



Ipiranga, do Grupo Ultra, bate rivais e acerta compra da rede Ale por R\$ 2,17 bilhões

FERNANDO SCHELLER - O ESTADO DE S. PAULO

12 Junho 2016 | 15h 44 - Atualizado: 12 Junho 2016 | 20h 46

Vice-líder do setor no País, atrás da BR Distribuidora, vai incorporar a quarta maior do setor, que tem 2 mil postos no País

O Grupo Ultra, por meio de sua marca de postos de combustíveis Ipiranga, anunciou neste domingo, 12, a compra de 100% da rede de postos de combustíveis Ale, a quarta maior do setor no País, por R\$ 2,17 bilhões. A empresa, comandada pelo empresário Marcelo Alecrim, detém 3,1% do mercado brasileiro e vai ajudar a Ipiranga, atual vice-líder, a ficar mais próxima da primeira colocada, a BR Distribuidora, da Petrobrás.

Segundo apurou o **Estado**, o empresário Marcelo Alecrim deverá permanecer no negócio por pelo menos mais um ano, ajudando na transição da Ale para a Ipiranga. A rede montada por Alecrim e seus sócios contabiliza hoje cerca de 2 mil postos de combustíveis, que agora serão unidos aos mais de 7,2 mil que estampam a marca Ipiranga. Em 2015, a Ale teve receita de R\$ 11,4 bilhões e Ebitda (lucro antes de juros, impostos, depreciações e amortizações) de R\$ 275 milhões.

Fontes do setor afirmam que a Ale era a última distribuidora com fatia relevante e profissionalizada disponível no mercado – por isso, era alvo da cobiça de Raízen (parceria entre Cosan e Shell) e da Ipiranga há pelo menos três anos. Fundos de investimentos como Warburg Pincus e Advent também teriam voltado a olhar o negócio nos últimos meses, quando o Banco Safra voltou a ofertar o negócio no mercado. O valor do acordo saiu dentro das expectativas do mercado, que eram de R\$ 2 bilhões.

O valor anunciado para o negócio, de R\$ 2,17 bilhões, terá um desconto de R\$ 737 milhões referente à dívida da Ale em 31 de dezembro de 2015, o que reduzirá o valor efetivamente pago aos sócios a pouco mais de R\$ 1,4 bilhão. O acordo ainda depende da aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).

No entanto, fontes de mercado afirmam que não haveria problemas de concorrência no mercado, já que a BR Distribuidora continuará líder, mesmo com a soma das fatias de mercado de Ale e Ipiranga. Além disso, cerca de 40% das vendas do País ainda estão nas mãos de postos sem marca, os chamados “bandeira branca”.

Alvo estratégico. Embora o Brasil ainda tenha quase 200 operadores de combustíveis no País, a Ale, além de ser maior do que outras empresas independentes, também tinha a reputação no mercado de trabalhar somente com combustíveis de origem certificada. Além disso, tinha uma gestão profissionalizada. Entre seus sócios figuravam o fundo de investimento Darby, que permaneceu por 12 anos no rol de acionistas.

A atual Ale é fruto da união de duas distribuidoras de combustíveis, a mineira Ale e a potiguar Satélite. Para ganhar musculatura, a companhia fez também algumas aquisições, como as operações da Repsol e da Polipetro. Sediada no Rio Grande do Norte, a companhia tinha uma participação mais relevante no mercado nordestino. Esse aspecto foi especialmente interessante para o Grupo Ultra, que tem atuação mais concentrada no Sul e Sudeste.

Diferença regional. Segundo dados divulgados pela Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) em março, a participação da Ipiranga na venda nacional de combustíveis é de 14,6%, enquanto a Ale tem fatia de 3,1%. Somadas, portanto, as duas companhias têm 17,7% do mercado brasileiro, mas ainda assim ficam atrás dos 19,7% da BR Distribuidora, da Petrobrás.

No Nordeste, no entanto, a presença da Ipiranga é bem mais discreta, de 6,2%, enquanto a potiguar Ale tem 4,1% na região. Desta forma, a empresa do Grupo Ultra chegará a 10,3% de participação, passando a atual vice, a Raízen, que detém 7% do setor no Nordeste, bem atrás da líder BR Distribuidora, que lidera com 18,8%.