

CONFERÊNCIA LATINO-AMERICANA DA **FASTMARKETS RISI** DESTE ANO EVIDENCIOU OS ELOS MAIS FORTES E OS MAIS FRACOS DO SETOR DE CELULOSE E PAPEL EM MEIO À PANDEMIA



A América Latina é uma das regiões mais afetadas pela crise sanitária mundial, agravada por problemas estruturais, com perspectivas desafiadoras de desempenho do setor de celulose e papel pelos especialistas para os próximos dois anos, especialmente para o segmento de papéis gráficos

POR THAIS SANTI
Especial para *O Papel*

Navegando em mares ainda desconhecidos, os eventos tentam se adaptar ao novo normal para atender às demandas de setores que precisam se abastecer de informações e, assim, planejar suas estratégias diante do cenário atual. Realizado entre os dias 10 a 13 de agosto, pela primeira vez em ambiente digital, a Conferência latino-americana da Fastmarkets RISI refletiu, tanto em sua estrutura como em seu conteúdo, que o mundo atravessa um período de mudanças transformadoras, não sendo diferente para o mercado global de celulose e papel, com relevantes desafios para a América Latina.

Os sinais de recuperação da economia do principal destino das exportações de celulose brasileiras, a China, apresentam-se de forma bastante dissonantes, mas em formato V, de rápida retomada, ainda mais diante de um cenário impactado pela guerra comercial travada com os Estados Unidos. Segundo Lívio Ribeiro, economista e pesquisador do Instituto Brasileiro de Economia, da Fundação Getúlio Vargas (IBRE-FGV), o país asiático será um direcionador da recuperação mundial. Isso ficou evidenciado após o resultado no primeiro trimestre deste ano e uma recuperação de forma bastante agressiva no período posterior, possibilitando a previsão de crescimento de seu PIB de 3,2% em 2020.

“Trata-se claramente de uma recuperação em forma de V. Não com a mesma velocidade de antes da crise, porém, internamente sua estrutura é bastante peculiar. Na China apenas 7% da economia representam o setor primário. O setor secundário (39%) e o setor terciário (53%) representam juntos mais de 47% do PIB chinês, enquanto os demais países possuem nessa combinação índices bem inferiores”, comparou Ribeiro. E acrescentou: “Essa configuração permite que o país se recupere em um ritmo mais rápido e de uma forma mais estruturada do que economias que dependem muito mais de serviços, como a dos países europeus, por exemplo”, destacando ainda os grandes rendimentos em poupança como um diferencial.

Segundo o economista do IBRE-FGV, a crise já terminou para o setor primário da economia da China. Porém, o setor manufatureiro, que segue em expansão, ainda enfrenta um ritmo mais lento de retomada. Já a indústria da construção está crescendo e se assemelha aos velhos tempos, com grandes investimentos. Ribeiro citou ainda o setor imobiliário em alta, relacionado às construções, até chegar ao comércio, ao transporte e hospedagem, que caíram muito e ainda estão em contração. “Portanto, devemos enfatizar esse desafio nesse setor e isso serve de alerta a todos os países”, destacou.

Além disso, Ribeiro explicou que a população e empreendedores do país asiático possuem economias. “Isso permitiu que pudessem atravessar o período com maior tranquilidade e sem depender tanto de ajuda governamental. Somente agora, a fim de acelerar a retomada, o governo tem injetado dinheiro no mercado”, observa. Por outro lado, existem preocupações, en-

tretanto, com uma possível segunda onda na guerra comercial. “As metas foram estabelecidas em 2019 e muitas delas não são tangíveis. Temos uma eleição chegando nos EUA e um cenário cada vez mais difícil. Ou seja, busca-se atacar o inimigo externo. Do lado sanitário, também se tem falado de uma segunda onda do novo coronavírus”, acrescentou.

Ribeiro destacou que o Brasil é muito dependente da China, representando quase 34% do total das suas exportações. O mesmo acontece com o Chile (35,2%) e o Peru (32,9%). “Embora o impacto seja menor que a crise de 2008, comparativamente, a China está acelerando de uma forma muito moderada. Então, perguntam, isso quer dizer que veremos um novo superciclo como aconteceu no passado? Não. O mercado vai melhorar, eventualmente, mas os preços da energia podem tirar tal competitividade de custos. Estamos com um desempenho muito pior do que a média global e temos menor espaço de manobra. A dívida bruta, com exceção do Peru, é, em muitos casos, muito maior que 2008, quando tivemos um bom desempenho. Então, temos essas questões estruturais para ver como irão evoluir”, disse.

O cenário macroeconômico na China foi esmiuçado por Beth Lis, vice-presidente de papéis para a Ásia na Fastmarkets RISI. “A China está em um bom caminho para a recuperação econômica. Eles foram os primeiros que viram a desaceleração acontecer e são os que estão vendo o maior crescimento com os fechamentos. No primeiro semestre deste ano, o primeiro trimestre foi o mais fraco, quando houve uma redução de 6,8% no PIB, mas já no segundo trimestre foi observada uma recuperação. Isso veio principalmente do lado da oferta, com melhor desempenho na produção industrial, estímulos do governo relacionado ao investimento em infraestrutura e menos do lado do consumo no varejo”, pontuou.

Para o segundo semestre, Beth aponta algumas discussões do governo sobre como eles gostariam de impulsionar o consumo interno, como em relação à definição de políticas de descontos, compra de produtos nacionais e coisas do tipo. “Além disso, as exportações foram um pouco mais fortes do que se esperava, mas continuam sendo uma preocupação dado os resultados lentos e fracos que estamos vendo nos EUA e na Europa. A recuperação em outras partes da Ásia está atrasada em relação à China, mas apenas porque a disseminação do vírus ocorreu mais tarde”, informou.

O mercado global de celulose

David Fortin, vice-presidente de Fibras na Fastmarkets RISI, avaliou que o consumo de celulose tem enfraquecido à medida que o ritmo frenético de consumo do tissue vai se atenuando e os papéis gráficos enfrentam baixa no ciclo. Ainda como direcionadores da oferta e demanda, Fortin indica que a propagação da COVID-19 acelerou novamente nos EUA. Logo, as escolas americanas não conseguirão reabrir no próximo outono, o que terá impacto direto na reabertura de escritórios e amenizará

uma eventual retomada da demanda. “O mercado está em baixa, uma vez que a recuperação do país foi justaposta por declínios históricos nas economias dos EUA e da Europa. Ao mesmo tempo, a forte demanda por lenços de papel e embalagens diminuiu”, comentou.

Vale destacar que as interrupções no fornecimento permaneceram elevadas até agora, mas serão necessários mais ajustes para compensar a demanda excessivamente fraca e evitar que os estoques de celulose aumentem. “A incerteza que domina os mercados desde o início da pandemia não se dissipou e foi exacerbada pela deterioração das relações entre os EUA e a China. Isso continuará a pesar nas decisões de compra”, enfatizou.

O mercado de celulose teve uma queda na demanda de mais de 2 milhões de toneladas. Para 2021, espera-se uma recuperação acima de 2 milhões de toneladas, equiparando-se a 2019. Só o mercado chinês consome 36% de toda a celulose produzida no mundo, ou seja, 24 milhões de toneladas por ano. Porém, para se ter uma ideia, no consumo mensal, os estoques já estão em torno de 700 mil toneladas.

Tanto para a fibra longa como para a fibra curta branqueada, os preços domésticos de celulose na China atingiram novas baixas de ciclo, sendo a fibra longa com preço superior à fibra curta. “Nesse momento, os produtores latino-americanos se beneficiam do custo de produção inferior e da taxa de câmbio favorecida. Isso tem impulsionado projetos para aumento de capacidade em plantas já em operação e novos projetos *greenfield*. Somados até 2025 estima-se a entrada de mais de 5,9 milhões de toneladas/ano. Já para fibra curta, a previsão é ainda maior, somando 12,4 milhões de toneladas em capacidade no mercado até 2024”, informou Fortin.

Contudo, lembrou o especialista, tal recuperação deve ser moderada ainda no quarto trimestre do ano, acelerando somente em 2021. “O excesso de estoque e um ambiente macroeconômico anêmico manterão os mercados mais fracos por mais tempo, com isso fechamentos e conversões compensarão o lado da demanda”, pontuou.

Os CEOs que participaram do tradicional painel demonstraram concordar com o cenário, mas ainda em posição favorável, por conta da robustez de suas empresas. Para Francisco Ruiz-Tagle, CEO do grupo chileno CMPC, trata-se de uma indústria essencial, passando por impactos e reconhecendo a forte queda nos papéis para imprimir e escrever. “O que aconteceu foi a

“O CONSUMO DE CELULOSE TEM ENFRAQUECIDO À MEDIDA QUE O RITMO FRENÉTICO DE CONSUMO DO TISSUE VAI SE ATENUANDO E OS PAPÉIS GRÁFICOS ENFRENTAM BAIXA NO CICLO”, DAVID FORTIN

aceleração desse processo, mas sabíamos que iria acontecer. Por outro lado, os consumidores estão cada vez mais preocupados com questões de higiene e isso beneficia o mercado diretamente”, ponderou o executivo sobre migrações de oportunidades nessa indústria, destacando também o mercado de embalagens, que tem potencial na substituição por outras matérias-primas.

Na visão de Cristiano Teixeira, CEO da Klabin, o *e-commerce* trouxe um impacto positivo para os negócios da empresa. “Estamos vendo essa situação do ponto de vista de mercado, obviamente, pelo lado da oportunidade. Milhões de pessoas, muitas delas pela primeira vez, realizaram suas compras pelo computador. Já com relação aos projetos, no máximo postergamos em um trimestre, e quanto aos investimentos sempre realizamos esse acompanhamento, com foco na região Sul do Brasil”, resumiu.

Walter Schalka, presidente da Suzano e eleito pela sexta vez consecutiva o CEO do ano na América Latina pela Fastmarkets

RISI (*Veja o box sobre o tema*), reforçou o momento vivenciado pelo setor, enfatizando que a indústria está preparada, especialmente para atender aos critérios em ESG – Governança Ambiental, Social e Corporativa. “A celulose vai voltar a crescer, mas se adaptando certamente ao novo normal. Além disso, estamos com um olhar voltado para o mercado de crédito de carbono como uma nova *commodity*”, disse. O executivo destacou ainda oportunidades na redução do mercado de plásticos por produtos mais sustentáveis em sua cadeia, como os papéis. “Também nos orgulhamos, devido à nossa estrutura, em ter atuado positivamente para suprimir os impactos da pandemia na sociedade”, completou.

Papéis para fins sanitários

A pandemia do novo coronavírus trouxe efeitos mais positivos que negativos para o segmento de papéis para fins sanitários, quando a higiene se tornou uma questão importante no combate e prevenção da doença. O aumento da demanda foi visivelmente percebido entre todos os consumidores desses papéis. “Mesmo sendo um tanto exagerado, o pânico fez com que as pessoas estocassem papel higiênico em casa, desnecessariamente, mas isso só demonstra o quão importante o papel é em suas vidas”, disse Esko Uutela, economista da área de Tissue da Fastmarkets RISI.

“Nas vendas de varejo de papel higiênico, conforme estudo feito na Alemanha, mensurou-se que o consumo foi três vezes

maior que o habitual. Por ser algo atípico, observaremos taxas normais naturalmente. Isso mostra que foi um efeito de curto prazo nesse lado”, pontuou Uutela que o impacto é positivo para o negócio de lenços de papel, mas negativo para o negócio Away From Home (AFH). “As exportações americanas de tissue subiram 37,4% em março deste ano, 28,1% em abril, 23,5% em maio e 15,4% em junho, mas o AFH começou a diminuir em abril (-14%) e continuou em maio (-19,0%) e junho (-13,1%). A tendência na Europa tem sido muito semelhante, enquanto na China a vida se normalizou, e o efeito da pandemia foi bastante curto”, comparou.

Nesse sentido, o economista da Fastmarkets RISI considerou 2020 um ano ruim, devido a muitos motivos: viagens e estadias em hotéis foram drasticamente reduzidas, mais pessoas estão trabalhando em home-office e, provavelmente, 10% a 20% dos restaurantes não reabrirão, devido a problemas de liquidez no pós-pandemia. Mas no longo prazo Uutela vê fatores positivos que sustentarão o consumo de tissue. “É provável que as pessoas continuem a se preocupar com questões de higiene, como lavar as mãos, o que requer secagem. Muitos banheiros em espaços públicos supostamente tiveram os secadores de ar para as mãos desligados, porque foram encontrados vestígios do vírus. Ou seja, isso é positivo para toalhas de papel, pelo menos na América do Norte, Europa e Japão”, comentou. Globalmente, a previsão, considerando-se fechamentos, novos projetos e aumento de capacidade, é de uma taxa de crescimento do consumo de 4,7% até 2022.

Sobre o desempenho do mercado, fora o ano atípico, como resultados em 2019, o consumo global de tissue ultrapassou 40,6 milhões de toneladas pela primeira vez. “A China, que é o maior produtor de tissue desde 2015, ultrapassou a Europa Ocidental em tamanho de mercado, enquanto o Extremo Oriente da Ásia e a Europa Oriental são agora maiores que o Japão. Por sua vez, a América Latina é o quarto maior consumidor e tem sido considerada uma região cada vez mais importante no mercado global de tissue”, contextualizou o economista, destacando que o ano passado foi bastante positivo para a China, o que impulsionou o crescimento do consumo global acima de 4,3%.

Na América Latina, um mercado total de 4,5 milhões de toneladas, sendo liderado pelo Brasil (31%), México (28%) e Argentina (8%), a perspectiva é de cresci-

mento. Uutela destaca a necessidade de aumento de capacidade, mesmo que não tão forte, pois as empresas, devido às medidas de proteção, não chegaram a funcionar em plena capacidade, considerando-se ainda o poder de compra do consumidor, que foi afetado negativamente. “Os próximos dois anos provavelmente serão influenciados por um crescimento mais lento – um efeito pós-covid, acompanhando a média de 4,2% ao ano, desde 2009 até o último ano. Para o período, os projetos já somam 198,000 t/a até 2021-2022. O único problema da América Latina é que os mercados são muito competitivos, com taxas de utilização de capacidade bastante baixas para a região como um todo”, completou.

O consumo total de tissue na Europa foi de quase 9,2 milhões de toneladas em 2019, dos quais cerca de três quartos foram na Europa Ocidental e um quarto na Europa Oriental. Vale destacar, contudo, que o crescimento na Europa Oriental aumentou e a região dobrou sua participação no consumo total de tissue na Europa. “O COVID-19 aumentou o consumo em 2020, mas veremos um crescimento relativamente lento nos próximos dois anos, com alguma variação anual, que não tem se correlacionado intimamente com o crescimento econômico recentemente”, afirmou.

Tal como previsto para as demais regiões, o mercado de AFH estará enfraquecido. Desde a recuperação lenta da recessão global em 2009, 2020 é, na verdade, um dos melhores anos para a Europa. “Não achamos que os efeitos serão muito grandes, mas, mesmo 2% de crescimento para a Europa Ocidental é um resultado muito bom. Atualmente, esse índice está em 1,8%”, disse.

O mercado chinês, por sua vez, esteve em um patamar elevado de consumo de tissue, com crescimento próximo aos 9%. Na perspectiva do economista Uutela, esse mercado não deverá ultrapassar os 5% ou 6%. “Especialmente agora que as tarifas dos EUA sobre o tissue chinês aumentaram 25%, esperava-se que o crescimento das exportações fosse diminuir. No entanto, o crescimento das exportações chinesas continuou a aumentar em 2019. As exportações para região diminuíram, mas os embarques para o Japão e outros países do Extremo Oriente asiático aumentaram mais do que substituindo o volume perdido dos EUA”, pontuou.

Ainda sobre esse mercado há um pico de investimento real com muita capacidade sendo construída, mas também uma onda de fechamentos na indústria. “A mu-

“GLOBALMENTE, A PREVISÃO PARA O MERCADO TISSUE, CONSIDERANDO-SE FECHAMENTOS, NOVOS PROJETOS E AUMENTO DE CAPACIDADE, É DE UMA TAXA DE CRESCIMENTO DO CONSUMO DE 4,7% ATÉ 2022”, ESKO UUTELA

dança estrutural em curso na indústria chinesa de tissue tem sido muito radical e rápida e deve continuar nos próximos dois anos. A nova capacidade substituirá as fábricas mais antigas e essas não terão chance de sobreviver. Isso ajudará a equilibrar a situação até certo ponto, porém, não resolverá totalmente o problema de excesso de capacidade”, disse Uutela.

O efeito no AFH descrito pelos economistas durante a conferência foi sentido diretamente pelos produtores brasileiros. Para João Carlos Rochel Soares, CEO da Ipel, o segmento de AFH e os demais papéis para consumo eram bem definidos, mas com a pandemia a empresa teve que adaptar a sua capacidade. “O investimento em tecnologias nos processos e conhecimento no mercado nos permitiu fazer isso e, pela nossa análise, permanecerá por mais alguns meses”, atestou.

Na avaliação de Luis Delfim, CEO da Softys, o mercado de papéis sanitários reagiu muito bem e muito rápido a essa crise. Além disso, a consciência dos consumidores sobre procedimentos de higiene refletiu diretamente nesse mercado, que passou a consumir mais produtos, demonstrando uma mudança nos hábitos de consumo. “Vemos uma grande oportunidade de aumento no consumo per capita e temos espaço para crescer”, disse Delfim, indicando que o segmento conseguiu perceber a sua essencialidade.

Quanto ao fornecimento dos equipamentos para o segmento, Marcos Scheil Gonçalves, gerente de Vendas da Voith/Toscotec, afirmou que a empresa foi fortalecida pelas decisões tomadas no último ano, citando a aquisição da italiana Toscotec, o que trouxe mais força para o negócio. “Alguns projetos foram postergados, mas serão retomados, tanto no Brasil, como na América do Sul. Além disso, o mercado está em crescimento e ainda mais agora com os demais produtos de higiene sendo consumidos, como na linha de papéis toalha e lenços”, garantiu.

Para Ricardo de Nobrega, da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o setor de tissue tem se esforçado para atuar diante de um cenário desafiador, e os recentes investimentos em processos efetivos permitiram atender ao mercado com sustentabilidade. Contudo, o alto custo das matérias-primas tem dificultado o acesso a uma parte da população. Para tal, a ABIHPEC tem buscado incentivar políticas em prol da redução dos custos de produção. “Hoje não há margem para qualquer aumento dos preços, e os produtores necessitam de alternativas para reduzir seus gastos e serem mais competitivos”, explicou.

Papelcartão e papelão ondulado

Ken Waghorne, vice-presidente global de Papéis para Embalagens da Fastmarkets RISI, examinando as tendências de demanda e oferta como resultado do COVID-19, avaliou como a mudança de comportamento do consumidor está afetando a demanda de cartão para embalagens no mundo inteiro. “Mes-

mo antes de a pandemia se agravar, no início deste ano, os mercados de embalagens acompanhavam uma desaceleração. Basicamente, o setor de manufatura em todo o mundo estava caminhando para uma recessão em 2019. Portanto, o choque com essa situação para o sistema não foi tão grande como para outros segmentos. Estamos em uma fase em que os produtores globais estão tentando adequar a oferta à demanda e há muita incerteza quanto ao rumo dos mercados”, explicou Waghorne.

Segundo o executivo da Fastmarkets RISI, além da incerteza econômica, existe a mudança nas políticas dos papéis recuperados. “Estamos no quarto ano após a decisão da China sobre a importação de papel recuperado e, finalmente, temos uma ideia clara de que sim, o país vai parar de importá-los em 2021. Portanto, haverá choques para esse segmento no próximo ano”, disse. “Por outro lado, nos últimos cinco anos, o comércio eletrônico tem contribuído para o crescimento da demanda de papelão ondulado em todo o mundo, aliada ao aumento da demanda e pela campanha da substituição do plástico por materiais renováveis”, contextualizou.

Com relação ao declínio comentado, Waghorne disse que se trata da primeira vez, desde 1970, que se registrou dois anos de queda na demanda global por embalagens de papel. A maior delas veio do mercado norte-americano em 2019. “Alguns setores da economia de consumo foram devastados pela interrupção de suas atividades, mas outros setores, como o das redes de supermercados, estão se saindo muito bem. Ao mesmo tempo, se olharmos para todas as partes do mundo, levaremos até 2022 para recuperarmos as perdas deste ano”, afirmou.

Em 2019, a demanda total de papelão ondulado foi de 171 milhões de toneladas. A Ásia respondeu por 82 milhões de toneladas, cerca de 48% do total. Waghorne disse que o que realmente importa destacar, é que a China, no ano passado, respondeu sozinha por 28% da demanda global desse tipo de papel. Ainda de acordo com ele, América do Norte e América Latina representaram apenas 26%, o que significa que os eventos que estão acontecendo na China têm uma influência muito forte sobre o momento atual.

“Com projeção de 1,3% de crescimento da demanda até 2022, devemos nos atentar a alguns pontos. Entre eles, a progressão da pandemia e como as várias economias reagirão. Mudanças no varejo, como o comércio eletrônico pode impulsionar essa demanda, os planos de expansão de capacidade em todas as regiões do mundo e as políticas na China, que continuarão a alterar os padrões de comércio global”, resumiu Waghorne. E acrescentou: “À medida que entramos na crise do COVID-19, achamos que o efeito do comércio eletrônico está se acelerando. O *e-commerce* usa cerca de sete vezes mais papelão ondulado por dólar de mercadoria do que o varejo tradicional. Na frente da demanda isso é positivo. Mas e quanto à oferta?”, questionou. De acordo com o executivo da Fast-

markets RISI, não se observa aumento nas exportações. “Há muita capacidade surgindo globalmente. Portanto, não acreditamos que os EUA possam exportar mais, uma vez que já existe um excesso de oferta no próprio mercado, além de sete projetos confirmados adicionando 2 milhões de toneladas entre 2019 a 2023”, alertou. Na Europa também se observa uma desaceleração da demanda desde 2019, e ao mesmo tempo uma aceleração da expansão da capacidade, o que é uma combinação muito ruim para os produtores. “Isso gera excesso de oferta. Grande parte do crescimento da capacidade ocorreu nos países emergentes, que era a região que importava uma quantidade enorme de produtos da Europa Ocidental. Portanto, o foco dos produtores europeus nos últimos dois anos tem sido exportar mais para o restante do mundo. Entretanto, ao olharmos para a demanda global por importações e as exportações de todas as diferentes regiões, não vemos realmente muito espaço para os produtores europeus exportarem”, analisou.

Isso ocorre, de acordo com Waghorne, em grande parte por conta de reflexos do mercado chinês. “O governo chinês vai proibir totalmente as importações de papel recuperado no próximo ano. Em 2014, a produção crescia cerca de 2 milhões de toneladas por ano. Os produtores estavam adicionando novas máquinas ou importando mais papel recuperado para sua produção. A partir de 2018, a produção reduziu drasticamente por conta dessas mudanças. Além disso, o governo chinês tem concentrado investimentos na mudança para economia de consumo. Tínhamos preços excepcionalmente altos para papelcartão e caixas de papelão ondulado na China. Portanto, vimos essa demanda cair um 1,5 milhão de toneladas por ano ou mais e alcançar 3 milhões de toneladas com o COVID-19. Veremos uma melhora nesse cenário à medida que entrarmos em 2021 e 2022. Parte disso vai alimentar a crescente demanda por importações que vão para a China”, comentou o vice-presidente global de papéis para embalagens na Fastmarkets RISI.

Mas de onde virão essas importações? Existe uma produção crescente em outras partes da Ásia, nas quais os produtores chineses estão investindo agora, especialmente no Sudeste Asiático, que em parte estão sendo alimentados pela migração da produção de bens de consumo da China. Nesse sentido, é

"COMO O BRASIL DEPENDE DE SUA PRODUÇÃO DE FIBRA DE BAIXO CUSTO PARA ABASTECER SUAS EMBALAGENS, AS IMPORTAÇÕES TENDEM A SER BAIXAS, E OS PREÇOS DOMÉSTICOS TENDEM A ACOMPANHAR OS CUSTOS POTENCIAIS PARA EXPORTAÇÃO",
RAFAEL BARISAUSKAS

previsto um ganho total de 700 mil toneladas de nova demanda até 2022, segundo Waghorne. Ele destacou que nos últimos dois anos o que se observou foi um expressivo aumento nas exportações de papelão para embalagens por fornecedores de regiões não tradicionais que se dirigiram principalmente ao mercado chinês.

“A maioria dos exportadores está em outras partes da Ásia, como Vietnã e Malásia. Inclusive, para os próximos dois anos, novos projetos são previstos, já que o crescimento da demanda chinesa não teve um impacto tremendo nas exportações das partes tradicionais do mundo como América do Norte, Brasil, Europa Ocidental, África do Sul e Oceania. Na verdade, as exportações líquidas da América do Norte diminuíram em 2019, portanto, vemos um crescimento muito limitado nas exportações. Isso ocorre porque o preço de exportação é menor do que o preço do mercado interno. Há muito pouco incentivo aos produtores para exportarem intensivamente para o restante do mundo. Vemos as exportações europeias aumentando com o tempo. Porém, quando tivermos esse aumento nas exportações do Vietnã e da Malásia para a China, achamos que isso vai cortar algumas das exportações do mercado europeu”, disse Waghorne.

Beth Lis, vice-presidente de para Papéis na Ásia para a Fastmarkets RISI, completou as colocações de Waghorne com observações relevantes. “Basicamente, vemos que a demanda asiática terá uma forte contração neste ano. Os papéis para embalagens resistirão um pouco melhor do que o papel gráfico, mas, ainda assim, a demanda geral cairá. Os mercados estarão superlotados, e as taxas de operação bastante fracas. Esperamos uma recuperação ao longo do segundo semestre, mas ainda assim será um pouco lenta. As dúvidas e preocupações permanecem principalmente por parte dos consumidores em termos da disseminação do vírus e seu controle. O nível de incerteza é alto e realmente precisamos aguardar uma verdadeira recuperação até que uma vacina possa ser fornecida para que as pessoas possam ter mais confiança em termos de retorno em termos de níveis de atividade”, indicou.

Já Rafael Barisaukas, economista da consultoria Fastmarkets RISI, especialista para a América Latina, destacou os principais riscos e oportunidades para a sua região de atuação. O

momento atual é de grande turbulência política em paralelo à crise econômica global. A América Latina é marcada por uma forte desigualdade econômica, com altos índices de informalidade de empregos, o que limita seu potencial de crescimento ao causar grande evasão fiscal. A pandemia do novo coronavírus também atingiu fortemente às atividades realizadas pelos países, agravando a situação.

Brasil e México dominam a demanda no mercado de cartão para embalagens, dividindo igualmente 66% dessa fatia. Já em papéis para caixas, o mercado é liderado pelo Brasil (39%) e México (37%), em uma configuração bastante similar. “Destaca-se o fato de o Brasil ser autossuficiente na produção de embalagens. Como o Brasil depende de sua produção de fibra de baixo custo para abastecer suas embalagens, as importações tendem a ser baixas, e os preços domésticos tendem a acompanhar os custos potenciais para exportação”, demonstrou Barisauskas.

O mercado mexicano está diretamente vinculado ao dos Estados Unidos, que depende de importações de fibras recuperadas (OCC) para abastecer sua produção. “O México pode gerar uma quantidade confortável de OCC, devido à falta de oferta de fibra virgem do país. Tanto papelcartão quanto a produção de papéis para caixas são baseados principalmente em papel reciclado. Os custos logísticos e a preferência do usuário final desenharam o fluxo de distribuição no país. Exportadores de frutas e vegetais também importam sobras dos Estados Unidos para convertê-los em caixas adequadas para este produto”, comentou

Barisauskas sobre as peculiaridades desses dois principais produtores. Ele acrescentou que Chile e a Argentina também têm uma produção importante de embalagens, embora ambos ainda dependam de algumas importações para suprir completamente sua demanda.

A projeção para a demanda por papelão deverá diminuir este ano. “Esperamos uma queda em torno de 6% a 6,5% para a região. Para o mercado de papelcartão, esperamos um cenário mais otimista, mas a demanda só deve voltar aos níveis pré-pandemia depois de 2021. Especificamente sobre o Brasil, o mercado doméstico para papéis e embalagens foi duramente atingido pela crise econômica”, indicou. “Quando você olha para a situação atual de renda das pessoas no País, vemos um cenário muito ruim. As taxas de desemprego são lamentáveis e mesmo as expectativas de aumento de vendas no *e-commerce* não propiciaram grande aumento no consumo doméstico para compensar a perda de demanda oriunda da indústria. Parte importante das vendas de embalagens comercializadas no mercado interno seguiu para o mercado externo, uma vez que alguns compradores nacionais relevantes são grandes exportadores de carne bovina, aves, suínos e até alimentos. Os números da associação local apenas reforçam essa percepção de que as vendas internas estão fracas, mas o volume expedido e os embarques da produção estão sendo impulsionados principalmente por segmentos essenciais e exportações”, afirmou Barisauskas.

CEO do Ano

Walter Schalka, presidente da Suzano, é eleito CEO do ano na América Latina pela Fastmarkets RISI

O presidente da Suzano, Walter Schalka, foi eleito o CEO do ano da América Latina no setor de papel e celulose em 2020. Essa é a sexta vez consecutiva que Schalka recebe o reconhecimento dado pela Fastmarkets RISI. A eleição é realizada junto a um grupo de avaliadores composto por juízes independentes, analistas e especialistas do setor. A liderança e a transparência de Schalka foram citados por especialistas como algumas das razões para a indicação em um período tão desafiador.

“A Suzano vem se transformando há muitos anos e acredito que os analistas percebem que toda a empresa está focada em melhorar a estrutura de custos, desenvolver novas aplicações para a celulose de fibra curta e expandir o mercado de bens de consumo. Por outro lado, lançamos recentemente objetivos ambiciosos de ESG. Essas são apenas algumas das mudanças mais recentes realizadas em meio a esse processo de transformação permanente”, afirma Walter Schalka.

Fonte: Suzano e Fastmarkets RISI



SERGIO ZACCHI

Existe, contudo, a perspectiva positiva para as exportações, o que deve impulsionar os ganhos de capacidade nos próximos dois anos e a entrada de dois novos projetos em 2021. “No futuro”, diz Barisauskas, “as perspectivas para o mercado mexicano são semelhantes às do Brasil, com recuperação da demanda.” Ele acrescentou ainda que a demanda do setor industrial no México deve seguir a tendência de recuperação da economia americana. “O México é um importante fornecedor de produtos manufaturados para os Estados Unidos. Já para o restante da América Central e do Caribe essa deverá ser impulsionada pelo setor de alimentos”, disse.

No painel com produtores do segmento, embora o cenário apresente-se bastante complicado, visto como um consenso pelos participantes, há um grande espaço para o desenvolvimento de inovações que recolocarão os negócios na melhor direção. Para Luciana Pellegrino, diretora executiva da Associação Brasileira de Embalagem (ABRE), o posicionamento da indústria foi excelente. “Rapidamente as fábricas conseguiram administrar todo o seu quadro de colaboradores, atendendo aos padrões exigidos e garantindo a segurança de todos, e ainda assim continuaram produzindo para atender ao mercado e mais”, destacou Pellegrino, comentando também que foi um momento de investimento na qualidade da embalagem e em todo o seu aspecto, uma vez que a preocupação por embalagens seguras passou a ser ainda mais valorizada nesse momento.

O CEO da Ibema, Nilton Saraiva, concordou. “O aumento do *e-commerce* demonstrou essa mudança nos hábitos da população, como o consumo de alimentos por *delivery*. Todos esses demandando por embalagens mais atrativas e sustentáveis. A preocupação geral com a saúde, refletiu na maior conscientização da população sobre os impactos gerados pelo consumo de materiais provenientes de fontes não renováveis”, comentou o executivo sobre o cenário de oportunidades para o mercado de embalagens de papel. Já com relação à demanda, Saraiva considerou que o momento é desafiador para quem está atuando com fibras pós-consumo, sendo um mercado bastante vulnerável e dependente da alta oscilação de sua disponibilidade e preços praticados.

Miguel Rincon, diretor da Bio Pappel, acrescentou: “A preocupação com a higiene veio para ficar e, no longo prazo, a sociedade passará a ter maior consciência. Nesse caminho, contamos com inúmeras vantagens a partir do papel, para contribuir para a economia circular, com produtos inovadores, a partir de recursos renováveis”, pontuou.

Papéis gráficos

Os papéis para imprimir e escrever têm sido um dos segmentos mais atingidos em todo o mundo em praticamente todas as regiões, com as maiores quedas de demanda de todos os tempos, em termos de porcentagem e tonelagem, alimentados por

recessões e paralisações acentuadas. Mas há mais do que apenas o declínio da demanda a partir de 2022. “O mercado ainda não se ajustou e existe grande excesso de oferta para alguns tipos de papéis. Ou seja, apenas com alguns meses de crise, já podemos dizer com certeza que 2020 será um grande ponto de inflexão para o mercado global, com consequências tão profundas quanto 2009”, disse Mark Wahlburg, diretor de Papéis Gráficos da Fastmarkets RISI na América do Norte.

“Os papéis *uncoated free* tiveram novos níveis de declínio de demanda devido ao fechamento de escolas e escritórios. Na América Latina, os produtores da região terão cada vez mais que olhar para os mercados de exportação que, por sua vez, estarão cada vez mais competitivos ou enfrentarão severos fechamentos de excesso de oferta”, alertou. Além disso, outro impacto desse setor serão as conversões que lotarão os mercados de embalagens.

“Estimamos que a demanda global de *uncoated woodfree* cairá 13 milhões de toneladas em 2020, o que é maior do que a perda ocorrida em 2009. Se antes o mercado era de 83 milhões de toneladas em 2019, agora representa cerca de 80% de seu tamanho em relação a 2009. Esse é também o terceiro ano consecutivo de declínios acelerados, com a demanda global saindo de um ritmo bastante estável de declínios anuais de cerca de 1% a 2% para um declínio mais severo desde 2018”, disse Wahlburg, justificando essa fase pelo fato de que os preços do papel estavam atingindo o pico de seu ciclo, agravado pelas tendências digitais.

Conforme dados apresentados, haverá uma queda global de 5,9% na demanda de papéis para imprimir e escrever, com a saída de 11,4 milhões de toneladas do mercado. A América Latina sofrerá as maiores quedas do mundo em 2020, com a demanda por impressão e escrita despencando mais de 24%, sem previsão de recuperação em 2021. Wahlburg inclusive justificou o pessimismo com a América Latina. “Por que não se espera que a demanda de papel da América Latina se recupere em 2020? Não vemos uma recuperação econômica robusta na região. Os países latino-americanos simplesmente não conseguiram o mesmo tipo de estímulo fiscal que apoia as economias dos países desenvolvidos.”

Na América do Norte, a queda ultrapassa os 23%, mas é esperada uma recuperação em torno de 3,3% no próximo ano. Na Ásia, a previsão de queda é de 8,7%, com crescimento positivo de 4,3%. A Europa sofrerá uma perda de demanda de 17% em 2020. “Não estamos otimistas de que a desaceleração do crescimento econômico do bloco será suficiente para impulsionar a recuperação em 2021 e esse período de quedas deve continuar com uma nova perda de 2,6% no próximo ano”, exemplificou. Especificamente para papéis *uncoated woodfree* o balanço da oferta e demanda apontam para um declínio na demanda de 4,3 milhões de toneladas entre 2020 e 2021. ■