

RELATÓRIO ANUAL 2012





ÍNDICE



| | |
|---|-----------|
| A ULTRAPAR | 2 |
| MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO | 4 |
| PRINCIPAIS INDICADORES E DESTAQUES | 6 |
| FUNDAMENTOS DA GESTÃO | 12 |
| GOVERNANÇA CORPORATIVA | 12 |
| ESTRATÉGIA E MODELO DE GESTÃO | 18 |
| GESTÃO DE RISCOS | 24 |
| INOVAÇÃO | 28 |
| RELACIONAMENTO COM PÚBLICOS ESTRATÉGICOS | 32 |
| FILOSOFIA SOCIOAMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE | 38 |
| IPIRANGA | 44 |
| OXITENO | 50 |
| ULTRACARGO | 56 |
| ULTRAGAZ | 60 |
| RESULTADOS E PERSPECTIVAS | 66 |
| ANÁLISE DO DESEMPENHO FINANCEIRO DE 2012 | 66 |
| MERCADO DE CAPITAIS | 72 |
| INVESTIMENTOS E PERSPECTIVAS | 76 |
| INFORMAÇÕES CORPORATIVAS / CRÉDITOS | 80 |

A ULTRAPAR

Em 2012 a Ultrapar completou 75 anos de história marcada pela atuação em bons negócios, com produtos e serviços destacados para seus clientes, pelo planejamento e execução consistentes de sua estratégia, por oportunidades de crescimento e desenvolvimento para seus colaboradores e consequente criação de valor. Ocupa posições de liderança nos mercados em que atua: distribuição de combustíveis, por meio da Ultragaz e da Ipiranga, produção de especialidades químicas, com a Oxiteno, e serviços de armazenagem para granéis líquidos, através da Ultracargo.

A companhia desempenha suas atividades em todo o território nacional, com negócios que apresentam grande capilaridade e estão presentes no dia-a-dia dos brasileiros. A Ultrapar possui também presença crescente fora do Brasil, por meio da Oxiteno, com unidades industriais nos Estados Unidos, no México, no Uruguai e na Venezuela, além de contar com escritórios comerciais na Argentina, Bélgica, China e Colômbia. Ao final de 2012, a Ultrapar contava com um quadro de nove mil colaboradores no Brasil e em suas unidades no exterior.

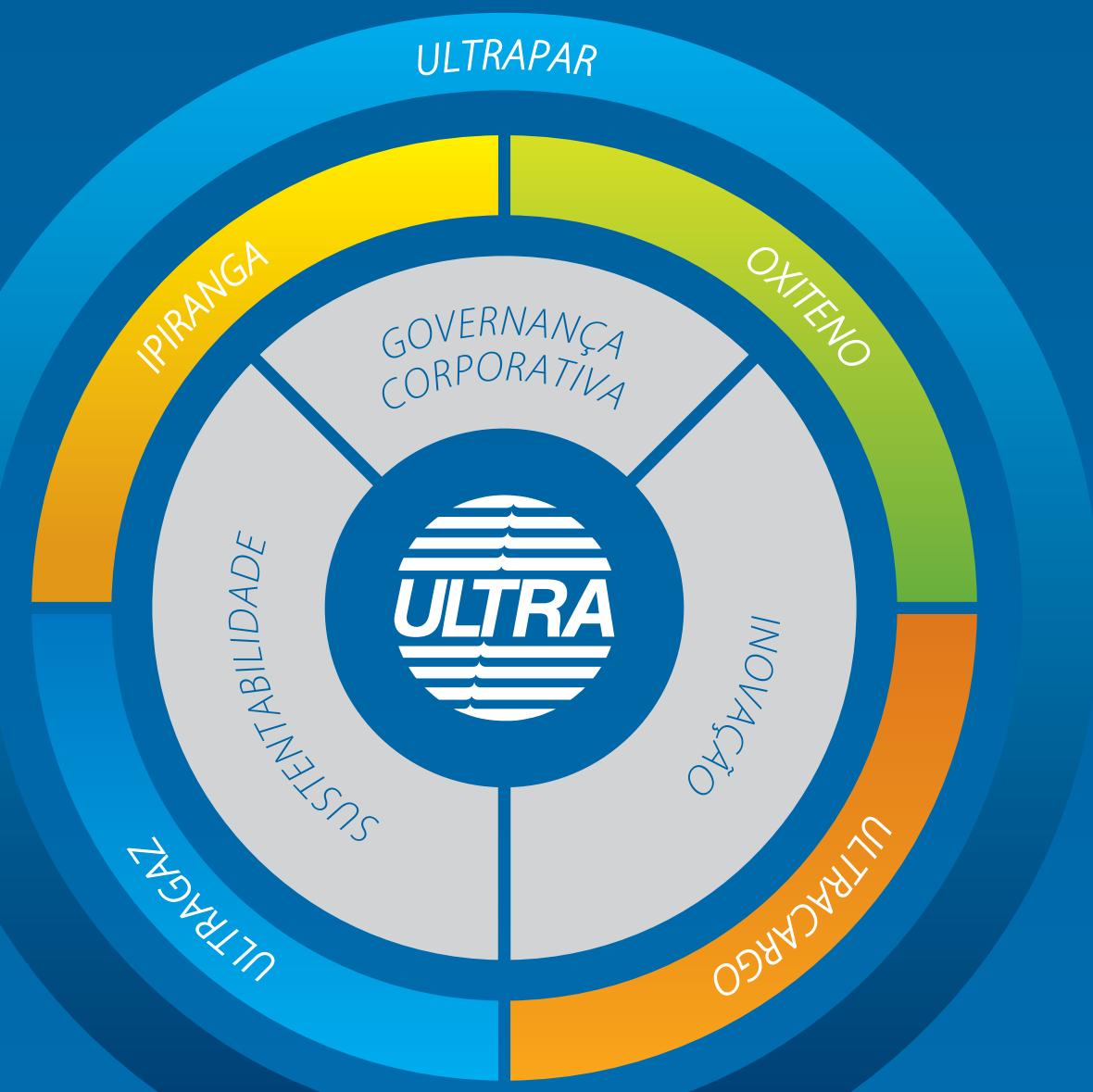
A Ultrapar deu sequência em 2012 à sua estratégia de criação de valor e investimentos para obter maior escala operacional, mantendo

a trajetória de crescimento robusto e consistente de resultados. Graças a essa estratégia, e amparada em uma cultura corporativa pautada na inovação contínua, na sustentabilidade de seus negócios e na governança corporativa desenhada para garantir a perenidade da companhia e de seu crescimento, a Ultrapar alcançou, no ano, a marca de 26 trimestres consecutivos de crescimento do EBITDA, o que atesta a resiliência e a consistência de seu crescimento.

Dando continuidade a essa estratégia e com base nas características de seus negócios – parte de natureza resiliente e parte alavancada no crescimento da economia – a Ultrapar tem a expectativa de continuar a trajetória de crescimento de resultados e de valor.

A Ultrapar mantém ações listadas, desde 1999, na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBOVESPA), desde 2011 no segmento Novo Mercado, e na New York Stock Exchange (NYSE), com ADRs nível III, cumprindo com os mais elevados requisitos de governança corporativa nos dois mercados. Em 2012, as ações da companhia apresentaram valorização de 45%, sendo uma das empresas com maior valorização entre as ações que compõem o Ibovespa.

Em 2012, as ações da companhia apresentaram valorização de 45%, sendo uma das empresas com maior valorização entre as ações que compõem o Ibovespa.



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Em 2012, demos sequência à nossa estratégia de negócios, destinada a promover crescimento sustentado e geração de valor para a Ultramar, bem como para os diferentes públicos com os quais se relaciona, fortalecendo-a cada vez mais como instituição.

O novo e inovador modelo de governança corporativa, instituído em 2011 e consolidado em 2012, aliado ao crescimento de resultados e às práticas de gestão da Ultramar, levou à obtenção de diversos reconhecimentos pelo mercado. Entre outros prêmios, a Ultramar foi eleita novamente uma das companhias mais admiradas no mundo no setor energético pela *Fortune Magazine (World's Most Admired Companies 2013, 4º lugar)*, uma das companhias mais inovadoras do mundo pela revista *Forbes*, e a empresa aberta com maior evolução em governança corporativa pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (Prêmio IBGC de Governança Corporativa).

Em maio de 2012, anunciamos a realização de um processo sucessório na presidência executiva da Ultramar. Thilo Mannhardt, então membro do Conselho de Administração, assumiu como diretor presidente da companhia a partir de 2013, sucedendo a Pedro Wongtschowski, que ocupou a posição desde 2006 e passou a integrar o Conselho de Administração da Ultramar. O sistema de gestão sólido e fortalecido da companhia permitiu realizar um processo de transição pensado e organizado, uma renovação sem rupturas. Foi mais uma prova da institucionalidade da Ultramar – a governança e a cultura empresarial da companhia permitem decisões tomadas por profissionais alinhados para um objetivo comum em benefício dos interesses da companhia.

Em 2012 a Ultramar também apresentou continuidade no seu crescimento, tanto em porte, viabilizado pelos investimentos, como em resultados e em geração de valor.

Na Ipiranga, continuamos investindo significativamente na expansão da sua rede de postos e na ampliação de sua infraestrutura logística, com foco nos mercados de maior crescimento de vendas – as regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Os investimentos realizados ao longo dos últimos anos resultaram em maior penetração de mercado, permitindo um forte crescimento do volume vendido. Demos também sequência à estratégia de diferenciação por meio da ampliação da oferta de produtos e serviços, com olhar atento para a conveniência de nossos clientes.

Na Oxiteno, passamos a colher os benefícios dos investimentos em aumento da capacidade produtiva finalizados em 2011, com crescimento significativo nos volumes vendidos e maior alavancagem operacional. Em adição, aprofundamos o processo de expansão internacional, com a aquisição de plantas de especialidades químicas nos Estados Unidos e no Uruguai, e mantivemos a estratégia de desenvolvimento de produtos e aplicações, fortemente amparada em investimentos em inovação e na crescente utilização de matérias-primas renováveis.

Na Ultracargo, demos passos relevantes na expansão de sua escala, agregando capacidade de armazenagem por meio de aquisições e de ampliação dos terminais existentes. Adquirimos o Terminal Marítimo do Maranhão – Temmar, instalado no porto de Itaqui, no Maranhão, com o objetivo de capturar as oportunidades de negócios geradas pelo crescimento econômico do País. A mesma motivação orientou ampliação dos terminais de Santos e Aratu, que representou acréscimo de capacidade de armazenagem de cerca de 10% à companhia.

Na Ultragaz, colhemos os resultados dos investimentos realizados no fortalecimento de seu posicionamento e escala de operações no segmento de GLP a granel, um mercado em que é pioneira, obtendo os benefícios da aquisição da Repsol, realizada em 2011.



Thilo Mannhardt, Paulo G. A. Cunha e Pedro Wongtschowski

Foi também iniciado um trabalho de recuperação de resultados com foco na gestão de custos e despesas.

As estratégias desenvolvidas pela Ultrapar proporcionaram, mais uma vez, resultados robustos em 2012. Desde a abertura de seu capital, a Ultrapar executou um programa ambicioso de investimentos na expansão de seus negócios, que já acumula R\$ 12 bilhões, dos quais R\$ 1,5 bilhão foi investido somente em 2012. Os investimentos dos últimos anos contribuíram para o crescimento de 18% e 19% no EBITDA e lucro líquido da Ultrapar em relação a 2011.

O crescimento significativo de resultados, com retornos crescentes, foi reconhecido pelo mercado de capitais com a correspondente valorização das ações da Ultrapar. A companhia acumulou um retorno médio aos acionistas de 24% ao ano desde a abertura de capital, muito acima da variação do Ibovespa e do CDI, que apresentaram, respectivamente, valorização média de 14% e 15% ao ano no período. Em 2012, ano em que nossos resultados operacionais

tiveram evolução significativa, apesar de um crescimento modesto da economia, as ações da Ultrapar valorizaram-se 45%, enquanto o Ibovespa valorizou-se 7%.

As realizações e resultados de 2012 reiteram o sucesso de uma estratégia que envolve uma estrutura de governança corporativa inovadora e cuidadosamente implementada, que preserva e reforça o compromisso da Ultrapar em continuar gerando valor de forma perene. Com isso, a companhia está bem posicionada para aproveitar as boas oportunidades que persegue, preparada para novos ciclos de crescimento.

Paulo G. A. Cunha

Presidente do Conselho de Administração

Pedro Wongtschowski

Diretor-Presidente até Dez/2012

Thilo Mannhardt

Diretor-Presidente a partir de Jan/2013

PRINCIPAIS INDICADORES E DESTAQUES





A Ultrapar encerrou 2012 com um valor de mercado de R\$ 25 bilhões, cerca de três vezes superior ao valor de mercado há cinco anos.



RETORNO AOS ACIONISTAS E MERCADO DE CAPITAIS

- As ações da Ultrapar apresentaram valorização de 45% e de 30% no ano na BM&FBOVESPA e na NYSE, respectivamente. No mesmo período, ambos os índices desses mercados apresentaram valorização de 7%.
- A Ultrapar encerrou 2012 com um valor de mercado de R\$ 25 bilhões, cerca de três vezes superior ao valor de mercado há cinco anos.
- Os dividendos declarados atingiram valor de R\$ 627 milhões, correspondentes a 62% do lucro líquido de 2012 e a um *dividend yield* de 3%.
- A Ultrapar foi, mais uma vez, selecionada para compor a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBOVESPA, composta por empresas com destacado reconhecimento no tocante à responsabilidade socioambiental, governança corporativa e sustentabilidade empresarial.

AQUISIÇÕES E INVESTIMENTOS

- A Ipiranga expandiu a sua rede de revendedores em 374 postos e 391 novas lojas am/pm e Jet Oil. A companhia também investiu na construção e ampliação de 12 bases de armazenagem.
- A Oxiteno realizou duas aquisições fora do Brasil: uma planta de especialidades químicas em Pasadena, no Texas (EUA), e a American Chemical, empresa de especialidades químicas no Uruguai.
- A Ultracargo adquiriu o Terminal Marítimo do Maranhão – Temmar, instalando-se na região portuária de Itaqui, no Maranhão. A Ultracargo também aumentou em aproximadamente 10% a capacidade de armazenagem com ampliação dos terminais em Santos e Aratu.
- A Ultragaz direcionou seus investimentos principalmente para a captura de novos clientes no segmento de GLP a granel.

RESULTADOS

- Receita líquida de R\$ 54 bilhões em 2012, crescimento de 11% em relação ao ano anterior.
- Geração operacional de caixa (EBITDA) de R\$ 2,4 bilhões, aumento de 18% ante 2011.
- Lucro líquido de R\$ 1,0 bilhão, 19% acima do registrado no ano anterior.

RECONHECIMENTOS



Vencedora do prêmio de governança corporativa na categoria empresas listadas em 2012
Instituto Brasileiro de Governança Corporativa



Eleita uma das 100 empresas mais inovadoras do mundo pelo prêmio *The World's Most Innovative Companies*
Forbes

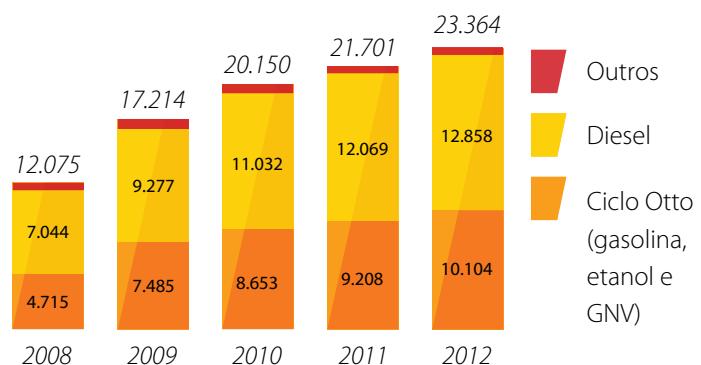


2º lugar no prêmio "As Melhores Companhias para os Acionistas" na categoria empresas com valor de mercado superior a R\$ 15 bilhões
Revista Capital Aberto

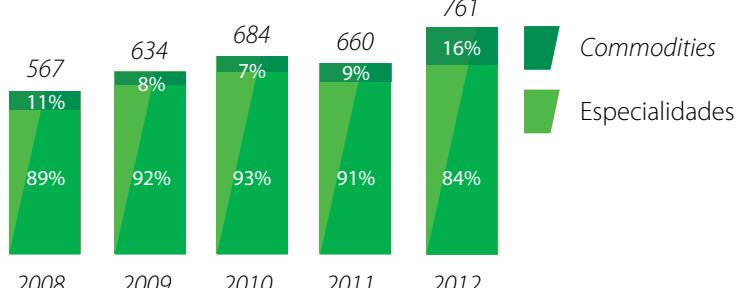


4º lugar no ranking "Companhias Mais Admiradas do Mundo 2013" (*World's Most Admired Companies 2013*) no setor energético
Fortune Magazine

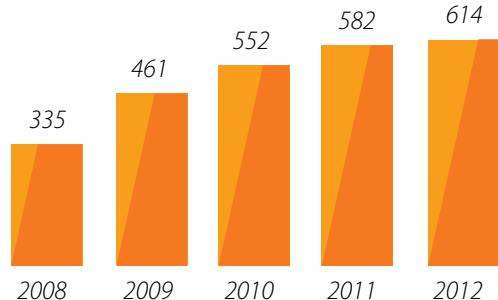
IPIRANGA – VOLUME DE VENDAS (mil m³)



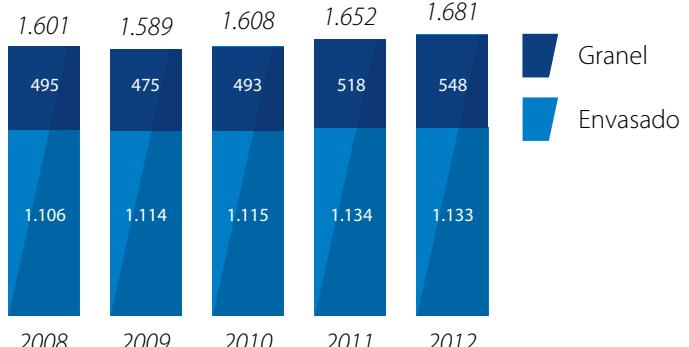
OXITENO – VOLUME DE VENDAS (mil ton)



ULTRACARGO – ARMAZENAGEM EFETIVA (mil m³)

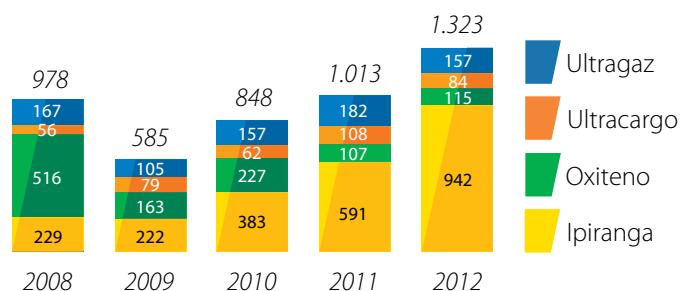


ULTRAGAZ – VOLUME DE VENDAS (mil ton)



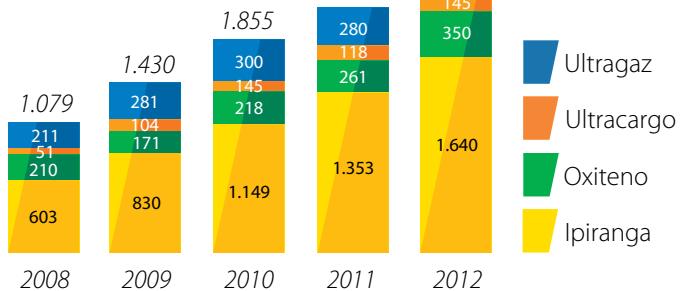
INVESTIMENTOS

Exclui aquisições (R\$ milhões)

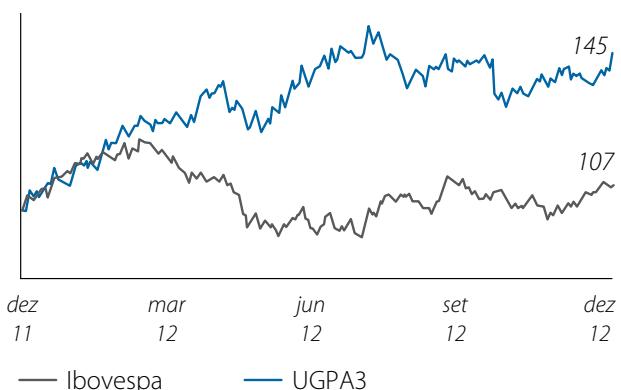


EBITDA

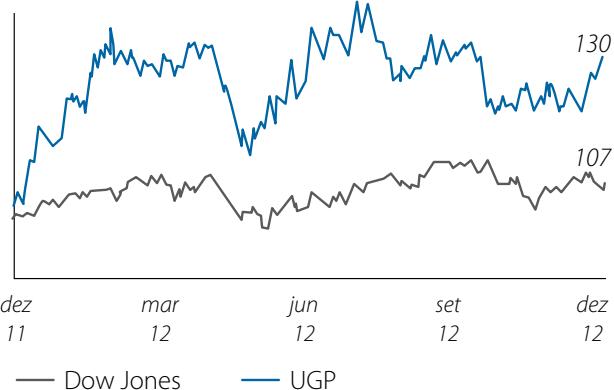
(R\$ milhões)



EVOLUÇÃO UGP A3 X IBOVESPA (base 100)



EVOLUÇÃO UGP X DOW JONES (base 100)



PRINCIPAIS INDICADORES⁽¹⁾

| | IFRS | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Ultrapar⁽²⁾ | | | | | |
| Receita líquida | 28.268 | 36.097 | 42.482 | 48.661 | 53.919 |
| EBITDA ⁽³⁾ | 1.079 | 1.430 | 1.855 | 2.032 | 2.405 |
| Lucro líquido | 390 | 441 | 765 | 855 | 1.018 |
| Investimentos | 1.516 | 1.941 | 815 | 1.090 | 1.491 |
| Dividendos declarados | 238 | 279 | 429 | 525 | 627 |
| Lucro por ação (R\$) ⁽⁴⁾ | 0,72 | 0,82 | 1,43 | 1,59 | 1,89 |
| Dividendos por ação (R\$) ⁽⁴⁾ | 0,44 | 0,52 | 0,80 | 0,98 | 1,17 |
| Número de funcionários (final do ano) | 9.496 | 9.429 | 8.883 | 9.055 | 9.282 |
| Ipiranga | | | | | |
| Volume de vendas (mil m ³) | 12.075 | 17.214 | 20.150 | 21.701 | 23.364 |
| Receita líquida | 22.676 | 30.486 | 36.483 | 42.224 | 46.833 |
| EBITDA ⁽³⁾ | 603 | 830 | 1.149 | 1.353 | 1.640 |
| Investimentos | 229 | 222 | 383 | 591 | 942 |
| Produtividade (EBITDA R\$/m ³) | 50 | 48 | 57 | 62 | 70 |
| Oxiteno | | | | | |
| Volume de vendas (mil ton) | 567 | 634 | 684 | 660 | 761 |
| Receita líquida | 1.926 | 1.916 | 2.083 | 2.409 | 2.929 |
| EBITDA ⁽³⁾ | 210 | 171 | 218 | 261 | 350 |
| Investimentos | 516 | 163 | 227 | 107 | 115 |
| Produtividade (EBITDA US\$/ton) | 202 | 135 | 181 | 236 | 235 |
| Ultracargo | | | | | |
| Ocupação efetiva (mil m ³) | 335 | 461 | 552 | 582 | 614 |
| Receita líquida | 283 | 337 | 293 | 267 | 301 |
| EBITDA ⁽³⁾ | 51 | 104 | 145 | 118 | 145 |
| Investimentos | 56 | 79 | 62 | 108 | 84 |
| Ultragaz | | | | | |
| Volume de vendas (mil ton) | 1.601 | 1.589 | 1.608 | 1.652 | 1.681 |
| Receita líquida | 3.339 | 3.441 | 3.661 | 3.767 | 3.847 |
| EBITDA ⁽³⁾ | 211 | 281 | 300 | 280 | 243 |
| Investimentos | 167 | 105 | 157 | 182 | 157 |
| Produtividade (EBITDA R\$/ton) | 132 | 177 | 187 | 170 | 145 |
| Mercado de Capitais | | | | | |
| Volume financeiro médio/dia (R\$ mil) ⁽⁵⁾ | 26.476 | 26.961 | 32.953 | 34.646 | 55.498 |
| Cotação BM&FBOVESPA (R\$/ações) ⁽⁴⁾ | 12,71 | 20,03 | 26,28 | 32,01 | 46,29 |
| Cotação NYSE (US\$/ADR) ^{(4) (6)} | 5,62 | 11,73 | 16,16 | 17,20 | 22,28 |

⁽¹⁾ Exceto quando indicado R\$ milhões. Informações em IFRS a partir de 2009.

⁽²⁾ Exceto quando indicado de maneira diferente, os números da Ultrapar ao longo do relatório incluem a consolidação, a partir de abril/2009, dos ativos adquiridos da Texaco.

⁽³⁾ Exceto quando indicado de maneira diferente, os números referentes ao Ebitda a partir de 2010 ao longo do relatório consideram resultado na venda de bens e equivalência patrimonial (Conforme Instrução CVM no 527).

⁽⁴⁾ Ajustado retroativamente para refletir o desdobramento de 1:4 das ações aprovado em Assembleia Geral Extraordinária de 10 de fevereiro de 2011.

⁽⁵⁾ Considerada a soma das negociações ocorridas na BM&FBOVESPA e NYSE.

⁽⁶⁾ 1 ADR = 1 ação ordinária.

GOVERNANÇA CORPORATIVA





*Ao longo de sua história,
a Ultrapar foi pioneira
no desenvolvimento da
governança corporativa,
antecipando-se às
tendências do mercado
e contribuindo para a
evolução do tema no Brasil.*



A estrutura de governança corporativa construída pela companhia foi elemento-chave para as decisões e implementações estratégicas que definiram o sucesso de seus negócios.

A cultura de alinhamento de interesses e criação de valor permitiu também que a companhia, ao pensar a própria governança à luz de seu estágio de desenvolvimento, introduzisse conceitos e criasse dispositivos inovadores, que contribuíram para transformá-la em uma instituição sólida e reconhecida.

A estrutura atual de governança corporativa da Ultrapar, renovada em 2011, é fruto de um processo iniciado ainda nos anos 1970 e que foi se aprofundando desde então. À época, a companhia havia passado por uma fase de crescimento acelerado e consequente aumento da complexidade nos seus negócios. O então gestor e principal acionista da Ultrapar, Pery Igel, optou por contratar executivos profissionais para a administração da companhia naquela década, com o objetivo de preservar e ampliar seu valor.

Na década de 1980, Pery Igel aprimorou esse processo, implantando um pioneiro plano de outorga de ações para executivos, vinculado a uma permanência de 20 anos. Com isso, transformou-os em seus sócios, alinhando os interesses para a construção de uma empresa melhor e mais sólida, sob a crença de que a mentalidade de “dono” guia o gestor para esse caminho. Durante a década seguinte, já com a liderança de Paulo Cunha, a companhia decidiu descontinuar sua atuação em vários setores, como engenharia e agropecuária, e concentrar-se nos três negócios em que possuía posições de destaque: distribuição de GLP, produção de químicos e serviços de logística para granéis líquidos. Esse processo de redesenho da companhia permitiu o fortalecimento destes três negócios e foi seguido, no final da década de 1990, com a abertura de capital da Ultrapar, simultaneamente na BM&FBOVESPA e na NYSE, fato inédito no Brasil.

No período pós-abertura de capital, a Ultrapar contribuiu de maneira importante para o desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro. Essa contribuição ocorreu tanto através do pioneirismo na introdução de dispositivos, a exemplo do direito de *tag along* a 100% do valor da oferta, em 2000, como

elemento de alinhamento de interesses entre todos acionistas da companhia, como também por meio do engajamento em discussões relacionadas ao tema, a exemplo da participação como membro fundador e participante ativo do Círculo de Companhias da Mesa Redonda de Governança Corporativa da América Latina.

Também nesse período, a governança pautada pelo alinhamento de interesses entre acionistas e gestores, conduzindo estes a um foco permanente em criação de valor para a companhia, mostrou-se fundamental para a prospecção e realização de aquisições de grande impacto estratégico, como as da Ipiranga, Texaco e União Terminais, ao mesmo tempo em que Paulo Cunha conduzia a Ultrapar para a separação, em 2007, entre as funções de diretor-presidente e presidente do Conselho de Administração. Pedro Wongtschowski foi nomeado seu sucessor nas atividades executivas, enquanto Paulo Cunha passou a dedicar-se exclusivamente à presidência do Conselho de Administração.

A Ultrapar sempre considerou o mercado de capitais como um importante agente viabilizador do crescimento e da perenização da companhia, não somente como fonte de recursos para seus investimentos, mas também como fonte de desenvolvimento e reforço de uma cultura de delegação e responsabilidade, de gestão meritocrática e de alinhamento de interesses. A implementação da nova estrutura de governança corporativa em 2011 permitiu à Ultrapar maior capacidade de investimentos, possibilitando a concepção de projetos ainda mais audaciosos para os próximos anos. Em adição, é um passo definitivo na direção da administração profissional da companhia, que passa a ter seu futuro não atrelado a questões específicas de um ou outro determinado acionista.

A nova estrutura de governança corporativa consistiu na conversão de todas as ações preferenciais da Ultrapar em ações ordinárias, na proporção de 1 por 1. Com isso, todos os acionistas passaram a desfrutar de direitos econômicos e políticos absolutamente iguais. Como consequência, os acionistas controladores abriram mão de seu direito legal de controle, em favor da liderança por desempenho em prol da perenização da empresa e do seu crescimento. Adicionalmente, a Ultrapar aderiu ao mais alto nível de

GOVERNANÇA CORPORATIVA – PIONEIRISMO DA ULTRAPAR

- Na década de 1980, os principais executivos passam a participar do controle acionário da companhia através do plano de outorga de ações, aprofundando o processo de profissionalização da gestão.
- A Ultrapar foi a primeira companhia brasileira a promover, em 1999, oferta pública inicial de ações simultaneamente nas bolsas de valores de São Paulo (BM&FBOVESPA) e de Nova York (New York Stock Exchange – NYSE).
- A Ultrapar foi a primeira empresa brasileira a conceder, em 2000, o direito de *tag along* a 100% do valor da oferta de compra a todos os seus acionistas, condição que superava as melhores práticas do mercado brasileiro na época.
- A Ultrapar separa, em 2006, a função de diretor-presidente da função de presidente do Conselho de Administração. Paulo Cunha passa a se dedicar exclusivamente à presidência do Conselho de Administração e Pedro Wongtschowski assume a presidência executiva.
- Em 2011, com a implementação da sua nova estrutura de governança corporativa, a Ultrapar proporcionou um caso inédito de controlador que abre mão da liderança de direito em favor da liderança por desempenho em prol do crescimento e da perenização da empresa.

PRINCIPAIS ASPECTOS DA NOVA ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

- Conversão de todas as ações PN em ações ON na proporção de 1 para 1 – a companhia deixa de ter acionista controlador.
- Fortalecimento dos órgãos de governança corporativa:
 - O Conselho de Administração passa a ter estatutariamente pelo menos 30% de membros independentes.
 - Instituição do Comitê de Remuneração e do Comitê de Auditoria em seu estatuto.
- Eleição de conselheiros por sistema de chapas, com garantia estatutária de divulgação para eventuais chapas concorrentes idêntica à da chapa proposta pela administração.
- Oferta de ações (OPA) por aquisição de participação relevante (20% do capital), pelo maior preço pago nos últimos seis meses.
- Inexistência de *poison pills*, limitação de voto e regimes de tratamento diferenciado.

governança corporativa do País, ingressando no segmento de listagem do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, e incorporou, em seu novo estatuto, dispositivos inspirados em padrões internacionais inéditos no Brasil e que excedem os requisitos do Novo Mercado. Com essa evolução na sua governança, a companhia preparou as bases para que a Ultrapar torne-se uma empresa cada vez mais sólida, rentável e longevidade.

Em 2012, como parte do processo de evolução constante de sua governança, a Ultrapar conduziu novamente a sucessão de seu diretor-presidente, após mandato de seis anos de Pedro Wongtschowski. O Conselho de Administração aprovou, em maio de 2012, a escolha de Thilo Mannhardt para suceder a Pedro Wongtschowski a partir de 1º de janeiro de 2013. Pedro Wongtschowski, por sua vez, substituiu Thilo Mannhardt no Conselho de Administração.

O processo de sucessão deu-se de acordo com a filosofia da Ultrapar: planejado adequadamente e conduzido com transparéncia. A sucessão foi realizada como parte de um processo de continuidade para o crescimento e a geração de valor da companhia.

A renovação das lideranças é processo contínuo e bem estabelecido da companhia, que busca energia renovada para seguir em crescimento. Em 2012, cerca de 50% dos diretores da companhia estavam na função por um período inferior a cinco anos. Assim como a sucessão na presidência, essa renovação sem rupturas foi viabilizada pela cultura e maturidade institucional da companhia, que possibilita manter os interesses da companhia alinhados aos interesses individuais, em um processo que se retroalimenta.



ULTRA

ESTRATÉGIA E MODELO DE GESTÃO





O elevado grau de maturidade institucional alcançado pela Ultrapar foi construído ao longo das muitas décadas de pioneirismo e busca constante pelo desenvolvimento e crescimento.



A companhia conta, hoje, com um sistema de gestão que permite, em todas as suas áreas de atuação, uma renovação contínua, sem colocar em risco a condução adequada de seus negócios, incentivando a inovação e o crescimento sustentável.

Por essa razão, a companhia mantém em sua cultura corporativa fortes características que contribuem para a perenização de seu crescimento e para o seu fortalecimento como instituição: um cuidadoso planejamento e uma demonstrada capacidade de execução. A Ultrapar planeja sua expansão buscando sempre resultados através de uma forte disciplina na alocação de recursos, alinhando os interesses dos acionistas e administradores na busca por criação de valor.

A execução da estratégia e o modelo de gestão da Ultrapar são apoiados e beneficiados por uma estrutura centralizada de funções financeiras e de informática através de um centro corporativo. Essa centralização proporciona benefícios de escala, uma vez que a dimensão permite processar e contratar transações de todos os negócios de forma eficaz. Em adição, promove maior especialização através de áreas dedicadas a certas atividades que não se viabilizariam em estruturas separadas. Além disso, o centro corporativo é elemento-chave para os elevados padrões de controles da companhia, configurando um sistema robusto de *checks & balances*.

Essas características, associadas a uma sólida posição financeira, ao crescimento dos últimos anos e à combinação de negócios resilientes, levaram a Standard & Poor's a elevar, novamente, em 2012, a classificação de crédito da Ultrapar, que já possuía classificação correspondente ao grau de investimento por esta agência e pela Moody's.

UNIDADES DE NEGÓCIOS

A Ipiranga, maior distribuidora privada de combustíveis do Brasil, desenvolve uma estratégia embasada em inovação e diferenciação, através do lançamento de novos produtos e serviços com foco na maior conveniência de seus clientes e na fidelização de seus mais diversos públicos. Iniciativas como o Km de Vantagens – o maior programa de fidelidade do Brasil, o Posto Virtual e a ConectCar, empresa que atua no segmento de pagamento eletrônico de pedágios, estacionamento e combustíveis, exemplificam a orientação da Ipiranga à comodidade do cliente, utilizando a capilaridade de sua rede de varejo e a internet como plataformas de relacionamento. Em adição, a Ipiranga destaca-se entre as empresas do setor no que tange a ações sustentáveis como estratégia de negócio, com iniciativas como os Postos Ecoeficientes, que atingiram em 2012 a marca de 231 unidades concluídas, crescimento de quase quatro vezes em relação ao ano anterior, e o manejo adequado de resíduos nos pontos de venda.

A Ipiranga se apoia fortemente na expansão da sua rede de postos como fator de ampliação de competitividade e rentabilidade. O Brasil apresenta perspectivas positivas para o aumento da venda de combustíveis, em função da baixa penetração de veículos em relação a países com nível similar de desenvolvimento, combinada com maior renda média, menores preços de automóveis em relação à renda e maior disponibilidade de crédito. Um dos focos da expansão da Ipiranga é a abertura de novos postos e embandeiramentos de postos bandeira branca na área conhecida como CONEN – sigla que designa as regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte, que vêm registrando um crescimento expressivo, acima da média nacional. Em adição ao adensamento de sua rede de postos, também representam oportunidades para o aumento da rentabilidade o processo de formalização do setor, em especial no mercado de etanol, o que estabelece uma competição mais justa no setor, e as próprias iniciativas da Ipiranga em agregar produtos e serviços focados na conveniência do cliente.

Maior fabricante de especialidades químicas da América Latina, a Oxiteno colheu, em 2012, os benefícios advindos das expansões de capacidade feitas nos últimos anos, para atender o crescimento da demanda por especialidades químicas no Brasil. Adicionalmente, a Oxiteno deu continuidade em 2012 a sua estratégia de internacionalização, através de aquisições nos Estados Unidos e no Uruguai. A empresa busca sua expansão no exterior pela virtuosa combinação de acesso a um mercado mais amplo, acesso a matéria-prima a preços competitivos e “fertilização cruzada”, ou seja, a transferência de tecnologia e conhecimento de mercado entre as diferentes regiões, o que contribui para a diferenciação e diversificação da oferta de produtos.

A Ultracargo, líder em serviços de armazenagem para granéis líquidos, destaca-se pela flexibilidade, confiabilidade e agilidade no atendimento de seus clientes. A Ultracargo também tem por estratégia seu fortalecimento através da ampliação de sua escala. Em 2012, essa estratégia foi

reforçada pela aquisição do Temmar, no porto de Itaqui, e pela continuidade dos investimentos em expansão orgânica nos terminais de Santos e Aratu. A presença da Ultracargo nos principais portos do país a posiciona de forma privilegiada para capturar as oportunidades produzidas pelo crescimento desse mercado, que tem superado a expansão do Produto Interno Bruto.

A Ultragaz mantém a liderança no mercado de distribuição de GLP graças a um posicionamento estratégico baseado na força de sua marca, na constante qualificação de suas revendas, na posição destacada no mercado granel e no profundo conhecimento de seu mercado e das necessidades dos consumidores finais. A empresa também busca se expandir por investimentos e aquisições, a exemplo da Repsol Gás Brasil em 2011, e através do desenvolvimento de nichos de mercado e diferentes aplicações ao uso do GLP como soluções energéticas, atendendo às necessidades de diversos segmentos.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

ASSEMBLEIA DE ACIONISTAS

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

PRESIDENTE: *Paulo G. A. Cunha*
VICE-PRESIDENTE: *Lucio de Castro Andrade Filho*

CONSELHO FISCAL

DIRETOR-PRESIDENTE

Thilo Mannhardt

DIRETOR FINANCIERO E DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

André Covre

DIRETOR-SUPERINTENDENTE IPIRANGA

Leocadio de Almeida Antunes Filho

DIRETOR-SUPERINTENDENTE OXITENO

João Benjamin Parolin

DIRETOR-SUPERINTENDENTE ULTRACARGO

Ricardo Isaac Catran

DIRETOR-SUPERINTENDENTE ULTRAGAZ

Pedro Jorge Filho



ADMINISTRADORES

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente do Conselho

Paulo Guilherme Aguiar Cunha

Vice-Presidente do Conselho

Lucio de Castro Andrade Filho

Conselheiros

Ana Maria Levy Villela Igel

Ivan de Souza Monteiro¹

Nildemar Secches

Olavo Egydio Monteiro de Carvalho

Paulo Vieira Belotti

Pedro Wongtschowski¹

Renato Ochman

CONSELHO FISCAL

Presidente

Flavio César Maia Luz

Conselheiros

José Reinaldo Magalhães¹

Mario Probst

¹A partir de 2013

ULTRAPAR – DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Presidente

Thilo Mannhardt¹

Diretores

André Covre

João Benjamin Parolin

Leocadio de Almeida Antunes Filho

Pedro Jorge Filho

Ricardo Isaac Catran

CENTRO CORPORATIVO

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

André Covre

Diretor de Controladoria

Roberto Kutschat Neto

Diretor de M&A, Planejamento e RI

Rodrigo de Almeida Pizzinatto

Diretor de Tesouraria e Informática

Marcello De Simone



Pedro Jorge Filho, André Covre, Ricardo Isaac Catran, Thilo Mannhardt, Leocadio de Almeida Antunes Filho, João Benjamin Parolin

IPIRANGA – DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Superintendente

Leocadio de Almeida Antunes Filho

Diretor de Administração e Controle

José Manuel Alves Borges

Diretor Comercial

Flávio Coelho Dantas

Diretor de Lubrificantes

Miguel Lacerda de Almeida

Diretor de Operações

José Augusto Dutra Nogueira

Diretor de Varejo e Marketing

Jerônimo José Merlo dos Santos

OXITENO – DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Superintendente

João Benjamin Parolin

Diretora de Administração e Controle

Ana Paula Santoro Coria

Diretora Comercial

Andréa Campos Soares

Diretor de Desenvolvimento

André Luis Polo

Diretor Industrial

Flávio do Couto Bezerra Cavalcanti

ULTRACARGO – DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Superintendente

Ricardo Isaac Catran

Diretor de Administração e Controle

João Marcos Cazula

Diretor de Negócios Norte e Nordeste

Helano Pereira Gomes

Diretor de Negócios Sul e Sudeste

Fernando Sérgio Martins Fontes

ULTRAGAZ – DIRETORIA EXECUTIVA

Diretor-Superintendente

Pedro Jorge Filho

Diretor de Administração e Controle

Julio Cesar Nogueira

Diretores de Mercado

André Luiz Pedro Bregion

Leandro Del Corona

Tabajara Bertelli Costa

Diretor de Operações

Plínio Laerte Bráz

GESTÃO DE RISCOS





A solidez da Ultrapar está associada ao desenvolvimento e à consolidação de um sistema robusto de controles e de gestão de riscos, que proporciona à companhia condições adequadas para seu crescimento sustentado e sua perenização.





Mais do que um sistema, a gestão de riscos é parte das atribuições de cada um dos gestores da Ultrapar em suas respectivas áreas. Ela se ajusta a uma filosofia marcada por disciplina na alocação de recursos, responsabilidade empresarial e solidez financeira, e é reforçada pelos mecanismos de alinhamento de interesses – cada um compartilha com a companhia os benefícios e o ônus de suas decisões, tomadas com elevado grau de informação e eficiência.

RISCOS EMPRESARIAIS

A Ultrapar visa manter-se em linha com as melhores práticas internacionais quanto à transparência e controles internos sobre as informações da companhia. Para esse aspecto, baseou-se inicialmente nos princípios da lei Sarbanes-Oxley para criar seu modelo de controles internos. A Ultrapar desenvolveu e vem aprimorando, desde 2009, um modelo inovador de matriz de riscos para monitoramento de seus controles internos, alinhando de maneira eficaz as atividades de auditoria interna e externa às necessidades de acionistas e administradores, modelo pelo qual a Ultrapar recebeu o Prêmio IBGC de Governança Corporativa na categoria Inovação em 2009.

A Ultrapar conta também com um Comitê de Riscos e Aplicações Financeiras há mais de 15 anos, cuja função é discutir as diretrizes para a gestão financeira da companhia, envolvendo aspectos como limites de exposição e riscos inerentes às atividades. O comitê é constituído pelos diretores financeiro, de controladoria e de tesouraria, além dos diretores superintendentes de cada negócio.

Em 2011, a Ultrapar alavancou sua estrutura de controle de riscos com a implementação de um Comitê de Investimentos. O comitê tem a função de avaliar projetos de investimentos que atinjam determinados parâmetros pré-estabelecidos de relevância, para posterior aprovação pela Diretoria ou Conselho de Administração, garantindo que as decisões de investimento da companhia estejam alinhadas à estratégia de crescimento, geração de valor e responsabilidade empresarial da Ultrapar.

Outra forte característica da gestão da Ultrapar é a manutenção de níveis de endividamento e caixa que a permitam aproveitar oportunidades de investimento sem prejuízo da estabilidade financeira. A companhia possui uma política de gestão dos recursos, instrumentos e riscos financeiros, aprovada pelo Conselho de Administração, com objetivo de preservar o valor e a liquidez dos ativos financeiros e garantir recursos financeiros para o bom andamento dos negócios, incluindo suas expansões. Como parte desta política, a Ultrapar busca reduzir a exposição da companhia à volatilidade cambial, o que inclui os ativos e passivos em moeda estrangeira e o fluxo de curto prazo das vendas dolarizadas da Oxiteno.

Os elevados padrões de controle, dotados de sistemas robustos de *checks & balances*, somam-se a uma estrutura de gestão simples e enxuta e autonomia na condução do dia-a-dia dos negócios da Ultrapar, resultando em um sistema de gestão ágil e eficiente como demandam os mercados competitivos nos quais a empresa participa.

RISCOS OPERACIONAIS E SEGURANÇA

A Ultrapar se vale também de um diversificado conjunto de programas e iniciativas aplicado na gestão dos riscos que envolvem suas operações, e contempla aspectos relacionados à segurança de seus ativos e funcionários, da cadeia de valor, das comunidades com as quais se relaciona e da infraestrutura de suas empresas.

O treinamento e capacitação de seus funcionários é uma das ferramentas utilizadas pela Ipiranga para reduzir o risco de acidentes e proporcionar segurança às pessoas e operações. A Ipiranga desenvolve, desde 2010, o Programa de Treinamento e Desenvolvimento de Motoristas, para capacitar profissionais de seus quadros ou terceirizados para o exercício seguro de suas atividades. O programa oferece treinamento em quesitos como carga e descarga e direção defensiva. Todos

os motoristas que realizam as operações de carregamento e descarga em clientes são treinados com base em manual desenvolvido com o apoio do Sistema SEST/SENAT (Serviço Social do Transporte e Serviço Nacional de Aprendizagem no Transporte), garantindo a qualidade e segurança em todas as operações.

A Oxiteno integra e participa ativamente das comissões técnicas do programa Atuação Responsável da ABIQUIM (Associação Brasileira da Indústria Química) nos temas segurança de processo, segurança do trabalho, segurança do patrimônio e segurança de produtos, e mantém um compromisso firme ao atendimento das práticas estabelecidas pela indústria química mundial. Em 2011, a Oxiteno, considerada *benchmarking* nesses temas, sediou eventos de divulgação do Programa Atuação Responsável e do SIGO (Sistema Integrado de Gestão Oxiteno) às partes interessadas. Em continuidade às ações de segurança de processo, conforme modelo do CCPS (*Center for Chemical Process Safety*), a Oxiteno iniciou um processo de auditorias internas nas barreiras de proteção, medidas ou dispositivos implantados para proteger ou minimizar as consequências de eventos indesejáveis, identificadas e estabelecidas a partir das análises de risco concluídas em 2011.

A Ultracargo também conta com treinamento e capacitação dos funcionários como forma de prevenir acidentes. A Ultracargo desenvolveu o Manual do Operador, uma cartilha que reúne os conhecimentos necessários para que os profissionais que operam os terminais de armazenagem de produtos químicos possam executar as suas atividades de forma segura. Além disso, a empresa capacitou o corpo operacional para atuar como instrutores em treinamentos de novos profissionais. Os treinamentos possuem carga horária de 160 horas, abrangendo disciplinas como análise de riscos e meio ambiente.

A Ultragaz aplica seu Protocolo SST (Segurança e Saúde no Trabalho), uma ferramenta de segurança e saúde ocupacional que reúne as melhores práticas para a minimização de riscos e de doenças ocupacionais. Pelo programa, a empresa mantém uma vigilância constante com o objetivo de identificar eventuais fatores motivadores de acidentes e tomar as providências necessárias para preveni-los. O protocolo é aplicado em todas as bases de produção da Ultragaz, que recebem, anualmente, visitas técnicas de monitoramento da efetividade das ações. Realiza, ainda, o projeto Ergonomia, para mapear e reduzir os riscos associados às operações de todos os postos de trabalho nas unidades.

RISCOS OPERACIONAIS E SEGURANÇA – PROGRAMAS E INICIATIVAS

- **Sistema Ipiranga de Gestão Aplicada à Segurança (Siga+)** – O programa, implantado em 100% das bases próprias e pools administrados pela Ipiranga, tem o objetivo de colocar em prática os compromissos assumidos nas políticas corporativas, por meio de um sistema de gestão, baseado em normas ISO, que abrangem aspectos de Saúde, Segurança, Meio Ambiente, Qualidade e Responsabilidade Social. Em 2012, foram auditadas 36 unidades da Ipiranga, das quais 33% alcançaram a faixa platina e 39%, a faixa ouro – maiores níveis de desempenho do programa.
- **Modelo de mapeamento de cenários de risco operacionais das instalações industriais da Oxiteno** – em linha com os padrões de gestão para Segurança de Processo Baseado em Risco do CCPS (*Center for Chemical Process Safety*) e com as melhores práticas da indústria química mundial, a Oxiteno monitora todos os cenários de riscos operacionais das suas instalações industriais no Brasil e no exterior, o que mitiga os riscos de acidentes de processo.
- **Revitalização de Programas da Ultracargo** – A Ultracargo utiliza os programas EPA (Examine, Planeje e Aja), PARE (Perceba, Aja, Relate e Exija) e AFA (Auditoria Focada em Atitude) como ferramentas para o desenvolvimento e disseminação de uma cultura de prevenção de acidentes. A Ultracargo aplicou treinamentos com esses conceitos aos funcionários dos terminais.
- **Programa Escalada da Segurança da Ultragaz** – A Ultragaz desenvolve este programa desde 2009, que foi concebido com o objetivo de reduzir a ocorrência de acidentes nos seus processos de distribuição e envase, difundindo conceitos de prevenção de acidentes, considerando-se questões como organização, limpeza, uso de equipamentos de proteção individual e condições de trabalho. O programa contribuiu, em 2012, para uma redução de 17% do índice de frequência com afastamento em comparação a 2011.

INOVAÇÃO





A Ipiranga mantém uma estratégia de diferenciação baseada na inovação de seus canais de vendas e na concepção de novos produtos e serviços.





A inovação, que se manifesta em diferentes frentes das atividades da Ultramar e garante sua posição de destaque nos mercados em que atua, é um dos pilares da companhia em sua trajetória de crescimento sustentado.

O investimento em novos mercados e soluções criativas em produtos e serviços são alguns dos pontos que caracterizam a visão inovadora da Ultramar.

Na Ipiranga, inovação e sustentabilidade se combinam no projeto dos Postos Ecoeficientes, que proporcionam uma visão revolucionária no que se refere à gestão sustentável de um posto revendedor de combustíveis, com um conjunto de soluções oferecido na construção e operação de postos, de forma a reduzir o dispêndio de materiais e recursos naturais e que abrange a diminuição dos resíduos gerados durante as obras civis. Outros exemplos de diferenciais inovadores são a presença de sistemas de coleta da água da chuva e de reutilização de água da lavagem de veículos, e soluções arquitetônicas que viabilizam um maior aproveitamento da luz natural, além do uso de reatores e luminárias mais eficientes. Os novos conceitos de sustentabilidade presentes nesse projeto se enquadram na estratégia da Ultramar de proporcionar resultados efetivos. Os Postos Ecoeficientes atingiram a marca de 231 unidades em 2012, e proporcionam, por exemplo, uma economia de cerca de 35% nos gastos com energia elétrica.

A Ipiranga mantém uma estratégia de diferenciação baseada na inovação de seus canais de vendas e na concepção de novos produtos e de serviços. Essa estratégia maximiza o

aproveitamento da sua rede de distribuição, ampliando o valor agregado e a conveniência ao cliente. Em 2011, a Ipiranga lançou o Posto Ipiranga na WEB, que inova ao permitir a venda de créditos de combustíveis pela internet, oferecendo às empresas e ao consumidor um instrumento de controle de gastos com abastecimentos de seus veículos. Essa iniciativa gerou em 2012 a movimentação de 18 milhões de litros de combustíveis.

Em 2012, a Ipiranga, em parceria com a Odebrecht TransPort Participações, criou a ConectCar, companhia de pagamento eletrônico de pedágios, estacionamentos e combustíveis. A ConectCar traz inovações na oferta de serviços para o usuário. O chip de identificação eletrônica de veículos permite a abertura automática de cancelas de pedágios e estacionamentos com menores custos para os usuários das rodovias, por meio do sistema pré-pago e isento de mensalidades. Permite, ainda, sua utilização na compra de combustíveis. O cliente pode adquirir seu chip nos postos Ipiranga, podendo utilizar pontos do programa de fidelidade Km de Vantagens.

A Oxiteno construiu uma sólida reputação no setor químico por suas iniciativas em inovação, com lastro em contínuos investimentos e em uma estrutura destinada à pesquisa e desenvolvimento (P&D). Na Oxiteno, 7% do quadro de funcionários se dedica à inovação de produtos, processos e novas aplicações, que conta com o suporte de um conselho científico formado por especialistas internacionais e de parcerias com as principais instituições dedicadas à pesquisa na área de especialidades químicas.



Como parte dessas iniciativas, a Oxiteno desenvolveu, em 2011, um produto que permite alterar as propriedades de ignição e lubricidade do etanol, permitindo o seu uso em motores diesel de grandes veículos, com uma redução de 90% nas emissões de dióxido de carbono (CO_2).

Novas pesquisas têm permitido à Oxiteno disputar espaços com diferenciais importantes em segmentos como o agronegócio. Em 2012, a Oxiteno deu sequência ao lançamento de produtos utilizados na composição de defensivos agrícolas com menor grau de toxicidade, atendendo a demanda crescente por produtos com menor impacto ambiental e menor risco à saúde dos usuários.

O desenvolvimento de novos produtos tem credenciado a Oxiteno como importante fornecedor para clientes do segmento de cosméticos, com matérias-primas e componentes ideais para formulações de xampus, condicionadores, tinturas, cremes, loções, desodorantes e sabonetes, entre outros produtos. Essa estratégia fortalece o posicionamento da Oxiteno em um nicho de mercado marcado por grande crescimento, atrelado ao desempenho da economia brasileira e ao processo de inclusão de contingentes da população ao mercado de consumo.

A Oxiteno manteve-se focada, ao longo de 2012, no desenvolvimento de produtos dentro do conceito *Greenformance*, que prevê a substituição de matérias-primas sintéticas ou petroquímicas por outras de origem natural renovável, que exigem menor consumo de água e energia

na fabricação, e que sejam menos impactantes no uso e manipulação por consumidores e profissionais. Concebido dentro desse conceito, foi lançado, em 2012, um espessante líquido utilizado na fabricação de xampus, sabonetes líquidos e emulsões, que apresenta grande eficácia na aplicação em diferentes formulações a frio e a quente.

A participação de matérias-primas a partir de fontes renováveis, principalmente o óleo de palmiste, etanol, açúcar e óleo de soja, na fabricação de produtos da Oxiteno no Brasil foi de 21% em 2012.

A Ultragaz incentiva a inovação e avanços na prestação de serviços a seus clientes por meio do programa “Rede de Ideias”, utilizando sugestões recebidas de seus colaboradores que resultam em ganhos de eficiência em processos administrativos, produtivos e financeiros. As sugestões são colhidas pela intranet e por totens espalhados pelos terminais da companhia. Desde o início do programa em 2011, já foram apresentadas mais de mil ideias.

Reconhecida pelo seu pioneirismo, a Ultragaz segue inovando em diversas frentes na criação de novos canais de comercialização, acompanhando o desenvolvimento tecnológico que tem a internet e a telefonia móvel como plataformas, além da identificação e desenvolvimento de novos produtos e aplicações para o GLP que permitam a criação e desenvolvimento de novos nichos de mercado.

A Ultragaz lançou, em 2012, um aplicativo para telefones celulares que oferece recursos que proporcionam conforto e praticidade para o consumidor, por meio de compra *online* de botijões de GLP e acesso a receitas culinárias e dicas de especialistas. A conveniência do cliente tem sido contemplada no desenvolvimento de comodidades, como a recarga de celulares nos pontos de venda virtual da Ultragaz e a realização de pedidos por meio da internet e de SMS.

Para o segmento de venda a granel, a Ultragaz busca ampliar as suas vendas através da criação de novos nichos de consumo de GLP. A Ultragaz, que foi pioneira no lançamento, em 1995, do UltraSystem – nome dado ao sistema de vendas de GLP a granel de pequeno e médio porte, busca diferenciar-se da concorrência ao oferecer o produto como solução energética diferenciada para diferentes nichos.

Por conta dessa estratégia, o GLP passou a ser utilizado através de novas formas no segmento de agronegócio, em sistemas de secagem de grãos e controle de ervas daninhas, com eficiência operacional e econômica ainda maiores.

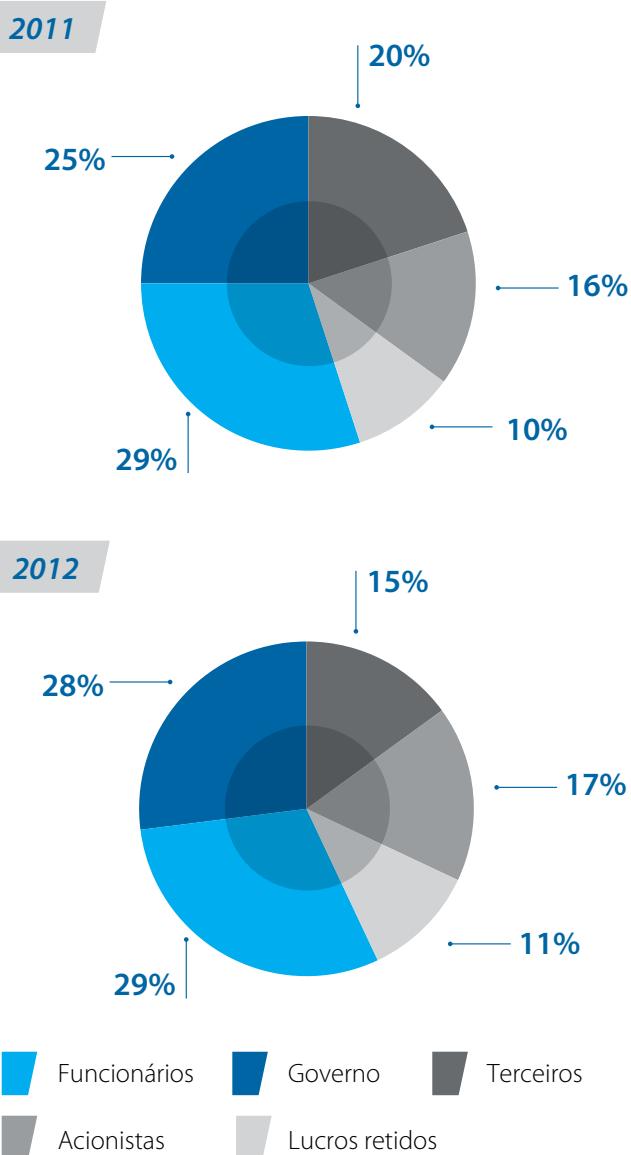
RELACIONAMENTO COM PÚBLICOS ESTRATÉGICOS





A bem sucedida trajetória da Ultrapar tem, em sua base, o sólido relacionamento com seus diferentes públicos estratégicos, estruturado sobre o compartilhamento de princípios e valores, metas e objetivos, tendo como premissas a ética, a transparência e o desenvolvimento sustentável.

A Ultrapar gerou um valor adicionado de R\$ 3,7 bilhões em 2012 e de R\$ 3,4 bilhões em 2011, distribuídos conforme os gráficos abaixo



GESTÃO DE PESSOAS

O capital humano é um componente central na longa e crescente trajetória de crescimento da Ultrapar, em seus mais de 75 anos de existência, com base na meritocracia e alinhamento de interesses. No final de 2012, a Ultrapar contava com um quadro formado por 9.282 colaboradores.

A gestão de pessoas na Ultrapar busca o desenvolvimento de líderes através de metas desafiadoras, oportunidades de aprimoramento e crescimento, e reconhecimento meritocrático da evolução de seus profissionais. Por trás dessa estratégia existe um sistema de remuneração intrinsecamente ligado à estrutura de governança corporativa da companhia, que alinha as metas individuais à geração de valor no curto e longo prazo. Uma das principais ferramentas utilizadas é a remuneração variável atrelada a metas de crescimento de valor econômico medido através do EVA®, que constitui uma parcela importante da remuneração total.

Faz parte também dessa estratégia de desenvolvimento profissional a movimentação de funcionários, abrangendo as diferentes áreas da Ultrapar e suas unidades de negócio. A prática permite a troca de experiências profissionais entre as áreas e a disseminação das melhores práticas entre as unidades de negócios da companhia, além de manter um ambiente profissional dinâmico no qual os profissionais estão constantemente desafiados.

Através de seus programas de estágio e *trainees*, a Ultrapar e seus negócios oferecem oportunidades e desafios a jovens de alto potencial. Atualmente, estes programas representam os principais meios de atração de novos talentos da Ultrapar. Todos os anos, os programas de estágio e *trainees* da Ultrapar atraem cerca de 320 jovens profissionais, que passam a integrar um programa de desenvolvimento que se diferencia por proporcionar uma visão ampla das diferentes áreas de negócios. Esse modelo facilita a identificação, pelos jovens profissionais, do caminho a seguir em sua trajetória na Ultrapar. A eficácia da política de desenvolvimento e de retenção de profissionais da Ultrapar pode ser comprovada pelo número de líderes que iniciaram suas carreiras nos programas de estágio e *trainee*. Atualmente, um terço dos diretores da companhia veio desses programas.



GESTÃO DE PESSOAS – PRINCIPAIS INICIATIVAS EM 2012

- **Programa Geral de Treinamento da Ipiranga** – Tem como finalidade o treinamento e capacitação a todos os níveis hierárquicos. Conta com o respaldo de instituições como Fundação Dom Cabral, Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais e Fundação Getúlio Vargas na definição de cursos customizados, alinhados às necessidades da Ipiranga. Em 2012, o programa concentrou-se no tema sustentabilidade. No ano, 71% dos funcionários passaram pelo Programa Geral de Treinamento da Ipiranga.
- **Modelo de Gestão Integrada da Oxiteno** – É destinado ao alinhamento nas práticas de gestão de pessoas e assegura uma identidade corporativa única nos diferentes países em que atua. Em 2012, foram definidas as políticas e procedimentos para as novas operações na Colômbia, China e Estados Unidos.
- **Portal do Saber Ultracargo** – Trata-se de uma ferramenta de desenvolvimento com meios de disseminação de conhecimento bastante diversificados, através de canais como podcasts, vídeos online, seminários e textos. O programa, que conta com conteúdo produzido pelas universidades de Harvard e Chicago, tem como objetivo desenvolver habilidades de liderança e atualizar conhecimentos sobre gestão de negócios e de pessoas, contemplando todas as áreas da organização e níveis hierárquicos. Em 2012, o programa foi reformulado, ampliando o público-alvo e as parcerias com fornecedores de conteúdo.
- **Academia Ultragaz** – Proporciona o desenvolvimento de líderes, por meio de programas de capacitação e desenvolvimento que oferecem o acesso a novas ferramentas de gestão de pessoas. O material de ensino utilizado é desenvolvido por instituições como Fundação Getúlio Vargas, Fundação Dom Cabral, Fundação Instituto de Administração, INSEAD e Kellogg School of Management. Em 2012, a Academia Ultragaz proporcionou cerca de 18 mil horas de treinamentos, com mais de 1.100 participações.
- **Programa de Desenvolvimento de Lideranças (PDL) da Ultrapar** – Estruturado com módulos conceituais, práticos e um programa de *coaching* personalizado, o PDL do Centro Corporativo foi implementado há dois anos e vêm contribuindo, de forma consistente, com o aprimoramento dos líderes do Centro Corporativo – mais de 80% dos coordenadores e gerentes já passaram pelo PDL, que contou com mais de 2.400 horas de treinamento.
- **Programa de Capacitação Oracle da Ultrapar** – Com objetivo de desenvolver e ampliar as competências dos profissionais na plataforma Oracle, em especial no ERP Oracle Applications, a equipe de informática da Ultrapar desenvolveu o Programa de Capacitação Oracle, que teve mais de 2.500 horas de treinamentos técnicos especializados em 2012, atuação assistida por profissionais experientes e um programa de *coaching* em grupo, garantindo o aprimoramento técnico e comportamental em preparação para projetos futuros da companhia, e multiplicação do conhecimento.



CLIENTES

A paixão pelo cliente é um sentimento que norteia o relacionamento da Ultrapar e das unidades de negócios com seus clientes. O foco na satisfação dos consumidores em relação aos produtos e serviços oferecidos pela companhia é o principal indutor de uma filosofia empresarial fundamentada na ética, na sustentabilidade, na continuidade e na busca frequente por novas ideias e soluções, que permitam ampliar e perenizar esse relacionamento.

Na Ipiranga, o foco no cliente é evidenciado pela oferta variada de produtos e serviços específicos para cada segmento. Em 2012, destacaram-se o anúncio da ConectCar e o fortalecimento

do Posto Virtual, que inova ao permitir a venda de créditos de combustíveis pela internet, oferecendo aos clientes, como os proprietários de pequenas frotas, um novo meio de pagamento. Também com foco na diferenciação em conveniência, a Ipiranga ampliou iniciativas já consagradas, como o programa de fidelidade Km de Vantagens, e expandiu sua rede de lojas Jet Oil e am/pm, incluindo a expansão do número de padarias am/pm, iniciativa que alavanca o faturamento das lojas de conveniência. Estas iniciativas de diferenciação da Ipiranga resultam em uma melhor proposta de valor para os clientes e revendedores, gerando benefícios para a cadeia com um todo – o consumidor tem acesso a produtos diferenciados, o revendedor tem maiores receitas e o posto tem um posicionamento diferenciado, contribuindo para evolução dos resultados da empresa.

A Oxiteno ampliou, em 2012, os canais de comunicação com os clientes como estratégia para uma maior difusão das alternativas e aspectos inovadores de seus produtos e, ao mesmo tempo, para ajustar-se, de forma mais eficiente, às demandas do mercado. Para tal, lançou uma *newsletter* trimestral, a *Click Oxiteno*, destinada aos clientes, composta de notícias sobre a empresa e novidades sobre seus principais mercados (Agroquímicos, Cosméticos e Detergentes e Tintas e Vernizes). A companhia também realiza *workshops* com grandes clientes para apresentar os seus produtos e colher *feedbacks* importantes. Para conhecer, por exemplo, as necessidades de um importante cliente, a área de Tintas e Vernizes realizou, em julho, um seminário para apresentar o conceito *Greenformance* e novos desenvolvimentos (produtos para tintas decorativas).

O sucesso dos negócios da Ultracargo é função da flexibilidade no atendimento das demandas de seus clientes, bem como da qualidade e da segurança na prestação dos serviços. Por conta disso, a Ultracargo se mantém em constante aprimoramento para obter uma percepção acertada das necessidades do mercado e providenciar com rapidez e eficiência as soluções. Como exemplo dessa filosofia, as expansões realizadas recentemente em seus terminais são fruto de projetos em parceria com clientes, desenhados a partir de demandas específicas.

A Ultragaz norteia seu relacionamento com clientes pela excelência no fornecimento de seus produtos e serviços, garantindo o atendimento adequado das necessidades. Para monitorar o grau de satisfação de seus clientes, a empresa realiza pesquisas frequentes junto aos consumidores residenciais (semestral), que adquirem o gás envasado, e aos clientes do segmento empresarial (mensal), consumidores de GLP a granel. Em 2012, as pesquisas apontaram um nível de aprovação dos serviços da Ultragaz de 89%.

FORNECEDORES E REVENDEDORES

A Ultrapar desenvolveu sólidas parcerias com seus fornecedores e revendedores, por meio do compartilhamento dos princípios que regem seus negócios e dos benefícios de seu modelo de negócios. São parcerias alicerçadas na comunhão de princípios éticos e de gestão, em resultados financeiros sustentáveis, e na visão de que bons parceiros trazem ganhos a toda a cadeia. Para promover um alinhamento cada vez mais estreito com esse público, as empresas da Ultrapar se valem de um conjunto amplo de iniciativas.

Como estratégia de atuação, a Ipiranga busca tornar seus postos cada vez mais atrativos para seus consumidores, oferecendo uma série de produtos, serviços e conveniência, aumentando o valor agregado para toda a cadeia Ipiranga. Os revendedores Ipiranga, elo entre a companhia e o consumidor final, beneficiam-se dessa estratégia, que proporciona um negócio melhor e mais competitivo. Para promover uma proximidade maior entre o revendedor e a Ipiranga, a empresa possui a Central de Serviços de Marketing para o Revendedor para a obtenção de informações sobre ações de *marketing* e oportunidades de negócios, permitindo maior eficiência na interação com os revendedores. Os revendedores também participam anualmente de programas de incentivo e relacionamento, como o Clube do Milhão, que premia os que se destacaram no cumprimento de metas pré-estabelecidas com viagens para o exterior. Em adição, os frentistas da rede, conhecidos como VIPs (Vendedores Ipiranga de Pista), que são os embaixadores da marca e dos serviços Ipiranga, continuam a ser contemplados com iniciativas específicas de reforço de treinamento para evolução de desempenho. A Ipiranga mantém uma frota de ônibus-escola, que permitem a realização de treinamentos dos VIPs nas próprias pistas dos postos de todo o País. Em 2012, cerca de 25 mil VIPs foram treinados, crescimento de mais de 50% em relação a 2011.

A Oxiteno também possui um plano de gestão com seu canal de distribuição, que tem como função o alinhamento de estratégias da comercialização por meio de seus distribuidores. O plano contribui para que a rede de distribuidores possa, junto com a Oxiteno, entender cada vez melhor as demandas do mercado e oferecer as melhores soluções. Anualmente, o plano promove um reconhecimento aos distribuidores com os melhores desempenhos avaliados, como volumes de vendas, cobertura geográfica, estoque, portfólio de produtos, entre outros.

Tanto a Oxiteno quanto a Ultracargo são signatárias do programa Atuação Responsável da ABIQUIM, através do qual pautam seu relacionamento com fornecedores nas questões sociais e ambientais.

A Ultragaz promove o compartilhamento do seu sistema de capacitação com a sua rede de revendedores. Desde 2007, a Academia Ultragaz Revenda promove programas de treinamento para as equipes dos revendedores dentro do programa "Academia Ultragaz – Especialista em Atendimento", oferecido pela Academia Ultragaz Revenda. A Ultragaz possui o "Programa de Qualificação de Revendas", para padronizar as boas práticas de gestão de suas revendas, que incluem padronização da marca, qualidade de gestão e conhecimento da legislação do setor. Através de um processo de avaliação, as revendas são classificadas em cinco categorias (diamante azul, diamante, ouro, bronze e oportunidade), permitindo ao participante verificar o seu nível de desempenho em relação ao padrão de excelência de gestão Ultragaz e servindo como estímulo para o constante aprimoramento. Em 2012, mais de 4.000 revendas participaram do programa, crescimento expressivo em relação a 2008, ano de início do programa, quando cerca de 700 revendas foram avaliadas.



FILOSOFIA SOCIOAMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE





Em 2012, a Ultrapar seguiu difundindo e aprimorando o Modelo de Sustentabilidade Ultra, criado em 2010, que permite um alinhamento das iniciativas em seus diferentes negócios.



A sustentabilidade é um dos pilares da filosofia empresarial da Ultrapar, e serve de direcionamento para todas as ações tomadas pela companhia. A longevidade da Ultrapar e a geração de valor ao longo dos anos são indissociáveis da sua filosofia socioambiental, que é parte integrante das decisões empresariais e da condução de suas operações. Em 2012, a Ultrapar seguiu difundindo e aprimorando o Modelo de Sustentabilidade Ultra, criado em 2010, que permite um alinhamento das iniciativas em seus diferentes negócios.

Para reforçar a difusão da cultura de sustentabilidade na companhia, foi divulgada a segunda edição do relatório interno de sustentabilidade, compreendendo as principais iniciativas empreendidas pela empresa, que consideram os pilares do Modelo de Sustentabilidade: Segurança, Meio Ambiente, Pessoas, Produtos e Serviços e Cadeia de Valor. Em 2012, a Ultrapar seguiu ampliando a coleta de informações referentes aos 28 indicadores monitorados pela companhia. Para tornar a captura e consolidação de dados mais eficientes, foi implantado em 2012 um sistema informatizado específico de indicadores de sustentabilidade.

DESEMPENHO SOCIAL

A Ultrapar e suas áreas de negócio consideram fundamental o desenvolvimento das comunidades com as quais se relacionam, atuando como agente indutor de inclusão social e de difusão de cultura, educação e capacitação profissional para os membros das respectivas comunidades.

Com o objetivo de contribuir para a inserção na vida profissional de jovens estudantes de baixa renda da Bela Vista, bairro paulistano onde está a sua sede corporativa, a Ultrapar desenvolve o Projeto Formare. Trata-se de um programa de ensino profissionalizante, estendido gratuitamente aos alunos, que permite a capacitação para sua inserção no mercado de trabalho. Uma vez formados, os alunos estão aptos a exercer a função de auxiliar administrativo. Em 2012, ano em que o Ultra Formare formou a sua 11ª turma, o projeto superou a marca de 200 jovens formados desde seu início em 2002.

A Ipiranga desenvolve o programa “Alfabetização Solidária”, que contribui para a inclusão social em municípios do Norte e

Nordeste do país, ao oferecer a alfabetização de jovens e adultos. Em 2012, o “Alfabetização Solidária” foi ampliado, de forma a permitir a continuidade dos estudos e a inserção no mercado de trabalho aos alunos recém-alfabetizados. Durante 2012, mil alunos foram alfabetizados pelo programa.

A Oxiteno conta com o programa “Ver de Dentro”, pelo qual abre as portas das instalações de sua planta em Camaçari para visitas da população e promove interações com as comunidades locais. O programa se propõe a disseminar informações sobre a Oxiteno a públicos como estudantes, professores e associações de bairro, contribuindo para o diálogo com as comunidades. Também por intermédio deste programa, a Oxiteno compartilha dados sobre o seu programa de saúde, segurança e meio ambiente.

A Ultracargo realiza, todos os anos, a campanha “Comprometidos com a Solidariedade”, para recolher alimentos para ajudar instituições de caridade de cidades do entorno de seus terminais e centros de operação. A campanha estimula o voluntariado entre os funcionários da Ultracargo, além de fortalecer os seus laços com as comunidades vizinhas às suas instalações. Foram doadas 19 toneladas de alimentos em 2012, em uma competição

positiva entre os terminais da empresa. A Ultracargo desenvolve, ainda, em conjunto com um grupo de empresas, o projeto Polo Cidadania, que, através de iniciativas como treinamentos de emergência em caso de eventuais acidentes, atende cerca de cinco mil moradores do entorno do Polo de Camaçari.

Em 2012, a Ultragaz deu continuidade ao “Ultragaz Cultural”, iniciativa que tem por objetivo levar cultura para as comunidades menos favorecidas de todo o país por meio de música, teatro, literatura e cinema. Uma das ações do “Ultragaz Cultural”, o cinema itinerante, iniciado em 2008, já percorreu mais de 70 cidades em 22 estados e atingiu cerca de 100 mil jovens e crianças. Adicionalmente, a Ultragaz realizou em 2012, pelo segundo ano consecutivo, o programa Museu Itinerante Ultragaz, uma exposição gratuita composta por 40 reproduções de obras de arte que percorreu 12 municípios no ano, atingindo cerca de 11 mil pessoas. A Ultragaz proporcionou, em parceria com a Junior Achievement, a mais antiga entidade sem fins lucrativos voltada para a educação em negócios do mundo, formação complementar para alunos de escolas públicas em 13 estados do país.

MODELO DE SUSTENTABILIDADE ULTRA DIRETRIZES

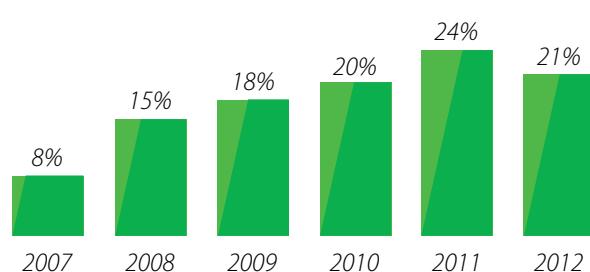
- Valorizar a cultura da cidadania e da ética nos negócios;
- Zelar pela integridade do modelo de governança corporativa, especialmente o trato e a transparéncia das informações relevantes e a contínua gestão de riscos e oportunidades;
- Manter e aperfeiçoar a capacidade financeira, a flexibilidade e a excelência operacional, de forma a minimizar a vulnerabilidade às variações econômicas, buscando oportunidades de crescimento em cada um dos seus segmentos de atuação;
- Adequar a oferta de produtos e serviços às necessidades e expectativas dos clientes e consumidores;
- Manter representação ativa nas associações de classe e um bom relacionamento nos órgãos públicos, de forma a aprimorar e fortalecer os negócios;
- Manter estado de prontidão, sensibilização e educação para a permanente valorização da sustentabilidade econômica, ambiental e social;
- Apoiar, difundir, promover e integrar, à cultura organizacional, os princípios do Pacto Global da ONU, relacionados a Direitos Humanos, aos Direitos do Trabalho, à Proteção do Meio Ambiente e ao Combate à Corrupção em todas as suas formas;
- Valorizar os funcionários por meio do estímulo ao crescimento profissional e à qualidade de vida, melhorando as condições e o ambiente de trabalho;
- Atuar, seletivamente, como agente de evolução das comunidades vizinhas e da sociedade, por meio de iniciativas de disseminação da cultura, educação e inclusão social;
- Adotar políticas para manter a excelência nos padrões de saúde, segurança e meio ambiente;
- Identificar, controlar e mitigar os riscos inerentes aos negócios, de forma contínua, por meio de políticas e práticas de gestão de riscos e gerenciamento de crise, nos campos operacional, regulatório, ambiental, fiscal, judicial e social;
- Promover a gestão dos gases de efeito estufa das empresas, visando mitigar seu efeito nas mudanças climáticas;
- Elaborar relatórios periódicos de Sustentabilidade, considerando suas dimensões econômica, ambiental e social.

BALANÇO SOCIAL 2012

| 1) BASE DE CÁLCULO | | VALOR (MIL REAIS) | |
|---|--|------------------------|-------------------|
| Receita Líquida (RL) | | 53.919.424 | |
| Resultado Operacional (RO) | | 1.708.926 | |
| Folha de Pagamento Bruta (FPB) | | 665.540 | |
| 2) INDICADORES SOCIAIS INTERNOS | | VALOR (R\$ MIL) | % SOBRE FPB |
| Alimentação | | 64.308 | 9,7% |
| Encargos sociais compulsórios | | 224.132 | 33,7% |
| Previdência privada | | 20.310 | 3,1% |
| Saúde | | 68.498 | 10,3% |
| Segurança e medicina no trabalho | | 6.547 | 1,0% |
| Educação | | 862 | 0,1% |
| Capacitação e desenvolvimento profissional | | 10.403 | 1,6% |
| Participação nos lucros ou resultados | | 68.580 | 10,3% |
| Outros | | 55.305 | 8,3% |
| Total - Indicadores Sociais Internos | | 518.945 | 78,0% |
| 3) INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS | | VALOR (R\$ MIL) | % SOBRE RO |
| Educação | | 789 | 0,0% |
| Cultura | | 77 | 0,0% |
| Outros (Doações e Inden. danos causados) | | 25.370 | 1,5% |
| Total das Contribuições para a Sociedade | | 26.236 | 1,5% |
| Tributos (excluídos encargos sociais) | | 890.316 | 52,1% |
| Total - Indicadores Sociais Externos | | 916.552 | 53,6% |
| 4) INDICADORES AMBIENTAIS | | VALOR (R\$ MIL) | % SOBRE RO |
| Relacionados com a operação da empresa | | 44.635 | 2,6% |
| Total dos Investimentos em Meio Ambiente | | 44.635 | 2,6% |
| | | | % SOBRE RL |
| | | | 0,1% |

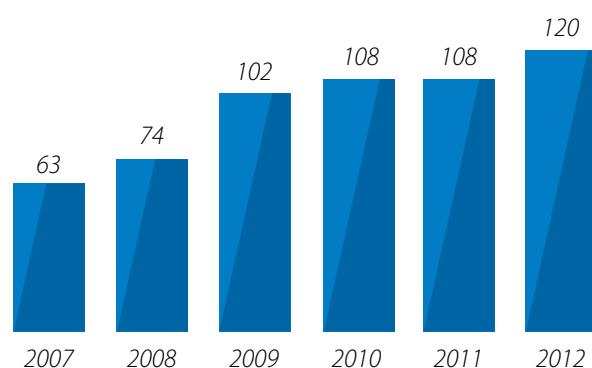
OXITENO

PARTICIPAÇÃO DE MATÉRIAS-PRIMAS RENOVÁVEIS
NO TOTAL DE MATÉRIAS-PRIMAS UTILIZADAS



DESPESAS COM SAÚDE, SEGURANÇA

E MEIO AMBIENTE
(R\$ milhões)



MEIO AMBIENTE

A Ultrapar considera a sua filosofia socioambiental e a inovação como instrumentos para obtenção de excelência operacional.

A filosofia de desenvolvimento sustentável da Ultrapar se manifesta, na vertente ambiental, por meio de programas destinados à redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE), à diminuição do consumo de energia elétrica e de água, bem como à gestão e tratamento de resíduos e efluentes produzidos pela empresa. A convergência da adoção destes programas com a busca por eficiência operacional confere um elevado grau de assertividade das práticas da Ultrapar neste tema.

Na Ipiranga, a atividade de monitoramento das emissões de GEE já é consolidada dentro da companhia. Em 2012, foram analisados mais de três milhões de dados em mais de 78 bases, referentes às emissões de 2011.

O programa de Gestão de Carbono da Ipiranga teve início em 2012, como forma de agrupar as iniciativas já desenvolvidas pela Ipiranga para permitir a gestão das emissões dos gases de efeito estufa da empresa e de seus clientes. Em 2013, a empresa dará prosseguimento ao programa, com a definição de novas iniciativas. Também tiveram continuidade iniciativas existentes, como o Cartão Ipiranga Carbono Zero, que em 2011 passou a neutralizar em dobro as emissões dos veículos de seus clientes.

A Oxiteno desenvolveu em parceria com o Grupo de Prevenção da Poluição (GP2) da Universidade de São Paulo, a aplicação de uma metodologia de avaliação chamada Análise do Ciclo de Vida para produtos da sua linha de solventes verdes, em uma aplicação para tintas de impressão. O resultado demonstrou menor toxicidade e melhorias nos indicadores de emissão de GEE e efluentes em comparação às formulações tradicionais do mercado. Outra metodologia de avaliação desenvolvida e aplicada pela Oxiteno é o Greenformance®, que associa o uso de recursos renováveis (matérias-primas de origem vegetal em substituição a insumos sintéticos e derivados petroquímicos), cuidado com o meio ambiente (produtos concentrados, biodegradáveis que reduzem o uso de energia, água e embalagens) e saúde e bem estar (formulações de alto desempenho, suaves e seguras). O resultado dessa avaliação, além de direcionar as rotas de desenvolvimento de produto, garante maior informação aos nossos clientes e à sociedade em geral.

A Oxiteno integra, desde 2011, o Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), reconhecido órgão internacional que atesta a utilização

**TOTAL DE EMISSÕES - ESCOPOS 1 E 2
(EM MILHARES DE TONELADAS DE CO₂ EQUIVALENTE)**

| | 2010 | 2011 | 2012 ⁽¹⁾ |
|-------------------------|------------|------------|---------------------|
| Ipiranga ⁽²⁾ | 13 | 12 | 19 |
| Oxiteno | 548 | 561 | 595 |
| Ultracargo | 10 | 7 | 6 |
| Ultragaz | 19 | 19 | 21 |
| Total | 590 | 600 | 641 |

⁽¹⁾Dados preliminares

⁽²⁾Parte das emissões da Ipiranga consideradas como escopo 1 em 2010 e 2011 foram reclassificadas para escopo 3, conforme consulta realizada junto ao World Resource Institute

de padrões sustentáveis pelos produtores de óleo de palmiste, que o fornecem como matéria-prima à empresa.

A Ultracargo vem desenvolvendo, desde 2009, melhorias na rede de drenagem do terminal de Santos, que tem como objetivo reduzir os efluentes gerados. A conclusão desse projeto é estimada para 2015. Com o mesmo objetivo, a companhia conduz ações como inspeções e a análise da compatibilidade de produtos armazenados, que evita a realização de lavagens desnecessárias. As ações para redução de geração de efluentes proporcionaram, em 2012, uma redução de 4% no descarte de efluentes em comparação com 2011.

Em paralelo, a Ultracargo desenvolve campanhas ambientais. Os menores níveis possíveis de resíduos e o consumo de recursos naturais e impactos ambientais resultantes de suas atividades são os objetivos das campanhas, que possuem forte viés educacional. As ações abrangem desde palestras de sensibilização para o público interno até auditorias e inspeções, que resultam em grande mobilização e comprometimento dos funcionários, proporcionando resultados efetivos.

A Ultragaz implantou, em 2011, um sistema destinado a padronizar a gestão ambiental da companhia, a partir de um levantamento das necessidades ambientais com base em benchmarking de empresas reconhecidas por sua gestão ambiental. É possível, por exemplo, definir metas com indicadores para a gestão ambiental via sistema. Em 2012, um software passou a ser utilizado no monitoramento em todas as bases de produção.

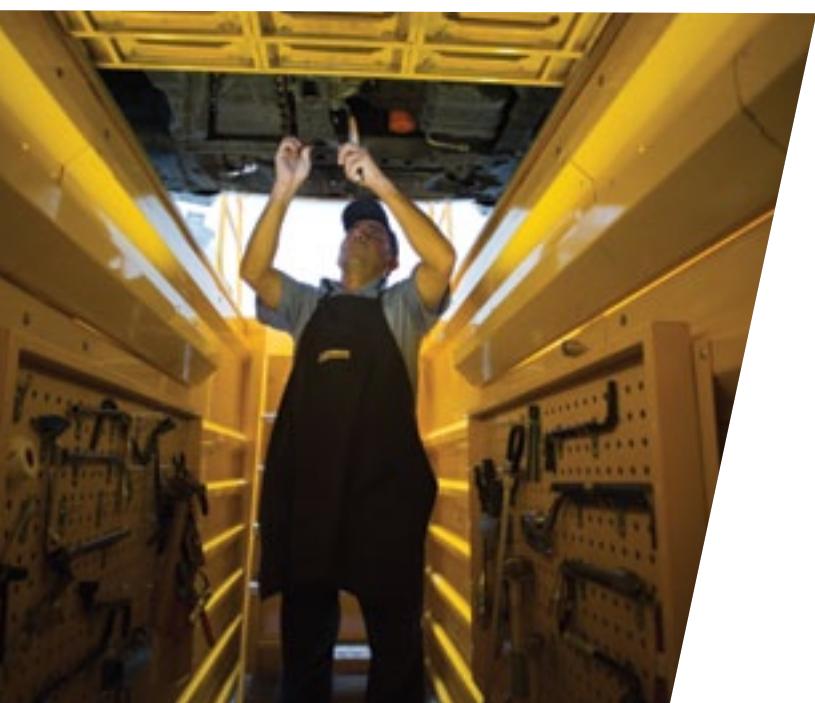
Com o objetivo de proporcionar uma gestão mais eficiente da utilização de energia elétrica nas unidades produtivas da Ultragaz, a empresa possui o Programa Redução do Consumo de Energia, utilizando um software que permite o monitoramento online do consumo e decisões mais assertivas no que se refere a desperdícios.

IPIRANGA





A Ipiranga é a maior
distribuidora privada
de distribuição de
combustíveis, com 22% de
participação de mercado e
abrangência nacional.



Em 2012, a Ipiranga deu sequência aos investimentos para assegurar a continuidade de seu crescimento, fortalecendo sua escala e estrutura de distribuição. Os fortes investimentos realizados e a expansão do mercado de combustíveis levaram a um crescimento de 8% no volume, enquanto o EBITDA registrou crescimento de 21%.

A Ipiranga é a maior distribuidora privada de distribuição de combustíveis, com 22% de participação de mercado e abrangência nacional. Conta também com a maior rede de lojas de conveniência (am/pm), com a maior rede de troca de lubrificantes (Jet Oil) e com o maior programa de fidelidade do Brasil em número de cadastros.

A frota de veículos leves no Brasil vem apresentando crescimento robusto nos últimos anos, impulsionada, principalmente, pela maior disponibilidade de crédito, pelo aumento de renda da população e a redução do preço dos automóveis em relação à renda. A expansão da frota tem impulsionado o crescimento de volume no mercado de combustíveis.

Em 2012, a Ipiranga intensificou a expansão de sua rede de revendas. Foram realizados investimentos no embandeiramento de postos bandeira branca, na abertura de novos postos e na ampliação da infraestrutura logística. Durante o ano, a Ipiranga adicionou 374 postos a sua rede, que foi ampliada para 6.460 unidades. Em relação à infraestrutura logística, a companhia tem 12 bases em construção ou ampliação. Tanto a expansão da rede de postos quanto a ampliação da infraestrutura logística direcionaram investimentos recordes da Ipiranga, no montante total de R\$ 942 milhões.

Em março de 2012, expirou a restrição de uso da marca Ipiranga pela Ultrapar nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte, o que permitiu a conversão de mais de 1,2 mil postos Texaco à marca Ipiranga. Em menos de uma semana, para registrar de maneira marcante o retorno da marca, praticamente todos os postos das capitais dos estados dessas regiões foram convertidos.

Em 2012, a Ipiranga lançou, em parceria com a Odebrecht TransPort Participações, a ConectCar, uma nova empresa no segmento de pagamento eletrônico de pedágios, estacionamentos e combustíveis. O tráfego de veículos em pedágios apresenta expansão de cerca de 20% ao ano, influenciado por uma conjuntura bastante favorável: a frota de veículos do Brasil tem apresentado grande crescimento; a

INFRAESTRUTURA DE DISTRIBUIÇÃO LOGÍSTICA



DESTAQUES EM 2012

- Expansão da rede em 374 postos, 174 am/pm e 217 Jet Oil.
- Lançamento da ConectCar, para oferecer maior conveniência e serviços em seus postos, além de alavancar potencial derivado do crescimento da frota de veículos e da renda da população.
- Investimentos para construção e expansão de bases em todo o país, com o objetivo de oferecer suporte logístico para a continuidade do crescimento.
- Aquisição da marca am/pm, ampliando a flexibilidade para crescimento na rede de conveniência.
- Km de Vantagens atinge um público de aproximadamente 11 milhões de participantes.
- Iniciativas de *marketing* em 2012: promoção "Apixonados por carro", que contou com 19 milhões de participantes; presença na mídia com os patrocínios dos campeonatos de futebol; consolidação da premiada campanha "Pergunta lá no Posto Ipiranga"; patrocínio da Stock Car com Thiago Camilo, Ipiranga Motoshow em Goiânia, Copa Brasil de Freestyle Motocross no Rio de Janeiro, patrocínio à equipe satélite da Honda IMS nas provas de MotoCross e parceria com o piloto de testes de moto velocidade Leandro Mello.

renda da população continua a apresentar sinais de expansão; e a extensão de rodovias com pedágios também tem apresentado expansão. Os postos Ipiranga serão o principal ponto de venda de créditos e *tags* para a ConectCar.

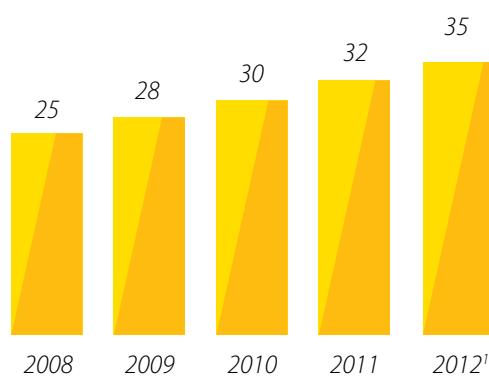
A iniciativa se insere em uma estratégia de diferenciação em conveniência e serviços adotada pela Ipiranga, que conta com forte teor de inovação. A rede am/pm é uma das iniciativas mais bem sucedidas: conta com 1.377 lojas, ocupa o primeiro lugar no ranking das redes de conveniência do setor de distribuição e as primeiras posições entre as companhias de varejo em número de lojas. A inclusão de padarias em algumas franquias da rede am/pm, transformou-a na maior rede de padarias do Brasil, com 162 estabelecimentos. Em 2012, foram adicionadas à rede 174 novas lojas am/pm. Adicionalmente, em 2012 houve a aquisição da marca am/pm no Brasil, e, com a operação, a companhia amplia sua

flexibilidade para crescimento da rede e diversificação dos produtos oferecidos. Merece também destaque a Jet Oil, com 1.091 unidades que oferecem o serviço de troca de lubrificantes, cuja rede cresceu robustos 25% em 2012.

O programa de fidelidade da Ipiranga, o Km de Vantagens, completou três anos em 2012, atingindo um público de mais de 11 milhões de participantes, tornando-se o maior programa de fidelidade do Brasil. Pelo programa, cada compra efetuada nos postos Ipiranga, nas franquias am/pm, Jet Oil e Jet Oil Motos e nos sites Ipirangashop.com e Shopvinhos.com, é convertida em Km de Vantagens que podem ser trocados por benefícios especiais. Em três anos, já foram realizadas mais de 176 milhões de transações, com o resgate de 56 milhões de itens, especialmente entre passagens aéreas, ingressos para shows e cinemas, descontos no combustível, produtos nas lojas am/pm e Ipirangashop.com.

FROTA DE VEÍCULOS LEVES

(Milhões de veículos)

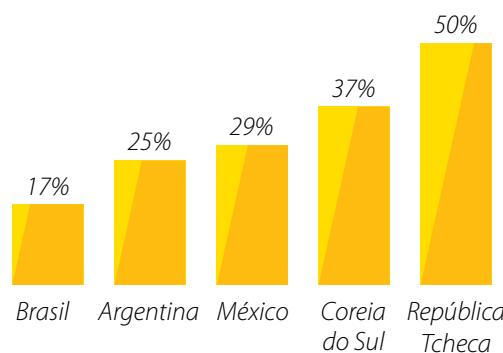


Fonte: ANFAVEA

¹Frota de 2012 estimada com base no número de veículos licenciados no ano

PENETRAÇÃO DE VEÍCULOS

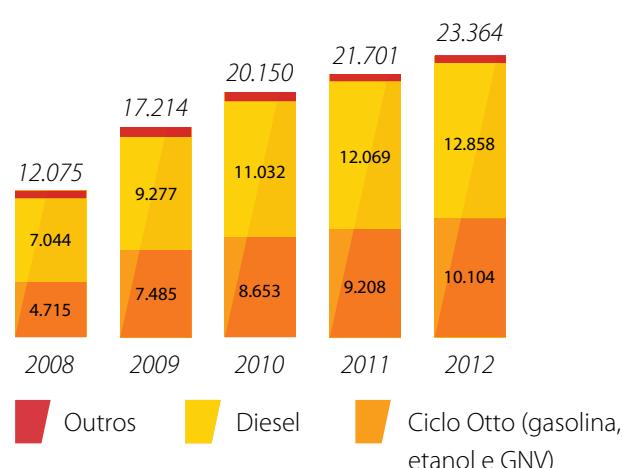
(% população)



Fonte: ANFAVEA – dados de 2010, exceto Brasil (2011)

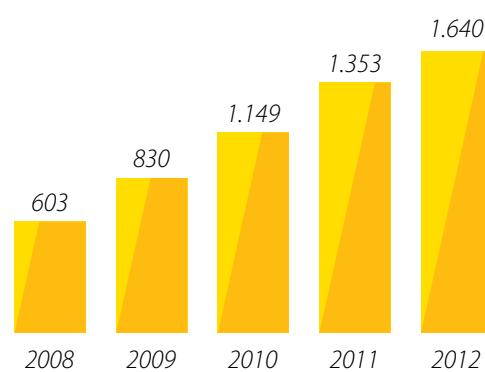
IPIRANGA - VOLUME DE VENDAS

(mil m³)



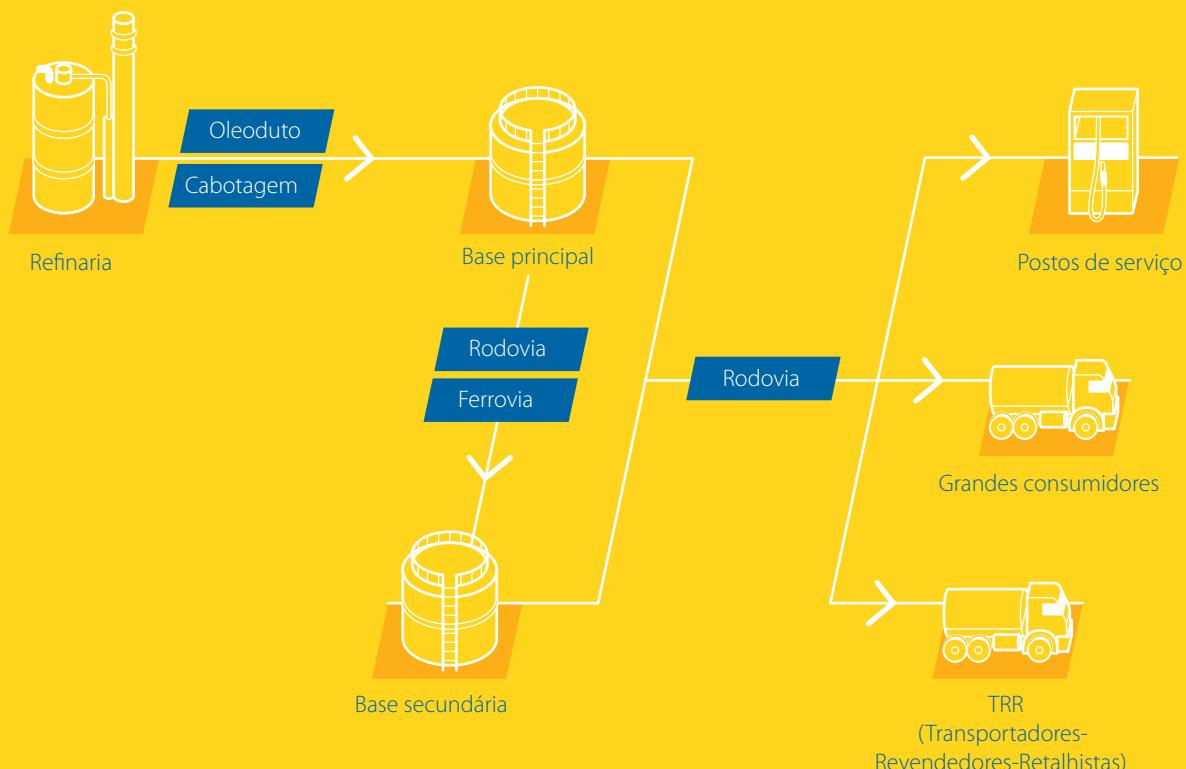
IPIRANGA - EBITDA

(R\$ milhões)

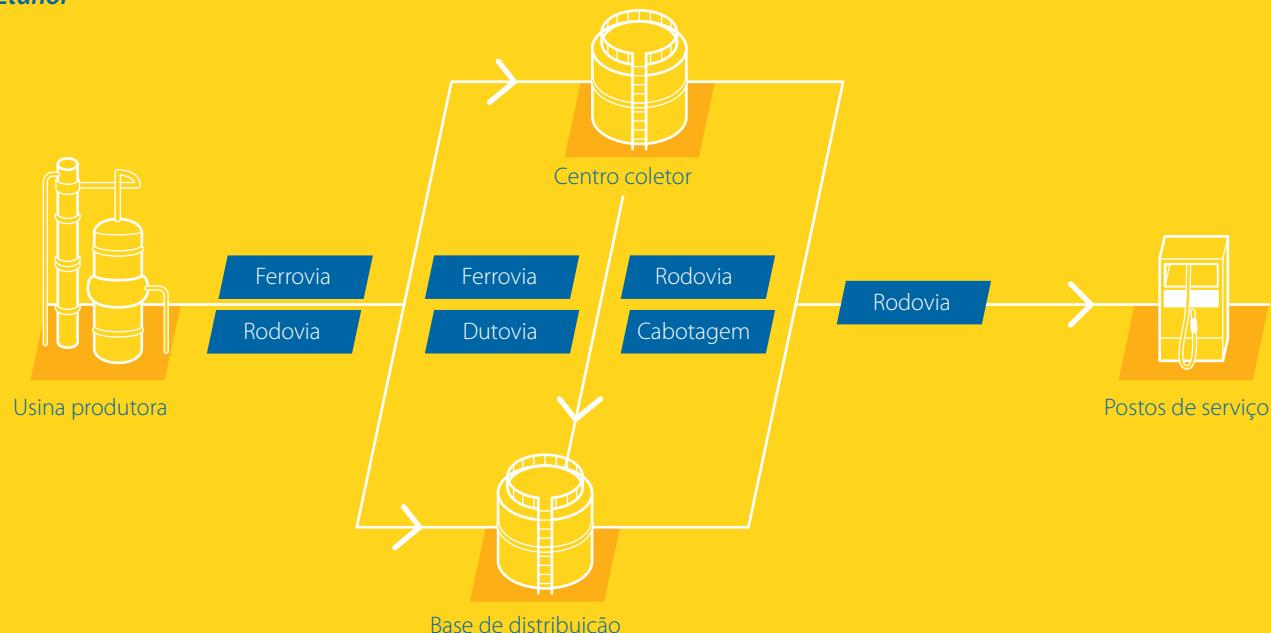


INFRAESTRUTURA OPERACIONAL

Derivados de petróleo



Etanol



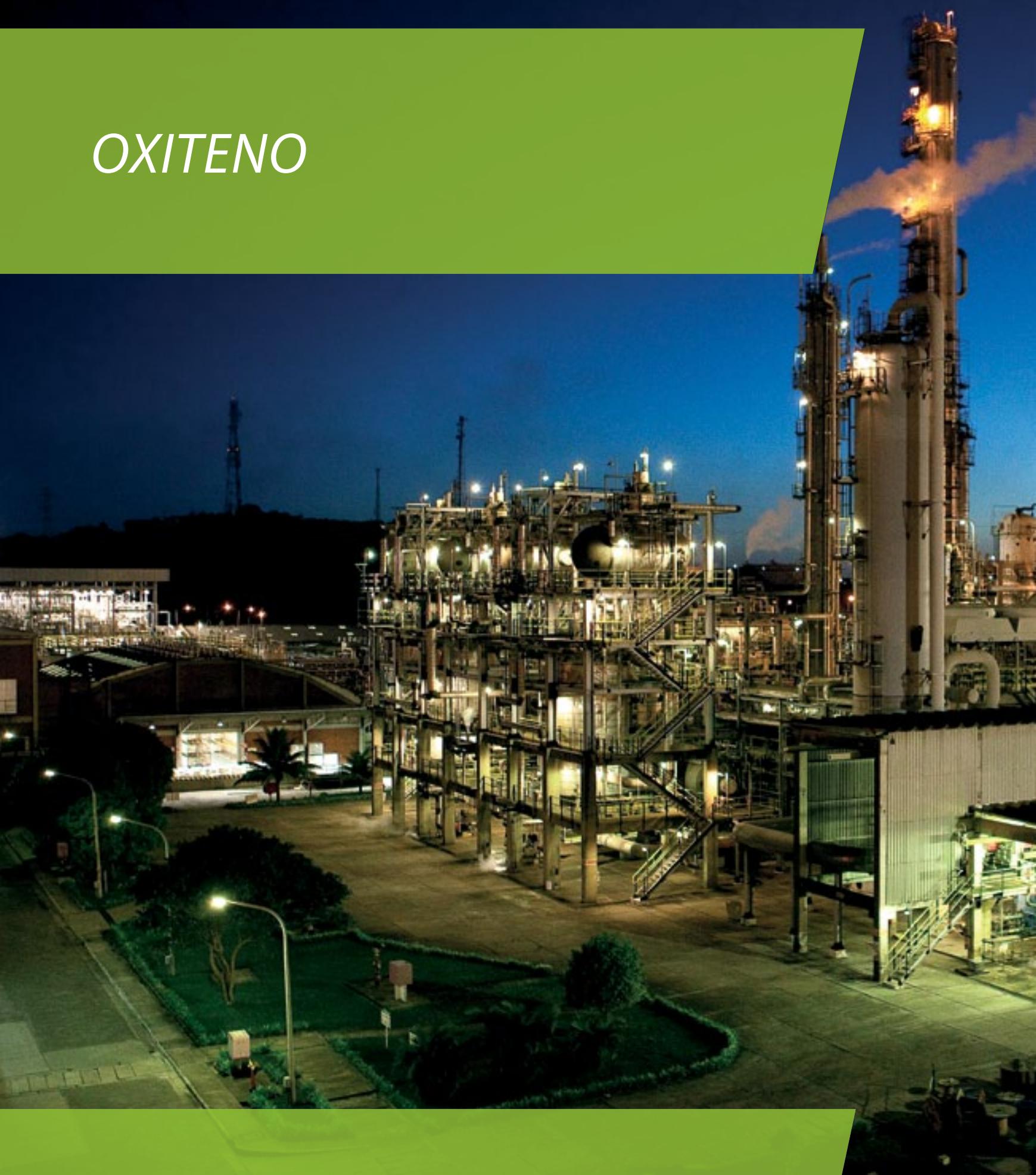
Base principal

É aquela que recebe o produto diretamente de refinaria, importação ou cabotagem, sem passar por outra base.

Base secundária

É aquela que recebe o produto de outra base, principal ou secundária.

OXITENO





A Oxiteno é a única produtora de óxido de eteno do Brasil e a única produtora de álcoois graxos na América Latina.



DESTAQUES EM 2012

- Crescimento de 15% no volume vendido, viabilizado pelas expansões de capacidade realizadas.
- Aprofundamento do processo de internacionalização, com a aquisição de plantas no Uruguai e nos Estados Unidos e anúncio de investimentos adicionais no México e nos Estados Unidos.
- Desenvolvimento de novas aplicações, com base em inovação e uso de matérias-primas renováveis, resultando na diversificação e ampliação de mercados.

A Oxiteno seguiu na captura de benefícios dos investimentos em expansão da capacidade, finalizados em 2011, com crescimento significativo no volume vendido. Adicionalmente, deu prosseguimento a uma estratégia planejada de expansão de seus mercados, baseada tanto na busca de oportunidades além das fronteiras do Brasil, com aquisições nos Estados Unidos e Uruguai, quanto na conquista de novos nichos, respaldando-se em investimentos em inovação e na oferta de produtos à base de matérias-primas sustentáveis.

Os investimentos realizados em expansão da capacidade de produção no Brasil, com foco em especialidades químicas, resultaram em uma elevação substancial dos resultados, com o EBITDA apresentando crescimento robusto de 34% em 2012.

A Oxiteno é a única produtora de óxido de eteno do Brasil e a única produtora de álcoois graxos na América Latina. O domínio dessas tecnologias e da produção de seus derivados tem permitido o desenvolvimento de uma grande diversidade de aplicações, que são utilizadas em diferentes segmentos da economia. Novos insumos químicos de origem natural, como tensoativos e solventes, têm sido desenvolvidos pela empresa, criando novos campos para a inovação e geração de valor.

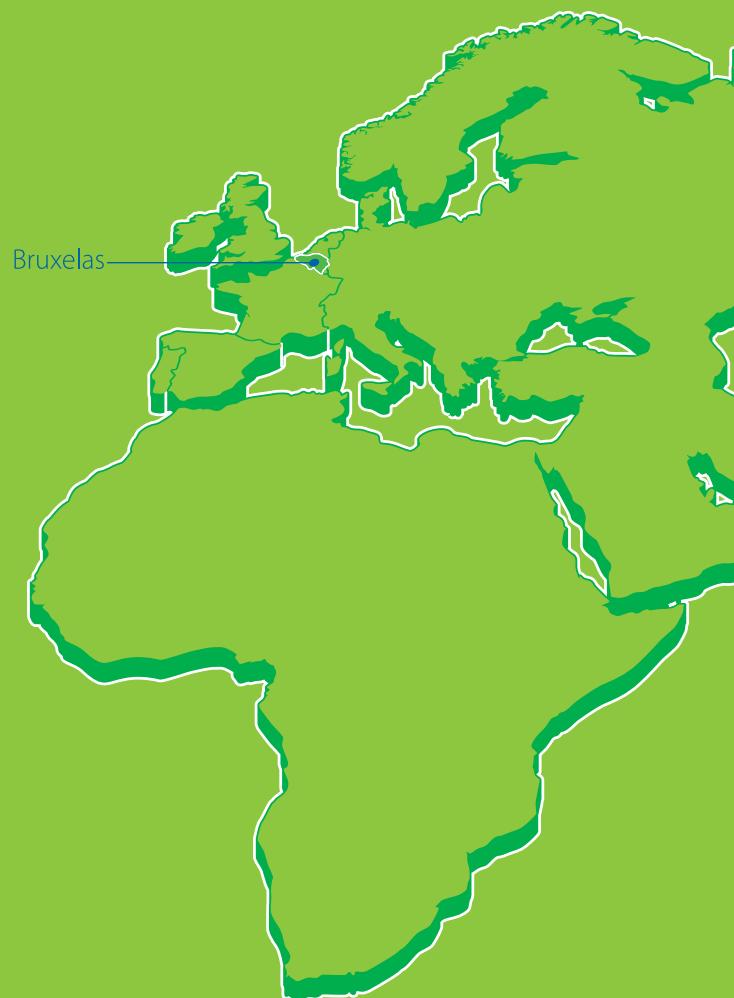
Os produtos da Oxiteno são utilizados nos mais diversos setores da economia. Entre os principais mercados consumidores da Oxiteno estão os de cosméticos e detergentes, agroquímicos, petróleo e tintas e vernizes. Um dos segmentos em que a Oxiteno cresceu foi no setor de agronegócios, desenvolvendo novos produtos e ampliando sua participação de mercado. Nesse setor, a empresa desenvolveu produtos para nutrição animal, tratamento de sementes e produtos orgânicos, oferecendo como diferenciais o baixo impacto ambiental, a proteção à saúde do agricultor e o aumento da eficiência no campo.

Outro segmento importante em que a Oxiteno investe em inovação é o de cosméticos e detergentes, no qual a empresa se antecipou na adoção de exigências que resultam em produtos menos agressivos ao meio ambiente e ao ser humano. Nesse sentido, foram lançados ingredientes multifuncionais com atributos de espessamento, suavidade e cremosidade que podem ser explorados em formulações de produtos para cabelos e pele. Adicionalmente, lançou um plastificante com aproximadamente 60% de carbono

MAPA DE LOCALIZAÇÃO DAS UNIDADES DA OXITENO



- Escritórios
- Unidades industriais



renovável, permitindo aos formuladores de cera e limpadores de pisos obterem produtos renováveis com espalhabilidade e brilhos similares aos fabricados com base petroquímica.

No mercado de tintas e adesivos, a empresa se destacou em 2012 pelo desenvolvimento de soluções com menos teor de compostos orgânicos voláteis, utilizando solventes oxigenados na substituição de solventes aromáticos. Também se destaca o lançamento de um aditivo renovável para tintas decorativas, que substitui produtos petroquímicos.

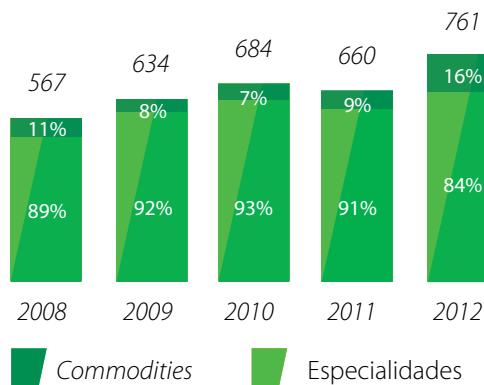
A estratégia de diferenciação adotada pela Oxiteno tem resultado em diferentes formas de reconhecimentos. A empresa foi laureada com o Prêmio Kurt Politzer de Inovação da ABIQUIM pelo trabalho desenvolvido em parceria com a montadora General Motors de um novo solvente para pintura automotiva com baixa formação de poluentes atmosféricos. A Oxiteno foi escolhida a "Melhor fornecedora de matérias-primas do ano" pelo Prêmio Qlicar, ação realizada anualmente pela Natura para reconhecer as melhores práticas de seus parceiros no quesito sustentabilidade. A Oxiteno também foi premiada como "Melhor fornecedor de matérias-primas sustentáveis" no *Green Industrial Coating Asia 2012 & Awarding Ceremony* (GICA), realizado no final de 2012 em Xangai, China onde o

Ultrafilm® Eco foi reconhecido como uma inovação alinhada aos princípios da química verde.

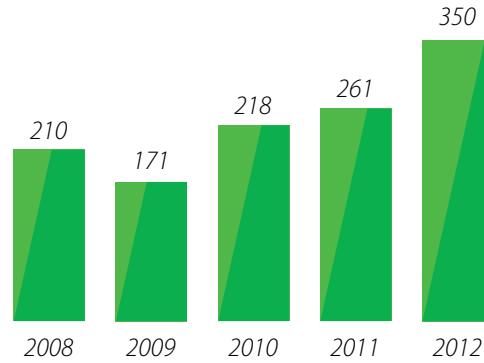
Ainda em 2012, a Oxiteno deu passos adicionais em seu processo de internacionalização, fortalecendo seu posicionamento na América Latina e na área de influência do NAFTA. Adquiriu, em abril, uma planta de especialidades químicas em Pasadena, no estado do Texas nos Estados Unidos, país que é o maior mercado mundial de tensoativos. A planta está localizada em um dos mais importantes centros mundiais de produção de químicos, beneficiando-se de condições atrativas de matérias-primas, incluindo matérias-primas competitivas derivadas de gás natural, além de infraestrutura logística altamente eficiente. Em 2012, foram aprovados investimentos para a expansão de 100 mil toneladas/ano na capacidade de produção da Oxiteno nos Estados Unidos e no México, reforçando os planos de expansão da Oxiteno na região.

Em novembro, a Oxiteno concluiu a aquisição da American Chemical, empresa uruguaia de especialidades químicas, dando continuidade à expansão internacional de suas atividades, fundamentada no seu profundo conhecimento da tecnologia de produção e aplicação de tensoativos e especialidades químicas e no forte relacionamento com seus clientes, além de benefícios logísticos.

OXITENO – VOLUME DE VENDAS
(mil ton)



OXITENO - EBITDA
(R\$ milhões)



OXITENO – POSICIONAMENTO NA CADEIA PETROQUÍMICA...



...COM ESTRATÉGIA DE AMPLA COBERTURA DAS APLICAÇÕES DO ÓXIDO DE ETENO E SEUS DERIVADOS



ULTRACARGO



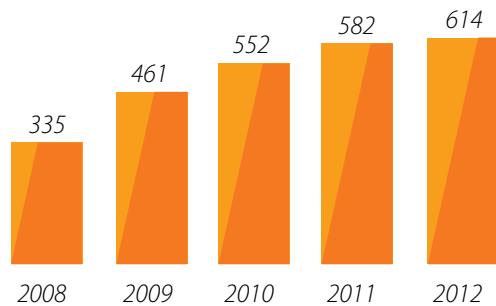


A expansão da capacidade de armazenagem da Ultracargo segue a estratégia de melhor posicionamento, inclusive geográfico, para capturar os benefícios do crescimento econômico.

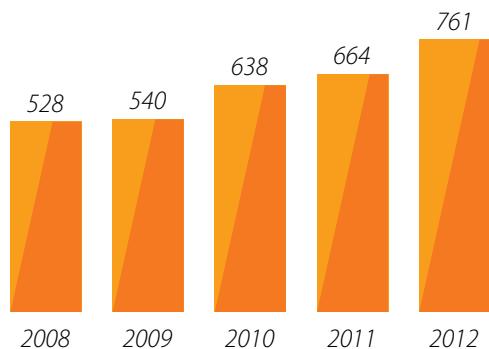




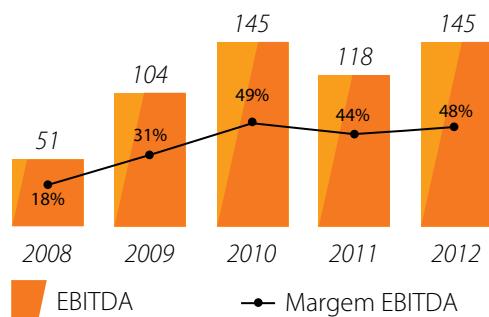
ULTRACARGO – ARMAZENAGEM EFETIVA
(mil m³)



ULTRACARGO – CAPACIDADE DE ARMAZENAGEM
(mil m³)



ULTRACARGO - EBITDA
(R\$ milhões)



A Ultracargo continuou a expandir sua capacidade de armazenagem em 2012, além de ampliar a presença nos portos brasileiros, posicionando-se estrategicamente para continuar em rota de crescimento nos próximos anos. Adquiriu o Terminal Marítimo do Maranhão (Temmar), instalado na região portuária de Itaqui (MA), e ampliou suas operações nos portos de Santos e Aratu.

Fruto dos investimentos em expansão realizados ao longo dos últimos anos, em 2012 a armazenagem média da Ultracargo cresceu 5% em relação a 2011, impulsionando o crescimento do EBITDA em 23%.

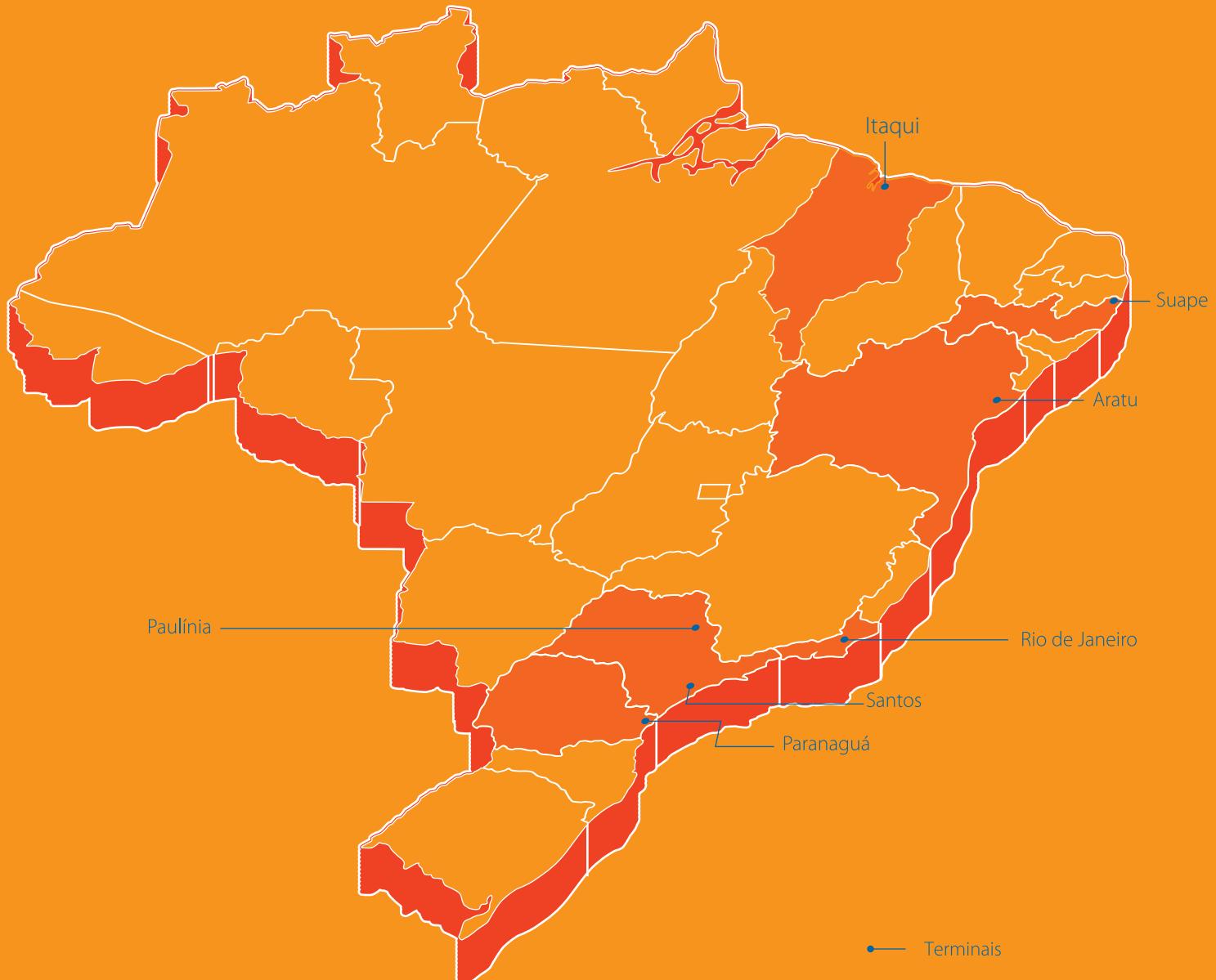
A Ultracargo é maior empresa de armazenagem para granéis líquidos do país. A localização privilegiada de seus ativos nos principais portos do país – Santos (São Paulo), Aratu (Bahia), Suape (Pernambuco), Itaqui (Maranhão), Rio de Janeiro (Rio de Janeiro) e Paranaguá (Paraná), em conjunto com diferenciais em segurança, confiabilidade e flexibilidade, representam vantagens competitivas que lhe conferem à empresa a liderança no mercado de armazenagem de produtos químicos, petroquímicos, combustíveis e óleos vegetais.

A expansão da capacidade de armazenagem da Ultracargo segue a estratégia de melhor posicionamento, inclusive geográfico, para capturar os benefícios do crescimento econômico. O segmento de armazenagem de granéis líquidos apresenta crescimento histórico superior ao da economia brasileira. As expansões realizadas pela Ultracargo, associadas ao fortalecimento dos diferenciais operacionais da empresa – segurança, confiabilidade e flexibilidade, proporcionaram um crescimento médio do EBITDA nos últimos anos da ordem de 30% ao ano.

Com a aquisição do Temmar, a Ultracargo deu um passo importante em sua estratégia de expansão. Esta aquisição marca a entrada da Ultracargo no porto de Itaqui, que possui localização privilegiada e logística eficiente, incluindo acesso ferroviário, sendo responsável pelo abastecimento do mercado de combustíveis dos estados do Maranhão, Piauí e Tocantins, estados que apresentam crescimento de consumo de combustíveis acima da média nacional. A operação conferiu maior escala para a Ultracargo, adicionando 8% à capacidade da empresa. A aquisição foi concluída em agosto e imediatamente integrada à Ultracargo, tendo o terminal atingido plena capacidade já no final de 2012.

A Ultracargo deu continuidade, em 2012, a um programa de investimentos em expansões em seus terminais – Santos e Aratu, – que conferiram um incremento de aproximadamente 10% à sua capacidade de armazenagem da empresa.

ATIVOS ESTRATEGICAMENTE LOCALIZADOS



PRINCIPAIS INICIATIVAS EM 2012

- Aquisição do Temmar, no Porto de Itaqui, melhorando o seu posicionamento estratégico.
- Conclusão de ciclo de ampliação de aproximadamente 10% na sua capacidade de armazenagem por meio de ampliações realizadas nos terminais de Santos e Aratu.

ULTRAGAZ

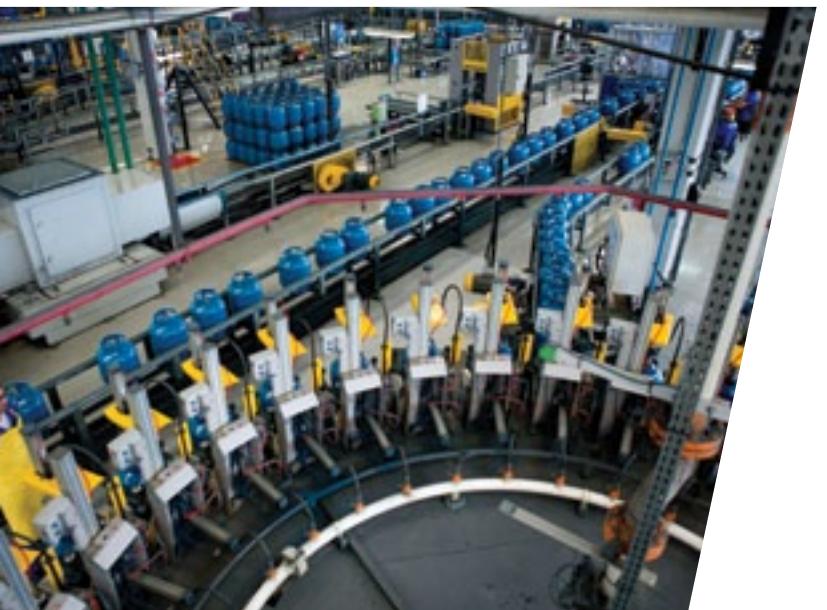




 **ULTRAGAZ**
especialista no que faz

A Ultragaz, que em 2012
completou 75 anos de história,
foi pioneira no mercado de
distribuição de GLP no Brasil, e
possui uma rede de distribuição
de alta capilaridade e posição
de liderança no setor.





DESTAQUES EM 2012

- Aumento dos volumes de vendas no mercado de GLP a granel, consolidando os ganhos de escala com a aquisição da Repsol em 2011 e os investimentos para captura de novos clientes.
- Ampliação do uso do GLP a granel como solução energética, aumentando a base de clientes.
- Plano de recuperação de resultados sustentado na redução de custos e qualificação da rede de revenda.

A Ultragaz consolidou, em 2012, os ganhos de escala proporcionados pela aquisição do negócio de distribuição de GLP da Repsol no Brasil, realizada em novembro de 2011. A operação fortaleceu o posicionamento da Ultragaz no mercado de GLP a granel.

Em adição, a captura de novos clientes contribuiu para o crescimento de 6% no volume do segmento granel, superior ao crescimento da economia brasileira, na comparação com 2011.

A Ultragaz, que em 2012 completou 75 anos de história, foi pioneira no mercado de distribuição de GLP no Brasil, e possui uma rede de distribuição de alta capilaridade e posição de liderança no setor com uma participação de mercado de 24% - atendendo cerca de 11 milhões domicílios e 42 mil clientes empresariais. Entre seus principais atributos, está o profundo conhecimento do mercado e das necessidades de seus clientes. Isso faz com que ela possa se reinventar ao longo do tempo, adaptando sua operação para acompanhar o desenvolvimento do mercado e dos hábitos dos consumidores.

No segmento granel, além do crescimento da economia, a expansão das vendas é influenciada pela adoção do GLP como solução energética. A Ultragaz já fornece o produto para clientes que o utilizam em aplicações específicas, como a secagem de grãos no setor de agricultura. Outra aplicação inovadora, nesse mesmo segmento, é a utilização do energético em um sistema de controle de ervas daninhas. O GLP também vem sendo utilizado, com ganhos competitivos, em outras áreas, como em usinas de asfalto.

No segmento envasado, a Ultragaz registrou, em 2012, volume vendido de 1.133 mil toneladas. Esse segmento é caracterizado pela resiliência em relação a períodos de crise, por conta, principalmente, de seu uso para a cocção nas residências. A Ultragaz continua a colocar ênfase na qualificação de sua rede de revendas, com o objetivo de

MAPA DE ATUAÇÃO DAS UNIDADES ULTRAGAZ



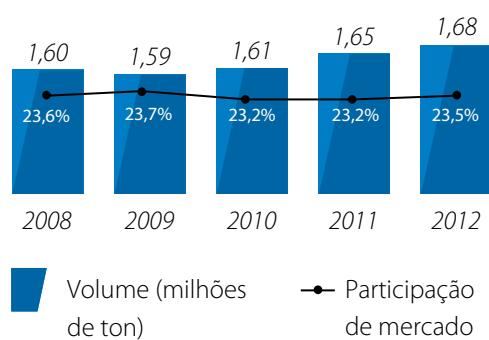


manter a sua estrutura de vendas eficiente para continuar em crescimento. A companhia conta com a capilaridade de uma rede de aproximadamente 4.400 revendedores exclusivos, e sua posição de liderança é reforçada por um forte reconhecimento da marca, apoiada no conceito "Especialista no que faz".

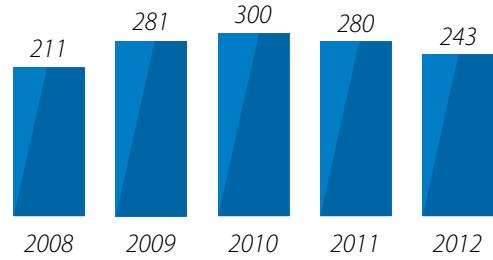
A Ultragaz empreendeu, também em 2012, um plano de recuperação de resultados, impactados por efeitos da inflação

sobre custos e despesas e maiores despesas em campanhas de *marketing* e vendas, para apoiar o crescimento de volumes. Os efeitos deste plano podem ser constatados em uma melhora gradativa da evolução do EBITDA ao longo do ano. O plano de recuperação de resultados envolveu iniciativas comerciais e de gestão de custos e despesas, como mudanças no regime de contratação de fretes e a implantação de um maior nível de automação das bases de engarrafamento.

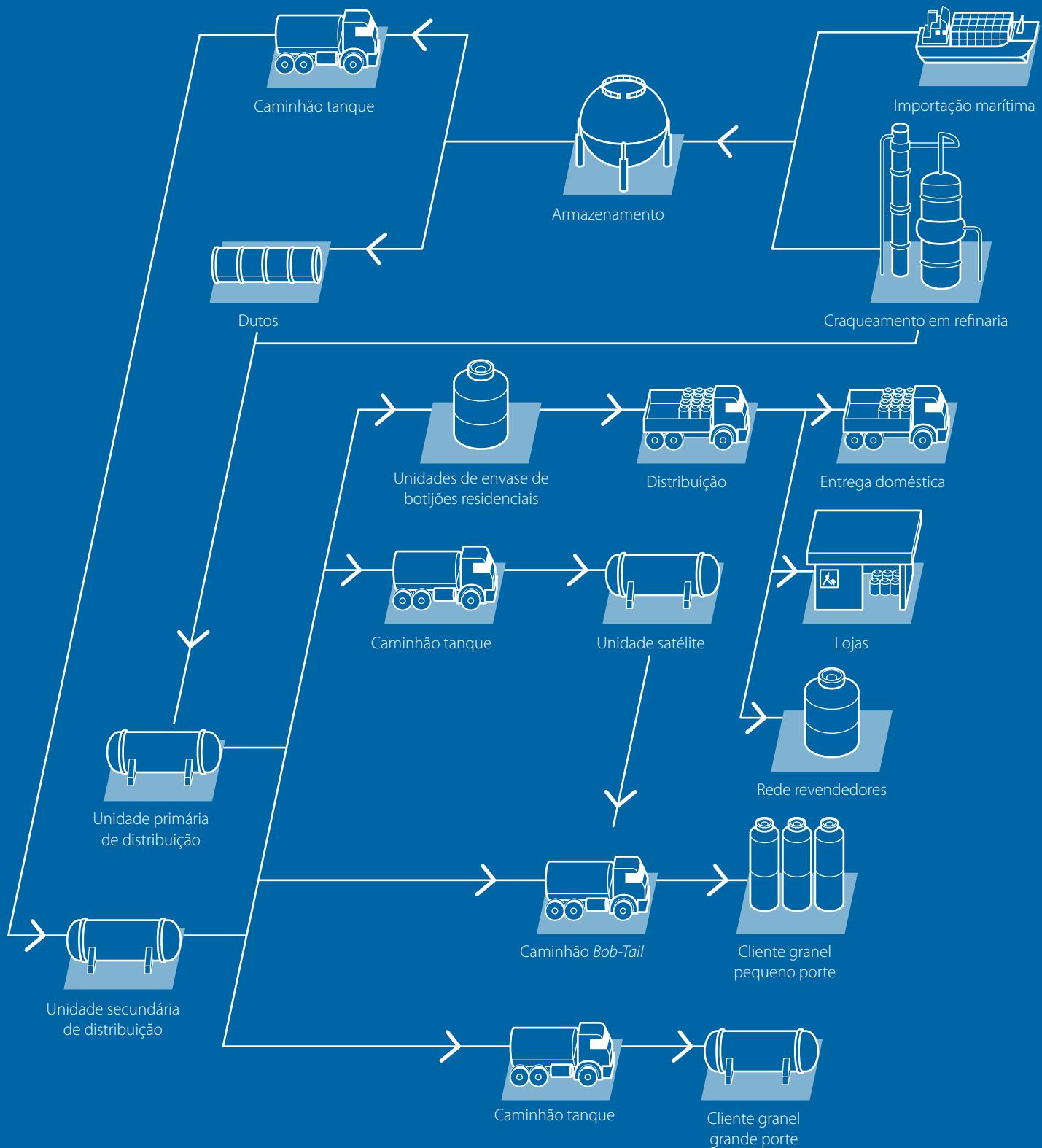
ULTRAGAZ - VOLUME DE VENDAS E PARTICIPAÇÃO DE MERCADO



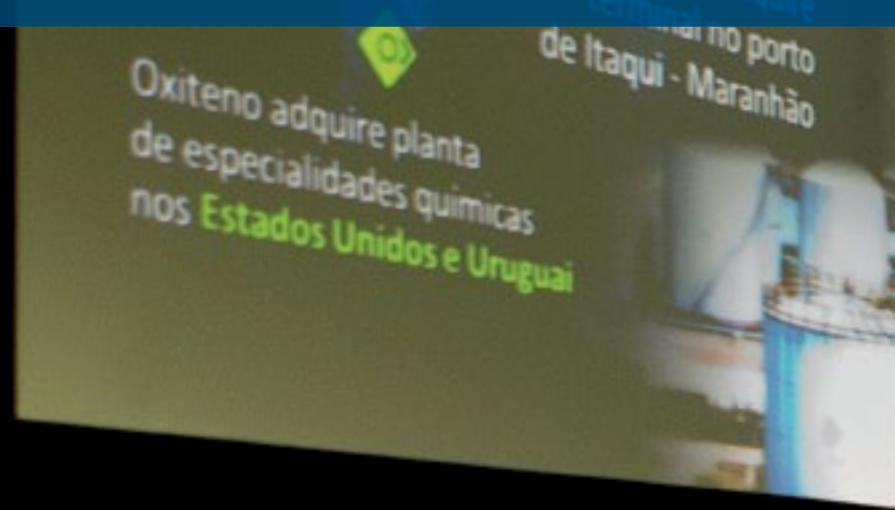
ULTRAGAZ - EBITDA (R\$ milhões)



DISTRIBUIÇÃO DE GLP NO BRASIL



ANÁLISE DO DESEMPENHO FINANCEIRO DE 2012





2008



A Ultrapar apresentou em 2012 uma receita líquida de vendas e serviços de R\$ 54 bilhões, crescimento de 11% em relação a 2011.

ANÁLISE DO DESEMPENHO FINANCEIRO DE 2012

CONSIDERAÇÕES SOBRE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Padrões e critérios aplicados na preparação das informações

As demonstrações financeiras consolidadas estão sendo apresentadas de acordo com as normas International Financial Reporting Standards ("IFRS") emitidas pelo International Accounting Standards Board e de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, conforme emitidas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis e aprovadas pela Comissão de Valores Mobiliários ("CVM").

As informações financeiras referentes à Ultrapar correspondem às informações consolidadas da companhia. As informações financeiras da Ultragaz, Ipiranga, Oxiteno e Ultracargo incluídas nesta análise são apresentadas sem eliminação de transações realizadas entre as sociedades. Portanto, a soma de tais informações pode não corresponder às informações financeiras consolidadas da Ultrapar. Adicionalmente, exceto quando indicado, os valores incluídos nesta discussão de resultados são apresentados em milhões de Reais e, portanto, sujeitos a arredondamentos. Como consequência, os valores totais apresentados nas tabelas podem diferir da agregação numérica direta dos valores que os precedem.

Em 04 de outubro de 2012, a CVM emitiu a Instrução nº 527 ("ICVM 527"), que rege a divulgação pelas empresas abertas de informações denominadas LAJIDA (EBITDA) – Lucro Antes dos Juros, Impostos sobre Renda e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, Depreciação e Amortização; e LAJIR (EBIT) – Lucro Antes dos Juros e Impostos sobre a Renda e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido para as divulgações de resultados a partir do dia 1º de janeiro de 2013. O EBITDA segundo a ICVM 527 difere do EBITDA anteriormente divulgado pela companhia por ser bruto do resultado na venda de bens e da equivalência patrimonial, conforme demonstrado abaixo para os anos findos em 31 de dezembro de 2011 e 2012:

O EBITDA (LAJIDA - Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) apresentado neste documento corresponde ao lucro líquido antes (i) do imposto de renda e contribuição social, (ii) da despesa (receita) financeira líquida e (iii) da depreciação e amortização. A divulgação de informações sobre o EBITDA visa apresentar uma medida utilizada pela administração para avaliação interna de resultados operacionais, além de vincularmos esta medida a uma parcela da participação nos lucros e resultados dos empregados. É também um indicador financeiro amplamente utilizado por analistas e investidores para mensurar nossa capacidade de gerar caixa a partir de nossas operações e nosso desempenho operacional. Adicionalmente, utilizamos o EBITDA como referência em obrigações (covenants) relacionadas a alguns de nossos contratos de financiamento, conforme comentado na nota explicativa nº 14 das demonstrações financeiras. Acreditamos que o EBITDA permite uma melhor compreensão não só do nosso desempenho financeiro como também da nossa capacidade de cumprir com os pagamentos de juros e principal do nosso endividamento e de obter recursos para nossos investimentos e capital de giro. Nossa definição de EBITDA pode diferir de, e, consequentemente, não ser comparável com nomenclaturas similares utilizadas por outras empresas, limitando assim seu uso como medida comparativa. Em razão de não serem consideradas para o seu cálculo as receitas e despesas financeiras, o imposto de renda e contribuição social, a depreciação e a amortização, o EBITDA é um indicador de desempenho econômico geral que não é afetado por reestruturações de dívidas, flutuações nas taxas de juros, alterações de imposto de renda e contribuição social, depreciação e amortização. O EBITDA não é uma medida de desempenho financeiro segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil ou as IFRS, tampouco deve ser considerado isoladamente ou como uma alternativa ao lucro líquido como medida de desempenho operacional, ou alternativa aos fluxos de caixa operacionais como medida de liquidez. O EBITDA apresenta limitações materiais que prejudicam a sua utilização como medida de nossa lucratividade, em razão de não considerar determinados custos decorrentes de nossos negócios que poderiam afetar de maneira significativa os nossos lucros, tais como despesas financeiras, imposto de renda, depreciação e amortização, investimentos e outros encargos relacionados. Segue abaixo o cálculo do EBITDA a partir do lucro líquido:

| R\$ MILHÕES | 2012 | 2011 | Δ (%) 2012V2011 |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------------|
| EBITDA antes da ICVM 527 | 2.402 | 2.011 | 19% |
| (+) Resultado na venda de bens | 4 | 21 | |
| (+) Equivalência patrimonial | 0 | 0 | |
| EBITDA conforme ICVM 527 | 2.405 | 2.032 | 18% |

As informações relativas ao EBIT e EBITDA contidas nesse documento foram preparadas de acordo com a ICVM 527 e, portanto, diferem das informações anteriormente divulgadas pela companhia.

| R\$ MILHÕES | 2012 | 2011 | Δ (%) 2012V2011 |
|--|--------------|--------------|--------------------|
| Lucro líquido do exercício | 1.018 | 855 | 19% |
| (+) Contribuição social e imposto de renda | 429 | 301 | |
| (+) Despesa financeira líquida | 262 | 297 | |
| (+) Depreciações e amortizações | 696 | 580 | |
| EBITDA conforme ICVM 527 | 2.405 | 2.032 | 18% |

DESEMPENHO COMPARATIVO 2012-2011

(R\$ milhões)

| | 2012 | | | | | 2011 | | | | |
|---|-----------------|--------------|------------|------------|------------|-----------------|--------------|------------|------------|------------|
| | Ultrapar | Ipiranga | Oxiteno | Ultracargo | Ultragaz | Ultrapar | Ipiranga | Oxiteno | Ultracargo | Ultragaz |
| Receita líquida de vendas e serviços | 53.919 | 46.833 | 2.929 | 301 | 3.847 | 48.661 | 42.224 | 2.409 | 267 | 3.767 |
| Custos dos produtos vendidos e serviços prestados | (49.797) | (44.055) | (2.312) | (123) | (3.313) | (45.140) | (39.898) | (1.931) | (115) | (3.214) |
| Lucro bruto | 4.122 | 2.778 | 616 | 178 | 534 | 3.522 | 2.326 | 478 | 152 | 553 |
| Despesas gerais, administrativas, com vendas e comerciais | (2.495) | (1.622) | (389) | (76) | (412) | (2.143) | (1.365) | (320) | (67) | (388) |
| Outros resultados operacionais, líquidos | 78 | 81 | (1) | 4 | (0) | 52 | 53 | (3) | 3 | (1) |
| Resultado na venda de bens | 4 | 12 | 1 | 0 | (10) | 21 | 23 | 0 | 0 | (2) |
| Lucro operacional | 1.709 | 1.249 | 227 | 106 | 112 | 1.452 | 1.037 | 155 | 89 | 163 |
| Equivalência patrimonial | 0 | 0 | (0) | - | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0 |
| EBITDA | 2.405 | 1.640 | 350 | 145 | 243 | 2.032 | 1.353 | 261 | 118 | 280 |
| Depreciações e amortizações | 696 | 391 | 123 | 39 | 131 | 580 | 316 | 106 | 29 | 117 |

AMBIENTE ECONÔMICO-OPERACIONAL

Em 2012, a economia brasileira apresentou um patamar de crescimento modesto. Com o intuito de fomentar a atividade econômica, o governo brasileiro adotou medidas contra-cíclicas ao longo do ano, com destaque para a redução da taxa de juros básica, que passou de 11,0% ao final de 2011 para 7,25% ao final de 2012, e para a redução de impostos federais do setor automotivo. Em 2012, foram licenciados aproximadamente 3,6 milhões de veículos leves, 6% a mais que no ano anterior, o que representa aproximadamente 11% da frota de veículos leves do final de 2011. Apesar das medidas governamentais, o crescimento do PIB no período acumulado até setembro de 2012 foi de 1%, abaixo do crescimento de 3% verificado no mesmo período do ano anterior. Os efeitos do menor crescimento econômico, da menor taxa de juros e do cenário internacional instável resultaram em um Real 17% mais desvalorizado em 2012 do que em 2011.

VOLUME DE VENDAS

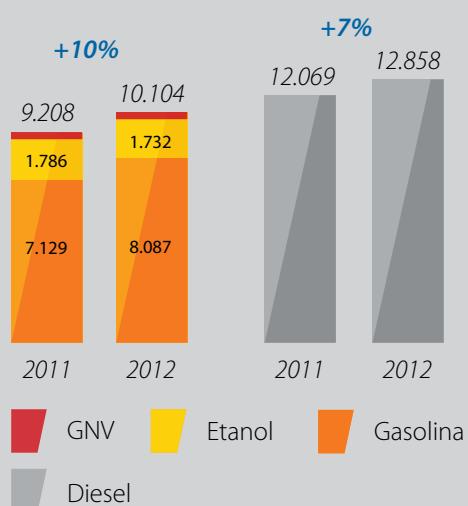
Na Ipiranga, o volume vendido em 2012 apresentou crescimento de 8% sobre 2011, totalizando 23.364 mil metros cúbicos. O volume vendido de gasolina, etanol e gás natural veicular cresceu 10%, em função do crescimento estimado de 8% da frota de veículos leves e dos fortes investimentos realizados para expansão da rede. O volume de diesel, por sua vez, apresentou crescimento de 7%, decorrente dos investimentos realizados para captura de novos clientes, e, em menor escala, do crescimento da economia brasileira, em particular do setor agrícola. Na

Oxiteno, o volume vendido totalizou 761 mil toneladas em 2012, um aumento de 15% quando comparado ao ano anterior, principalmente devido (i) aos investimentos para a expansão de capacidade de produção, finalizada em setembro de 2011, (ii) ao crescimento dos segmentos atendidos pela Oxiteno no Brasil, em particular cosméticos e detergentes, agroquímicos e tintas e vernizes, e (iii) ao maior volume de exportações. A armazenagem média da Ultracargo cresceu 5% em relação a 2011, impulsionada pela aquisição do Temmar, no porto de Itaqui, em agosto de 2012 e pela maior movimentação de etanol no terminal de Santos. O volume vendido pela Ultragaz totalizou 1.681 mil toneladas em 2012, crescimento de 2% sobre 2011, devido ao crescimento de 6% no segmento granel, fruto da aquisição da Repsol em outubro de 2011, que atuava exclusivamente neste segmento, e dos investimentos para captura de novos clientes.

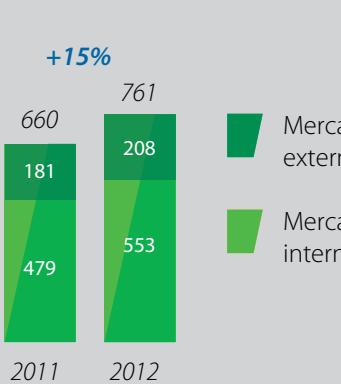
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS E SERVIÇOS

A Ultrapar apresentou em 2012 uma receita líquida de vendas e serviços de R\$ 53.919 milhões, crescimento de 11% em relação a 2011. A receita líquida da Ipiranga somou R\$ 46.833 milhões em 2012, aumento de 11% em relação a 2011, fruto principalmente (i) do maior volume vendido, (ii) do aumento de 6% do custo do diesel, promovido pela Petrobras em julho de 2012, e (iii) da maior participação de gasolina na composição de vendas. A Oxiteno apresentou receita líquida de R\$ 2.929 milhões, crescimento de 22% em relação a 2011, principalmente em função do volume vendido 15% maior e do Real 17% mais depreciado, parcialmente compensados pelo preço médio em dólar 10% menor, devido principalmente à maior participação de glicóis na composição de

IPIRANGA - VOLUME DE VENDAS (mil m³)



OXITENO - VOLUME DE VENDAS (mil ton)



ULTRACARGO - ARMAZENAGEM EFETIVA (mil m³)



produtos, com menores preços. A receita líquida da Ultracargo totalizou R\$ 301 milhões, 13% acima de 2011, principalmente em função do crescimento da armazenagem média, de reajustes de tarifas e da melhor composição de produtos movimentados e contratos. A receita líquida da Ultragaz foi de R\$ 3.847 milhões em 2012, 2% superior a 2011, em linha com o crescimento do volume vendido.

CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS E SERVIÇOS PRESTADOS

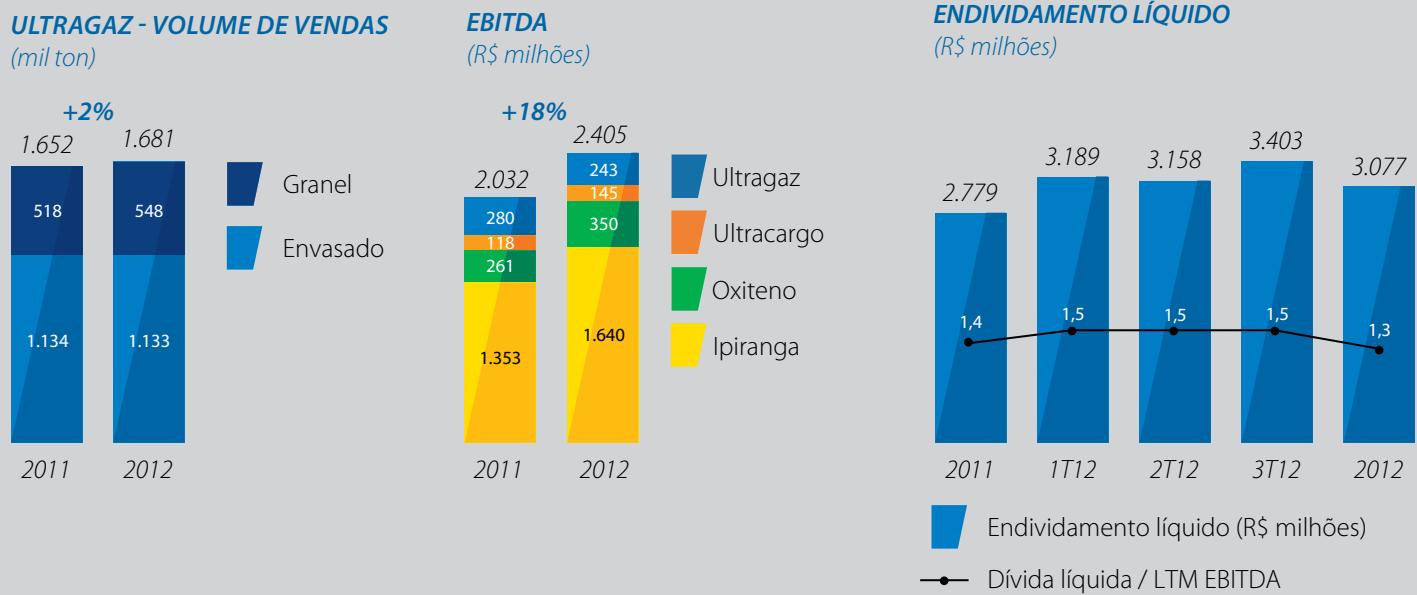
O custo dos produtos vendidos e serviços prestados da Ultrapar foi de R\$ 49.797 milhões em 2012, aumento de 10% em relação a 2011. O custo dos produtos vendidos da Ipiranga totalizou R\$ 44.055 milhões, 10% acima de 2011, em função principalmente (i) do maior volume vendido, (ii) do aumento de 6% do custo do diesel, promovido pela Petrobras em julho de 2012 e (iii) da maior participação de gasolina na composição de vendas. O custo dos produtos vendidos da Oxiteno totalizou R\$ 2.312 milhões, aumento de 20% em relação a 2011, principalmente em função do volume vendido 15% maior e do Real 17% mais depreciado, parcialmente compensados pela redução de 10% no custo variável unitário em dólar. O custo dos serviços prestados pela Ultracargo totalizou R\$ 123 milhões, 7% acima de 2011, em razão principalmente da maior depreciação, resultante das recentes expansões de capacidade e da aquisição do Temmar. O custo dos produtos vendidos da Ultragaz totalizou R\$ 3.313 milhões, 3% acima de 2011, em função do maior volume vendido e dos efeitos da inflação em pessoal e fretes, parcialmente compensados pelas iniciativas para redução de custos nas bases de engarrafamento e armazenagem.

DESPESAS GERAIS, ADMINISTRATIVAS, COM VENDAS E COMERCIAIS

As despesas gerais, administrativas, com vendas e comerciais da Ultrapar totalizaram R\$ 2.495 milhões em 2012, 16% acima de 2011. As despesas gerais, administrativas, com vendas e comerciais da Ipiranga totalizaram R\$ 1.622 milhões, aumento de 19% em relação a 2011, decorrente principalmente (i) do maior volume vendido, (ii) dos efeitos da inflação sobre as despesas, (iii) da expansão da rede de distribuição e (iv) de maiores despesas com propaganda e *marketing*. As despesas gerais, administrativas, com vendas e comerciais da Oxiteno totalizaram R\$ 389 milhões, 22% acima de 2011, principalmente em função (i) de maiores despesas com logística, decorrente do maior volume de vendas e do efeito do câmbio sobre fretes internacionais, (ii) dos efeitos da inflação sobre as despesas e (iii) das despesas com projetos de expansão nos Estados Unidos e no Uruguai. As despesas gerais, administrativas, com vendas e comerciais da Ultracargo totalizaram R\$ 76 milhões em 2012, 14% acima de 2011, principalmente em função de maiores despesas com projetos de expansão e da aquisição do Temmar. As despesas gerais, administrativas, com vendas e comerciais da Ultragaz somaram R\$ 412 milhões, 6% acima de 2011, principalmente em função (i) dos efeitos da inflação sobre despesas com pessoal, (ii) de maiores despesas em campanhas de marketing e vendas e (iii) do maior volume vendido, parcialmente compensados pelas iniciativas de redução das despesas.

EBITDA (LAJIDA)

O EBITDA consolidado da Ultrapar atingiu R\$ 2.405 milhões em 2012, crescimento de 18% em relação a 2011, em função



do crescimento de EBITDA da Ipiranga, Oxiteno e Ultracargo. A Ipiranga apresentou um EBITDA de R\$ 1.640 milhões em 2012, 21% acima de 2011, principalmente devido (i) ao maior volume vendido, (ii) à melhor composição de vendas, com maior participação da gasolina e (iii) à estratégia de inovação constante em serviços e conveniência no posto, gerando maior satisfação e fidelidade do cliente. O EBITDA unitário da Ipiranga em 2012 foi de R\$ 70/m³, correspondente a uma margem EBITDA de 3,5%, superior ao EBITDA unitário de R\$ 62/m³ de 2011. A Oxiteno apresentou EBITDA de R\$ 350 milhões, crescimento de 34% comparado a 2011, em função (i) do crescimento de 15% do volume vendido e (ii) do efeito do Real 17% mais depreciado. O EBITDA unitário alcançado em 2012 foi de US\$ 235/ton, em linha com 2011. A Ultracargo atingiu EBITDA de R\$ 145 milhões em 2012, aumento de 23% em relação ao ano anterior, principalmente em função da aquisição do Temmar, da maior armazenagem média e da melhor composição de produtos movimentados e contratos. Em 2012, a margem EBITDA da Ultracargo atingiu 48%, superior à margem de 44% em 2011. O EBITDA da Ultragaz totalizou R\$ 243 milhões, 13% menor que 2011, principalmente em função dos efeitos da inflação sobre custos e despesas e maiores despesas com campanhas de *marketing* e vendas, parcialmente compensados pelas iniciativas para redução de custos e despesas.

DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES

O total de custos e despesas com depreciação e amortização em 2012 foi de R\$ 696 milhões, R\$ 116 milhões (20%) acima de 2011, em função (i) dos maiores investimentos realizados na expansão da rede de postos e da infraestrutura logística da Ipiranga, (ii) da entrada em operação das expansões de capacidade da Oxiteno e da Ultracargo ao longo de 2011 e 2012 e (iii) das aquisições realizadas.

RESULTADO NA VENDA DE BENS

A Ultrapar registrou em 2012 uma receita líquida na venda de bens no montante total de R\$ 4 milhões, R\$ 18 milhões menor que a receita registrada em 2011, devido principalmente ao menor resultado com a venda de terrenos na Ipiranga e de veículos na Ultragaz.

RESULTADO FINANCEIRO

O resultado financeiro da Ultrapar apresentou uma despesa líquida de R\$ 262 milhões em 2012, R\$ 34 milhões abaixo da despesa líquida de 2011, principalmente em função da redução do CDI em 2012.

LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido consolidado da Ultrapar de 2012 atingiu R\$ 1.018 milhões, 19% acima do lucro líquido apresentado em 2011, principalmente em função do crescimento do EBITDA entre os períodos.

ENDIVIDAMENTO

A Ultrapar encerrou o exercício de 2012 com uma dívida bruta de R\$ 6.239 milhões, perfazendo uma posição de endividamento líquido de R\$ 3.077 milhões, aumento de 11% em relação a 2011, principalmente em função de investimentos na expansão e manutenção em todos os negócios, aquisições e dividendos pagos ao longo dos últimos 12 meses.

MERCADO DE CAPITAIS





As ações da Ultrapar mais uma vez apresentaram valorização muito superior aos índices de referência, o que reflete o reconhecimento do mercado de capitais pelo crescimento de seus resultados.





O ano de 2012 foi marcado pela valorização das ações da companhia e ampliação da sua liquidez de negociação. A Ultrapar encerrou o ano de 2012 com valor de mercado de R\$ 25 bilhões, acumulando uma valorização de 45% em comparação ao encerramento de 2011.

Os papéis da companhia registraram volume financeiro negociado de R\$ 56 milhões/dia, 60% superior à média de R\$ 35 milhões/dia de 2011, considerando as negociações ocorridas na BM&FBOVESPA e na NYSE. O número de negócios das ações da Ultrapar apresentou aumento robusto de 29%, passando de uma média diária de 2.561 negócios em 2011 para 3.310 negócios em 2012.

As ações da Ultrapar mais uma vez apresentaram valorização muito superior aos índices de referência, o que reflete o reconhecimento do mercado de capitais pelo crescimento de seus resultados, fruto de suas práticas de gestão pautadas no planejamento e na capacidade de execução, e pela evolução em sua governança corporativa. Na BM&FBOVESPA, as ações da Ultrapar encerraram o ano cotadas a R\$ 46,30, acumulando valorização de 45% ao longo de 2012. No mesmo período, o índice Ibovespa apresentou valorização de 7%. Na NYSE, as ações da Ultrapar apresentaram valorização de 30% em 2012, superior à valorização de 7% do índice Dow Jones no mesmo período.

Continuou-se em 2012, portanto, o forte desempenho apresentado pelas ações da Ultrapar desde a sua abertura de capital, realizada em outubro de 1999. Considerando-se o período entre a abertura de seu capital e o final de 2012, as ações da Ultrapar apresentaram retorno ao acionista de 24% ao ano, com reinvestimento de dividendos. No período, essa valorização superou a valorização do Ibovespa, que foi de 14% ao ano; a variação do CDI no período, que foi de 15% ao ano; e ficou muito acima da inflação, que foi de 7% ao ano.

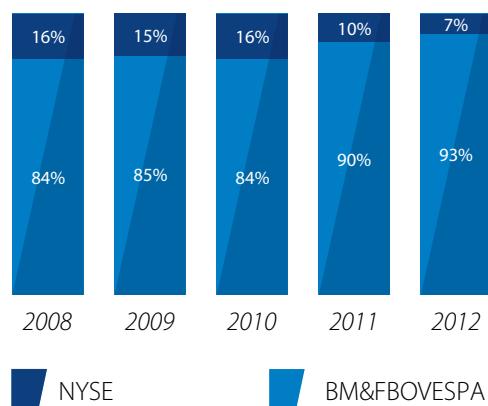
A Ultrapar declarou dividendos no montante de R\$ 627 milhões, referentes ao exercício de 2012, 19% superiores ao montante referente ao ano de 2011, representando 62% do lucro líquido consolidado do ano e um *dividend yield* de 3% sobre o preço médio das ações em 2012. Em decorrência de sua forte geração de caixa e sólida posição financeira, a Ultrapar consistentemente distribuiu dividendos aos seus acionistas desde sua abertura de capital, em 1999, durante os mais diferentes ciclos econômicos.

DISTRIBUIÇÃO FREE FLOAT



Estrangeiros Nacionais

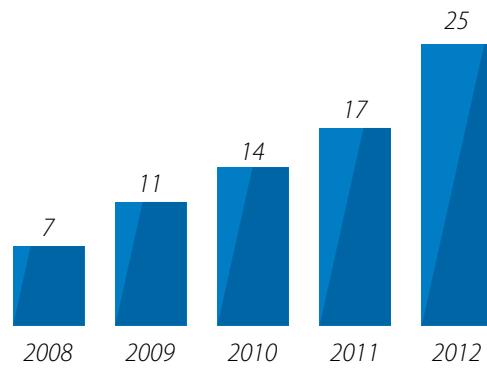
DISTRIBUIÇÃO FREE FLOAT



NYSE BM&FBOVESPA

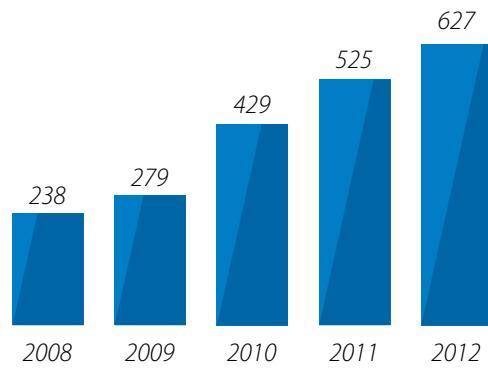
VALOR DE MERCADO

(R\$ bilhões)



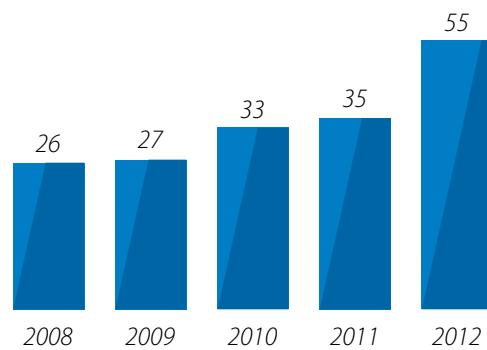
DIVIDENDOS DECLARADOS

(R\$ milhões)



VOLUME DIÁRIO NEGOCIADO NA BM&FBOVESPA + NYSE

(R\$ milhões)



INVESTIMENTOS E PERSPECTIVAS

JULY



A Ultrapar deu continuidade, em 2012, a uma estratégia de investimentos voltada a reforçar a posição de liderança que possui em cada negócio e para o crescimento de volumes como viabilizador de criação de valor.

Os investimentos, líquidos de desinvestimentos, totalizaram R\$ 1.491 milhões, dos quais R\$ 1.323 milhões foram direcionados a investimentos orgânicos e R\$ 169 milhões foram direcionados a aquisições. Em adição, a companhia assumiu dívida líquida de R\$ 124 milhões relacionada às aquisições realizadas no ano.

Na Ipiranga, foram investidos R\$ 942 milhões, sendo (i) R\$ 514 milhões na expansão de sua rede de distribuição (através do embandeiramento de postos bandeira branca, abertura de novos postos e novos clientes) e de franquias Jet Oil e am/pm, com foco nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte, (ii) R\$ 63 milhões na ampliação da sua infraestrutura logística para atender a demanda crescente, através da construção e ampliação de 12 bases de operação, e (iii) R\$ 365 milhões na manutenção de suas atividades, principalmente em renovação de contratos de sua rede de distribuição e reforma de postos. Do total dos investimentos realizados pela Ipiranga, R\$ 914 milhões se referem a imobilizações e adições ao intangível e R\$ 28 milhões referem-se a financiamentos a clientes, líquidos de repagamentos.

Para a Oxiteno, o total de investimentos em 2012 foi de R\$ 115 milhões, destinados principalmente à planta de especialidades químicas nos Estados Unidos e à manutenção de suas unidades produtivas. Foi também realizada a aquisição da American Chemical, planta de especialidades químicas no Uruguai, com desembolso de R\$ 107 milhões, em adição à assunção de dívida líquida de R\$ 33 milhões.

A Ultracargo investiu R\$ 84 milhões, direcionados principalmente à expansão de 72 mil m³ nos terminais de Aratu e Santos. Em adição, a Ultracargo desembolsou R\$ 68 milhões para a aquisição do Temmar, no porto de Itaqui, e assumiu dívida líquida de R\$ 91 milhões.

Na Ultragaz foram investidos R\$ 157 milhões, direcionados principalmente para novos clientes do segmento granel, reposição de vasilhames e manutenção das bases de engarrafamento.

INVESTIMENTOS PREVISTOS

O plano de investimentos da Ultrapar para 2013, excluindo aquisições, totaliza R\$ 1.437 milhões e visa o crescimento por escala e ganhos de produtividade, assim como a modernização das operações existentes.

| PLANO DE INVESTIMENTOS ORGÂNICOS PARA 2013 ¹ | | R\$ MILHÕES |
|--|--|--------------|
| Ipiranga | | 872 |
| Oxiteno | | 278 |
| Ultracargo | | 103 |
| Ultragaz | | 160 |
| Outros ² | | 24 |
| Total | | 1.437 |

¹ Líquidos de desinvestimentos

² Inclui principalmente Refinaria de Petróleo Riograndense e informática corporativa

Na Ipiranga, serão investidos (i) R\$ 360 milhões na continuação da expansão de sua rede de distribuição (através do embandeiramento de postos bandeira branca, abertura de novos postos e novos clientes) e de franquias Jet Oil e am/pm, com foco nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte, (ii) R\$ 182 milhões na ampliação da sua infraestrutura logística para atender a demanda crescente, através da construção e ampliação de bases de operação, e (iii) R\$ 331 milhões na manutenção de suas atividades, principalmente em renovação de contratos de sua rede de distribuição e reforma de postos. Do total dos investimentos orçados pela Ipiranga, R\$ 868 milhões se referem a imobilizações e adições ao intangível e R\$ 4 milhões referem-se a financiamentos a clientes, líquidos de repagamentos. A Oxiteno direcionará R\$ 203 milhões para investimentos em expansão, principalmente na continuidade da expansão da capacidade produtiva em Pasadena, nos Estados Unidos, e em Coatzacoalcos, no México. As duas unidades acrescentam cerca de 130 mil toneladas por ano de capacidade de produção, sendo que 30 mil toneladas estarão em operação em 2013 e 100 mil toneladas a partir de 2014. Adicionalmente, a Oxiteno investirá na manutenção de suas unidades produtivas. A Ultracargo direcionará seus investimentos principalmente para expansões de seus terminais, com destaque para os terminais de Itaqui e Suape, além da manutenção da infraestrutura dos demais terminais. A Ultragaz concentrará seus investimentos principalmente (i) no UltraSystem (granel de pequeno porte), em função da perspectiva de captura de novos clientes, (ii) na modernização das bases de engarrafamento, principalmente no Sudeste, e ampliação de suas bases no Nordeste e (iii) na reposição e aquisição de vasilhames.



PERSPECTIVAS

A natureza dos negócios da Ultrapar, que ao mesmo tempo são resilientes e alavancados no crescimento da economia, associada aos investimentos e aquisições realizados nos últimos anos, permitem a visibilidade de continuidade da trajetória de evolução positiva de resultados.

A Ipiranga dará continuidade a investimentos na expansão de sua rede de distribuição e infraestrutura logística, potencializando os benefícios do crescimento da frota de veículos no Brasil e do crescimento da economia brasileira. Em paralelo, intensificará suas ações de diferenciação, baseada na ampliação da oferta de produtos, serviços e conveniência para os consumidores.

A Oxiteno seguirá capturando benefícios decorrentes da conclusão e maturação dos investimentos no Brasil em cenário mais favorável de câmbio, além de focar no seu plano de expansão internacional, com os investimentos em andamento nos Estados Unidos e no México, e a implementação do plano de negócios da aquisição no Uruguai, realizada em 2012.

A conclusão pela Ultracargo, em 2012, de um ciclo de expansões de capacidade de seus terminais, visando atender à crescente demanda por armazenagem de granéis líquidos no Brasil, e a aquisição do terminal no porto de Itaqui reforçam sua escala de operação e deverão produzir benefícios significativos em 2013.

Na Ultragaz, os investimentos realizados e o crescimento da economia continuarão contribuindo para o aumento do volume vendido no segmento de GLP a granel, aliado ao foco na gestão de custos e despesas para recuperação de resultados.

A companhia seguirá atenta às oportunidades de aquisição e investimentos, visando à continuidade do crescimento e da criação de valor da Ultrapar. A Ultrapar encerra 2012 com a satisfação pelos resultados e reconhecimentos obtidos, confiante de possuir sólidas bases para continuar sua trajetória de sucesso.

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

Ultrapar Participações S.A.

BM&FBVESPA: UGPA3 / NYSE: UGP

Gerência de Relações com Investidores

Av. Brigadeiro Luís Antônio, 1343, 8º andar
São Paulo, SP – 01317-910
Telefone: 55 11 3177 7014 / Fax: 55 11 3177 6107
E-mail: invest@ultra.com.br
www.ultra.com.br

Itaú Corretora de Valores S.A.

Superintendência de Soluções para Corporações
Rua Ururaí, 111 – Prédio B – Térreo – Tatuapé
São Paulo, SP – 03084-010
Telefone: 55 11 3003 9285

Banco Depositário dos ADRs

The Bank of New York Mellon
Shareholders Relations
PO Box 358015
Pittsburgh, PA 15252-8015
Telefone: 1-800-BNY-ADRS (1-800-231-5469)
Telefone para ligações de fora dos EUA: 1-201-680-6825
E-mail: shrrelations@bnymellon.com
Internet Address: <http://www.bnymellon.com/shareowner/equityaccess>

Auditória das Demonstrações Contábeis

Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes
Rua Alexandre Dumas, 1981
São Paulo, SP – 04717-906
Telefone: 55 11 5186 1000

CRÉDITOS – RELATÓRIO ANUAL 2012

Coordenação do Projeto

Gerência de Relações com Investidores

Consultoria e Redação

FSB Comunicações

Direção de Arte e Projeto Gráfico

BrandBuilding / Dragon Rouge

Fotos

Pisco Del Gaiso todas as fotos exceto as citadas abaixo:

- Página 56 e 57: Flávio R. Berger – Fotoimagem
- Página 79: Gustavo Scatena Fairbanks Barbosa

Ilustrações

Dragon Rouge

Impressão

Burti

Agradecimentos

Agradecemos a participação de todos os colaboradores da Ultrapar que contribuíram com a realização desta edição, em especial dos colaboradores que cederam suas imagens para utilização neste relatório.

Ultrapar Participações S. A.
Av Brigadeiro Luís Antônio 1343 8º andar
01317-910 São Paulo SP Brasil
Telefone 55 11 3177 7014
Fax 55 11 3177 6107
invest@ultra.com.br
www.ultra.com.br

