre contexto. O melhor indicador para mim é a margem dos últimos 12 meses. Se você fizer isso de forma trimestral nos últimos 12 meses, dá para ver claramente essa linha de tendência que eu mencionei.

Christian Audi:

Ótimo. Última pergunta: com a entrada do novo CEO, se você pudesse falar um pouco sobre mudanças estratégicas na Companhia, ou como você vê a sua entrada. Como você explicou, ele já tem participado do crescimento da Ultra. Então, se puder comentar um pouco nesse sentido.

André Covre:

Nós estamos em um momento muito especial. O Pedro, conforme o Paulo, Presidente do Conselho, mencionou ontem em uma reportagem ao Estado, fez um trabalho espetacular no Ultra. Durante a gestão do Pedro, o EBITDA da Ultrapar cresceu mais de 20% ao ano e a Empresa mudou de patamar.

Ambas as coisas que fizeram esta evolução estão relacionadas a passos estratégicos importantes que fizemos, principalmente no início do período, 2007, 2008 e 2009. As coisas que estamos colhendo são em grande parte decorrentes desses movimentos, e trabalharemos com um novo Presidente que tem uma experiência muito grande exatamente nas reflexões estratégicas.

O Thilo fez sua carreira trabalhando em projetos de estratégia e de operações, mas muito de estratégia, em muitos setores da economia, com uma visão muito globalizada das coisas. Portanto, teremos uma nova discussão provavelmente; mais gasolina na discussão de novos passos estratégicos.

Teremos o Pedro no Conselho, colaborando para essa discussão, já que ele é profundo conhecedor do Ultra e das qualidades dos nossos negócios, das nossas pessoas.

Tenho expectativa de uma excelente dinâmica e de reflexões estratégicas que talvez se materializem nos próximos anos.

Luis, BTG Pactual:

Bom dia. Na verdade, eu tenho duas perguntas, bem objetivas. A primeira delas é em relação à Oxiteno: vimos o crescimento de margem, da margem de especialidades, e queria saber o que podemos esperar para os próximos trimestres e se viria algum impacto relevante de novas aquisições.

E a segunda, buscando um pouco da pergunta do Marcos em relação ao possível aumento de combustíveis, que existe uma possibilidade relativamente alta de acontecer nos próximos meses, sempre em um movimento desses de ajuste de preços na refinaria você tem um espaço talvez um pouco maior para reposicionar algum tipo de preço em determinadas regiões, como você mencionou, até no Conen. Vocês veem espaço ou oportunidade para efetivamente ganhar um pouco mais de margem em função deste evento especificamente ou não? Obrigado.

André Covre:

Luis, vou pedir para você repetir a primeira pergunta, que não conseguimos ouvir direito.

Luis:

Em relação à Oxiteno, na parte de especialidades, vocês tiveram crescimento após três trimestres de ajustes de estoques com os clientes. Vocês vislumbram um maior crescimento de volume em função agora desses ajuste dos estoques para os próximos trimestres?

André Covre:

Entendi. Obrigado. Sobre esforços de clientes, realmente foi muito claro, principalmente durante os últimos três trimestres, os trabalhos que nossos clientes estavam fazendo em adaptar seu tamanho de estoque ao ritmo de crescimento menor da economia.

Não coincidentemente, se você olhar o PIB do 4T e a estimativa de PIB para o 1T, elas estão muito alinhadas. O PIB publicado do 4T foi 1,4%, a estimativa mais comum de PIB para o 1T12 é que seja 1,8%. Então, estou falando de pequena variação ao redor de um número relativamente pequeno, o que significa que o PIB neste momento estabilizou seu ritmo de crescimento nesse 1,5% a 2%, portanto os efeitos de redução de estoque na cadeia estão terminando. Por isso tivemos esse crescimento pequeno, de 1% na venda de especialidades no mercado interno no 1T.

O que estamos vendo no 2T é um crescimento um pouco maior até agora. Estamos falando de um mês de venda, mas isso contribui para uma expectativa de crescimento de volume na mesma ordem de grandeza no cômputo total, 2T contra 2T, que tivemos no 1T, porém com um pouco mais de crescimento no mercado interno de especialidades.

Com relação a aumento de preço em refinaria, como eu mencionei, nosso negócio é de margens de varejo muito apertadas. Então, qualquer aumento de preço de refinaria tem que ser repassado imediatamente para o consumidor. É isso que historicamente acontece e é nisso que trabalharemos se vier um aumento de preço de diesel e de gasolina na refinaria.

Luis:

OK. Obrigado.

Luis Pinho, UBS:

Bom dia. Mais uma pergunta em relação ao sistema de eventual aumento de preço: vocês comentaram sobre esse plano de melhoria operacional na Ultragaz. Eu queria entender se nele está considerada a hipótese de aumento de preço do GLP. Estou dizendo isso porque o preço na refinaria não muda, pelo menos no engarrafado, há muitos anos, e eu imagino que o preço médio da refinaria está algo como 30% abaixo do preço internacional.

Desta forma, seria razoável imaginar um patamar de aumento de preço muito grande, por exemplo, em relação ao que significaria em gasolina e diesel. Então, eu queria entender se de fato vocês consideram isso no plano, se acham que esse aumento viria ainda em 2012 e qual deveria ser o impacto em margens para essa divisão. Obrigado.

André Covre:

Obrigado, Luiz. A resposta curta é não, isso não está considerado nesse nosso plano, basicamente porque é um assunto que está absolutamente fora do nosso controle.

Tendo dito isso, o preço do GLP para uso comercial e industrial praticado pela Petrobras está muito próximo da referência internacional. O preço para uso residencial tem uma diferença realmente de uns 15%. Esses são os básicos. Mas não contamos e não podemos contar com nenhum movimento relacionado a isso porque está fora do nosso controle.

Luis Pinho:

OK. E só um *follow-up,* então: no caso de acontecer aumento de preço, deve ter um preço do que seria no passado de um impacto muito baixo em volume, mas dado o cenário do mercado hoje, como você vê em termos de margem? É razoável imaginar certa pressão em margem?

André Covre:

O efeito em volume é historicamente quase imperceptível. No envasado, em 2002, o preço ao consumidor aumentou mais de 50%. E naquele ano e no ano seguinte, o consumo de envasados, se não me engano caiu 2%, alguma coisa assim. Foi um aumento de 50% e uma redução de consumo de 2%, 3%. O consumo no granel é um pouco mais sensível, mas não muito.

Então, o efeito na demanda é esse, e a relação entre um aumento de preço em refinaria para nós é muito similar ao que eu mencionei para um aumento de gasolina e diesel. São margens de varejo muito estreitas, então requer um realinhamento quase automático.

Luis Pinho:

Excelente. Obrigado.

Bruno Varella, Bradesco:

Bom dia, André. Eu tenho algumas perguntas. A primeira delas, pegando um gancho em Ultracargo, você mencionou cerca de R$200 milhões para compra de terminal. O que se traduziria em termos de capacidade? E ainda em Ultracargo, se existe a possibilidade de expansão em áreas de vocês ainda, e qual seriam as diferenças de retorno, se existe alguma diferença de retorno significativa entre os dois.

A segunda pergunta, em Oxiteno, é uma dúvida estrutural, se vocês veem alguma ameaça em especialidades por conta desse número em *shale gas* nos EUA, isso, obviamente, para longo prazo.

E a última, em Ipiranga, queria saber se teve algum impacto significativo, para vocês ou para o mercado, que vocês tenham visto, daquela greve que teve na cidade de São Paulo. Obrigado.

André Covre:

Primeiro sobre Ultracargo. Sobre aquisição, o que eu posso dizer neste momento é que se nós fizermos ela terá parâmetros atraentes de preço e retorno. Caso contrário, como tem sido o caso, nós não a faremos. Então, prefiro guardar a discussão de quanto volume, quanto EBITDA, qual o múltiplo etc. para o momento em que ela se materializar, se você não se incomodar, Bruno.

Bruno Varella:

Sem problemas.

André Covre:

Com relação aos terminais existentes, ordem de grandeza, nós temos terreno nos terminais existentes para aumentar em aproximadamente 50% a nossa capacidade. As expansões, como elas são em terminais existentes, estamos falando de fundamentalmente adicionar mais tanques a um grupo de tanques existentes.

Portanto, elas tendem a ter margem EBITDA muito maior que o negócio existente, e estamos vendo o efeito disso no resultado. Como eu mencionei hoje, a margem recorde da Ultracargo, não coincidentemente em um trimestre que está se beneficiando das expansões que fizemos em Suape e da expansão que entrou em operação em Santos.

Com relação a *shale gas* e Oxiteno, os Estados Unidos, com a descoberta de *shale gas,* realmente voltou a se tornar um lugar excelente para se produzir petroquímicos. Nós não só reconhecemos isso, mas estamos trabalhando para nos beneficiarmos dessa situação, iniciando uma expansão para os Estados Unidos, onde nós já temos uma interação com clientes muito boa.

O fenômeno do *shale gas,* dizem os especialistas que em algum momento achará um novo ponto de equilíbrio. Em outras palavras, hoje, o preço do gás nos Estados Unidos é mais ou menos US$2 por milhão de BTU, e esse é um preço extremamente baixo. Ele deve continuar baixo por muitos anos, mas as projeções que eu já vi mostram uma evolução para um patamar um pouco maior. Ainda assim, mantendo-se com um grau de competitividade muito bom como matéria-prima para produção de petroquímicos.

Em se realizando o nosso plano de expansão nos Estados Unidos, nós teremos uma Oxiteno com uma operação importante daqui alguns anos nos Estados Unidos, maior mercado de tensoativos do mundo, e com uma vantagem competitiva de matérias-primas e logística muito boa, o que nos permitirá inclusive utilizar os Estados Unidos como uma base de produção para exportar para a Ásia e para a Europa.

E teremos outro pilar da Oxiteno, que é a que você já conhece, que é a empresa líder destacada no Brasil, única produtora local, com um conhecimento de tecnologia e um relacionamento com os clientes que lhe permitem sustentabilidade, apesar da base de matéria-prima brasileira menos atraente. Só vejo neste momento, dentro desse racional, boas coisas vindo do *shale gas* para a Oxiteno.

A greve em São Paulo provavelmente teve efeito em todas as companhias por conta da indisponibilidade de produto. Nós nos estruturamos para atender os nossos clientes, e o efeito foi muito pequeno. Acho que dá para ver que o efeito foi muito pequeno no crescimento de volume de 11% do 1T.

Bruno Varella:

Ótimo, André. Muito claro. Obrigado.

Pedro Medeiros, Citibank:

Bom dia. André, na verdade eu tinha três perguntas. A primeira delas é novamente sobre a aquisição da Ultracargo e sobre esse *guidance* de uma potencial aquisição girando em torno da ordem de R$200 milhões. Sem falar de retorno potencial do que vocês estão olhando, você pode comentar um pouco sobre os resultados atingidos, e aí com um escopo maior em retorno, na aquisição da União Terminais desde 2008 para cá, para entendermos um pouco como é o perfil de retorno desse *business* ao olhar para uma aquisição.

A segunda pergunta, eu queria entender um pouco sobre opções estratégicas para o ano e como vocês enxergam isso. Existe algum potencial hoje, e interesse para monetizar a sua franquia de lojas de conveniência am/pm? Vocês consideram de alguma forma ampliar o seu escopo em termos geográficos e para outros serviços, ir além de lojas de conveniência em postos de gasolina?

E a minha terceira pergunta está atrelada à taxa de imposto efetiva que foi reportada no 1T. Nós vimos uma tendência de alta nessa taxa de imposto efetiva que está alinhada, no meu entendimento, e é isso que eu queria confirmar com você, a uma expansão na contribuição total do resultado da Ipiranga sobre o resultado consolidado. Eu queria confirmar se esse é mesmo o *driver* para o aumento dessa taxa de imposto, e se conforme o crescimento da Ipiranga continue se provando superior aos outros negócios, essa tendência deve continuar acontecendo.

André Covre:

Obrigado pelas perguntas, Pedro. Primeiro, sobre a União Terminais, você está quase fazendo um teste à minha memória, já que ela ocorreu em 2008. Com essa liberdade de memória, o que eu posso lhe dizer é que, quando compramos a União Terminais, nós tínhamos uma porção de sinergias, que levavam a um aumento de EBITDA, e se não me falhe a memória, o preço de aquisição em relação ao EBITDA pós-execução do plano de negócios dava um múltiplo de 6x ou 7x.

E as aquisições que estamos olhando na área da Ultracargo têm ordem de grandeza deste tipo. Então, estamos falando de uma transação com o mesmo tipo de retorno da que fizemos na União Terminais, que para os parâmetros de uma aquisição de terminais eu julgo muito bom, de 6x a 7x.

Lembrando que negócios de terminais, sempre quando olhados pela ótica de múltiplos, terão múltiplos muito grandes, mesmo sem crescimento. Porque uma vez construído o terminal, o CAPEX que você tem de colocar é quase zero. Ordem de grandeza, a Ultracargo hoje tem uma capacidade entre 600.000 m³ e 700.000 m³ de terminais, e seu CAPEX de manutenção está na ordem de grandeza de R$20 milhões.

Então, nós temos um negócio hoje que gera, em ritmo recorrente agora, R$150 milhões de EBITDA e tem o CAPEX de manutenção de R$20 milhões. Se você trouxer esse valor presente e comparar com o EBITDA, vai dar realmente um múltiplo muito alto, sem crescimento nenhum.

Sobre am/pm, nós temos muito escopo para expandir am/pm nos nossos postos. Estamos fazendo isso de forma muito mais acelerada neste momento, portanto essa é a prioridade.

Com relação ao imposto de renda, neste trimestre nós tivemos de fato uma composição de núcleo maior na Ipiranga e menor na Oxiteno e na Ultragaz, que são os negócios que operam em regiões incentivadas do Nordeste. O da Oxiteno é, na verdade, só uma base de comparação, como falamos; e no da Ultragaz nós estamos trabalhando para reverter a tendência. Então, eu não tenho expectativa de uma mudança de patamar de taxa de imposto de renda.

Mais importante que isso, o imposto de renda que nós pagamos é de uma ordem de grandeza diferente do imposto de renda à despesa, dados os créditos que nós temos resultantes de muitas operações de aquisições que fizemos.

A alíquota despesa tem sido no *high twenties*, nesse trimestre foi 29%, foi mais no limite superior. Mas a alíquota de imposto de renda desembolso tem sido menos de 10%, ordem de grandeza de 10%. Realmente, o que afeta o nosso fluxo de caixa e afeta o nosso valor é essa segunda, não é a primeira.

Pedro Medeiros:

Está ótimo. E só nesse ponto, eu sei que esse é um número que hoje vocês não dão muito disclosure, mas você pode dar alguma ideia da proporção total da contribuição da am/pm no EBITDA da Ipiranga?

André Covre

Vou falar da ordem de grandeza de 5% do EBITDA, e todos os não-combustíveis em 10%.

Pedro Medeiros:

Está ótimo. Obrigado.

Operadora:

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

André Covre:

Muito obrigado pela presença de vocês, muito obrigado pelas boas perguntas. A nossa equipe de RI está aqui à disposição para perguntas adicionais. Espero vê-los nas próximas conferências. Grande abraço. Tchau.

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."