

Crise expõe vantagens e desafios para empresas do Brasil



Demanda de celulose cresce, mas desvalorização do dólar preocupa exportadores, que deverão ser cada vez mais competitivos para se manterem no mercado. Na área de papel, corrugados e tissue devem continuar em alta, enquanto outros segmentos buscam renovação e novas aplicações. Diante deste cenário, executivos e profissionais debateram durante o ABTCP-PI 2009 o que o futuro reserva ao setor de celulose e papel no Brasil.

Por Marina Faleiros

Há pouco mais de um ano, executivos e profissionais do setor tentavam definir durante o *ABTCP 2008* o que era a crise econômica mundial e suas consequências tanto para o setor de celulose e papel quanto para o Brasil. Agora, nas mesmas salas do ExpoTransamérica, em São Paulo, durante o *ABTCP-PI 2009*, os debates ganharam um novo contexto, marcado por maior clareza dos impactos e desafios para o setor daqui para a frente. “Os períodos de crise catalisam e aceleram mudanças, a necessidade promove a inovação e os pontos fracos e fortes tornam-se mais explícitos”, resume Carlos Farinha e Silva, vice-presidente sênior da Pöyry Tecnologia e um dos palestrantes do Panorama Setorial, painel que ocorreu no primeiro dia de evento.

Na lista de vantagens do Brasil para a produção de celulose, continuam em primeiro lugar a produtividade florestal e o baixo custo de produção. Por outro lado, a queda de preço da *commodity* e a desvalorização do dólar se tornaram a maior preocupação no momento, já que as vendas voltaram a patamares normais, mas a receita ainda está muito abaixo do período anterior à crise. “Nossa produção de celulose não caiu em 2009; muito pelo contrário, no acumulado do ano registramos 16% de aumento de volume vendido, mas ainda assim nossa receita foi 22% menor e, segundo nosso prognóstico, deve cair ainda mais”, apontou Elizabeth de Carvalhaes, presidente da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa).

Essa preocupação com o câmbio tem norteado as conversas e os últimos lançamentos de balanços do setor. A Suzano, por exemplo, vê uma mudança estrutural no mercado pós-crise, já que antes, quando havia queda no



No Panorama Setorial, Farinha ressaltou que a turbulência econômica acelera mudanças e expõe fragilidades

preço da celulose, o câmbio subia e compensava as perdas, o que não aconteceu desta vez, com uma recuperação de preços muito mais lenta. “Cerca de 80% dos nossos custos são em reais; por isso, é o valor do real que nos importa e precisamos reduzir custos para continuarmos competitivos”, explica Antonio Maciel, presidente da empresa.

Para evitar maiores perdas, a Suzano conseguiu reduzir em 24% as despesas de administração e vendas, e o custo da tonelada de celulose está hoje na marca de R\$ 373. “Este valor já é um dos mais baixos do mundo e 18% menor do que o praticado no terceiro trimestre de 2008. Nossa meta é de ainda reduzi-lo, para continuarmos com uma posição de vantagem no comércio”, aponta André Dorf, diretor de Relações com os Investidores da companhia.



ABTCP-PI teve cerca de 13 mil visitas: todos de olho nos rumos do setor depois do período de crise



Inovação e economia foram os temas mais debatidos no Congresso, que reuniu cerca de 700 pessoas

Na visão de Farinha, a atual recessão está ensinando diversas lições, entre as quais a de que as mudanças econômicas hoje são muito mais rápidas e as empresas que sobrevivem são as mais atentas, e não necessariamente as maiores. “No setor de celulose já estamos numa situação melhor: continuamos com as plantações mais eficientes do mundo e a melhor tecnologia florestal”, diz.

Apesar das vantagens naturais competitivas e das vendas em alta, Elizabeth pontua que grandes analistas de economia calculam que o mundo vai consumir 12% a menos produtos do que em 2008, um dado difícil de interpretar, mas que também explica a retração nos preços. Até setembro o setor produziu 9,9 milhões de toneladas de celulose, e os preços que caíram a US\$ 360 em março hoje estão em US\$ 600. A desvalorização do dólar, porém, seguiu muito mais rápida e não compensou as perdas. “Reconhecemos a recuperação, mas não podemos dizer que estamos fora da crise, pois temos perda expressiva de receita e o câmbio será uma grande preocupação daqui para a frente”, diz. Ela afirma que, de acordo com as estimativas do setor, o preço do dólar deve ficar na casa de R\$ 1,50 e ainda não há nada que aponte mudança nessa tendência – “nem mesmo a taxa de 2% sobre o capital externo, pois com os nossos juros altos continua valendo a pena colocar dinheiro no País”, explica.

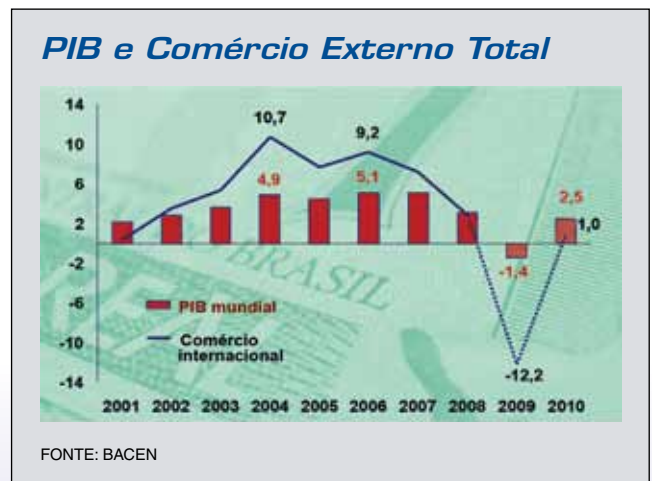
Outra grande mudança em 2009 refere-se ao destino das exportações. A China, que antes detinha 19% das compras, agora fica com 33% da celulose brasileira. “Se por um lado o país foi nossa salvação para não entrarmos em uma recessão maior, por outro o crescimento do mercado chinês é uma

tendência que vai se aprofundando e precisamos estar atentos a esse mercado e suas necessidades”, afirma Farinha. A presidente da Bracelpa concorda com a afirmação e ainda ressalta que o crescimento sobre 2008 no mercado chinês atinge a marca de 84% em volume. O mercado asiático, diz ela, apesar de ainda especulativo – considerando-se que em novembro do ano passado foram eles mesmos que cancelaram todas as compras de celulose brasileira – traz boas perspectivas com a chegada de novas máquinas e a real necessidade por celulose, já que não há recursos florestais internos suficientes. “A China quer ser grande vendedora de papel e precisa de celulose mais qualificada. Mesmo que estejam fazendo um estoque momentâneo da *commodity*, a previsão é de que continuem comprando. O que não conhecemos é se esse movimento será crescente, constante e definitivo”, explica.

Nas previsões de Farinha, o futuro da celulose brasileira de eucalipto está bem garantido, já que ele calcula que a participação da fibra curta poderá chegar a 80% em certos papéis até 2015. “China, Índia e Rússia deverão ser responsáveis por 70% do aumento da demanda de papel e cartão entre 2007 e 2025, o que favorece a celulose de eucalipto, por conta do diferencial de preços, das propriedades diferenciadas das fibras e do avanço da tecnologia nas máquinas de papel”, diz.

DE OLHO NO FUTURO DO PAPEL

Diversas teorias tentam prever o que acontecerá com o consumo de papel daqui para a frente. Leitores eletrônicos como o Kindle, espécie de tela portátil capaz de armazenar dezenas de textos, estão ganhando popularidade e adeptos de novas gerações. A internet, em parte, já é responsável pela queda de publicação de muitos jornais e outros tipos de mídia impressa. Ainda há dúvidas se o computador será para o mercado editorial o que o MP3 foi para as gravadoras



de música, que perderam seu mercado tradicional e tiveram de se adaptar para continuar no mercado sem depender da venda de CDs de seus artistas. “Não podemos desprezar o que vem por aí e com as novas gerações, que são muito mais afeitas às novas tecnologias”, aponta Farinha.

Segundo o executivo, o crescimento médio anual do consumo de papel diminui mais rapidamente do que o crescimento econômico geral, principalmente por causa da saturação do mercado, da substituição por diferentes mídias de comunicação e das mudanças na tecnologia da fabricação de papel, como a produção de papéis com gramaturas mais baixas. Ele acredita que a ideia de que o negócio de papel é somente regional também pode não valer para o futuro, pois mudanças podem ocorrer cada vez mais rapidamente. “Já vi a APP exportando até tissue para o Brasil. Então, esses conceitos de mercado podem, mais cedo ou tarde, ser quebrados, e não podemos ficar presos a ideias preconcebidas se queremos ter um papel importante no mercado global”, diz Farinha.

Na visão de Kurt Brandauer, presidente da Divisão de Máquinas de Papel da Voith, o maior produtor mundial de papel será a China em cerca de cinco anos, ultrapassando os

fabricantes europeus. “No curto prazo, acredito que o mercado de papel estará cada vez mais especializado e haverá expansão de mercados emergentes. Já no longo termo, o que o setor precisa é buscar alternativas para seus investimentos e concentrar-se na redução de custos fixos, como energia, água, fibra e químicos”, aponta.

Farinha prevê que, num cenário de alto crescimento, a demanda mundial de papel e cartão chegue a 533 milhões de toneladas até 2025. “Já as projeções de médio e baixo crescimento indicam níveis de 499 milhões e 474 milhões de toneladas, respectivamente”, diz ele, ressaltando que o aumento de produção terá como destino mercados diferentes, como China, Índia, Rússia e Oriente Médio. “Por isso é preciso que nossas inovações não se foquem apenas nos mercados tradicionais, mas também entendam as necessidades dessas novas regiões em expansão”, pontua.

Para a América Latina, ele prevê que a produção de papel continue crescendo a uma taxa média anual de 3,1%. “Entre 2005 e 2020, deverá aumentar cerca de 10 milhões de toneladas, atingindo aproximadamente 27 milhões de toneladas de papel produzidas na região em 2020.”

Só quem nasceu deste segmento, pode garantir agilidade e eficácia.

Líder em aplicação de sistemas anticorrosivos, a **RUST Engenharia** executa obras em toda a América Latina e possui uma **equipe especializada no segmento de celulose e papel**, o que garante eficácia no combate à corrosão e agilidade no retorno à produção, seja em regime de parada geral, manutenção preventiva ou novos empreendimentos.

Rust Engenharia. Tecnologia que elimina a corrosão.

MATRIZ SP: (11) 4070-5163
FILIAL BAHIA: (71) 3621-2511
FILIAL SUL: (47) 3472-2331



WWW.RUST.COM.BR





O mundo pós-crise

Durante o Panorama Setorial do ABTCP-PI 2009, executivos colocaram em discussão diversos fatores que deverão influenciar o setor de papel e celulose nos próximos anos. Confira alguns deles:

“ Subsídios para o setor em países desenvolvidos, a exemplo do que tem sido feito nos Estados Unidos e no Canadá, deverão ser uma das grandes barreiras e fontes de preocupação para manter competitividade brasileira na produção de celulose.”

Alberto Mori, presidente da ABTCP

“ A crise não mudou a conscientização ambiental no consumo. Pelo contrário, a imagem verde vai ser cada vez mais exigida das empresas, e as que não investirem nisso estão condenadas no longo prazo.”

Carlos Farinha, vice-presidente sênior da Pöyry Tecnologia

“ Há uma remodelação de mercados e novos pólos de compra e venda surgiram. O mundo pós-crise será mais arrojado, mais cruel, mais agressivo com a competitividade, e vai ser mais difícil ainda vendermos nossos produtos.”

Elizabeth de Carvalhaes, presidente da Bracelpa

No ano da crise, o setor de papel no mundo todo sofreu com queda de preços e demandas, e são poucos os que já conseguiram uma recuperação total. Brandauer conta que reduções nas produções da Europa variaram conforme o segmento, ficando 17% menores para papéis gráficos e 10% negativas para embalagem. “Muitas empresas optaram por parar a produção em vez de vender a preços muito mais baixos, e todos os grandes fabricantes tiveram de fechar unidades, motivo pelo qual ainda devemos levar cerca de três anos para recuperar todas as perdas”, diz. Para ele, a temporada de fechamentos ainda não terminou, pois a demanda de consumo está em aparente transição para alguns segmentos, a exemplo de papéis voltados para a comunicação escrita.

O impacto de recessões varia conforme o tipo de papel. “Nos Estados Unidos, por exemplo, as vendas de papel sanitário crescem mesmo durante anos de recessão, enquanto o papel-jornal acumula perdas significativas”, aponta Farinha. No Brasil, a crise de 2009 teve como consequência uma queda de 1,3% na produção de papel durante o período de janeiro a setembro, mas existe um aumento gradual mensal de toneladas. “Ocorreu uma alta de 2,6% na produção de setembro em relação ao mês anterior, mas ainda muito abaixo do que foi 2008”, explica Elizabeth.

Por aqui o papel para embalagem acumula queda de produção no ano de 3,2% e o papel-imprensa está negativo em 11,3%. Segmentos como os de imprimir/escrever e tissue já saíram do negativo. Paulo Peres, presidente da Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO) e da Associação Brasileira de Embalagem (Abre), explicou que, no acumulado dos últimos 12 meses até agosto, o segmento de papelão ondulado registrou perda de 3,2% em volume, mas desde março a expedição de papelão tem crescido. “A grande surpresa ficou para o mês de setembro deste ano, quando quase atingimos nosso pico de produção, com 205 mil toneladas expedidas”, diz Peres.

Na visão dele, os fabricantes brasileiros irão sobreviver bem ao período turbulento, já que há anos trabalham na evolução de suas tecnologias. “Antes era impossível falarmos de miolo para papelão abaixo de 120 gramas, mas hoje já temos produto com 80 gramas”, diz. O papelcartão segue a mesma tendência: se antes precisava ter 420 gramas, agora existem produtos de 350 gramas que podem embalar o mesmo item sem perda de qualidade. “Com a crise, precisamos pensar em tecnologias que caibam no bolso do consumidor e as empresas têm de buscar a redução de custo em toda a sua cadeia, pois não basta ter um produto barato se a embalagem é cara”, finaliza.

O que sua empresa faria se o dólar valesse R\$ 0,95?

Essa pergunta foi uma das que mais causaram inquietação durante os debates do ABTCP-PI 2009. Ela foi feita por Gustavo Franco, sócio e diretor executivo da Rio Bravo Investimentos e ex-presidente do Banco Central (BC), para os participantes do *workshop* da Siderquímica, ocasião na qual foi questionado sobre o futuro dos exportadores se o real continuar valorizado. “Imagine que sua empresa tem cinco anos para se preparar para um câmbio de R\$ 0,95. O que faria para manter seu negócio?”

Para ele, a resposta é específica para cada empresa e deve retratar os pontos em que é possível melhorar a produção

ou cortar gastos. Ele acredita que o governo também precisa ser atuante neste processo, dando ferramentas para que as indústrias possam sobreviver a esse tipo de desafio, proporcionando infraestrutura barata e ajudando na formação de uma mão-de-obra mais qualificada e leis trabalhistas menos severas. “O mundo pós-crise é diferente; quem não fizer nada vai morrer. Tem gente que se reinventou, fez fábrica na Índia, e outros mudaram de ramo; cada caso é único, mas o Brasil tem grandes vantagens naturais e, mesmo num câmbio adverso, não há razão para acreditar que não teremos como nos sustentar no ramo de celulose” finaliza.

Franco, porém, afirma que o cenário não é nada animador para os exportadores, por enquanto. “A demanda externa caiu e não se recuperou; os preços estão ruins, e os mercados, piores. Além disso, a rentabilidade da exportação está caindo, pois o câmbio de agora está doendo mais do que antes e os exportadores têm toda a razão para reclamar, pois mal recuperaram metade do que o câmbio valorizou”. A má notícia, diz, fica por conta de que a queda do preço do dólar deve continuar. “Se o cenário seguir as últimas apreciações do real, ainda existe mais de 10% a 15% de queda, o que vai depender das medidas tomadas pelo governo”, afirma.

Ele ressalta, porém, que as empresas que dependem do comércio internacional não podem se focar apenas no problema com o câmbio, e sim nos pontos em que são competitivas, sempre buscando medidas de longo prazo. “Queremos que as empresas sejam competitivas, mas isso não pode ser apenas através de um artificialismo cambial, mas a partir dos elementos que costumávamos chamar de ‘custo Brasil’”. Ele explica que este “custo Brasil” vai desde a cobrança de impostos para investimento e infraestrutura até as leis trabalhistas rígidas, que encarecem a produção. Uma das principais medidas que deveriam ser tomadas pelo governo e que ajudariam os empresários, aponta ele, é a redução de juros. “É preciso haver uma agenda nacional para enfrentar estes desafios, uma agenda pesada de reformas. Não adianta esperar o câmbio chegar a R\$ 1,50, quando as pessoas ficarão nervosas, para começar a pensar nisso”, conclui. ▲



Franco: “Queremos empresas competitivas, mas não através de um artificialismo cambial”