



Davoli: "O Brasil é a operação mais rentável da companhia, sendo a região mais competitiva e com lucros importantes, além de ter a maior relevância no setor em comparação aos outros países da América Latina"

SYLVAMO APRESENTA-SE COMO NOVO NOME DA INTERNATIONAL PAPER BRASIL

Em 1.º de outubro, a International Paper Brasil passou a se chamar **Sylvamo**. A mudança do nome reflete uma nova etapa da companhia: com a conclusão da separação global dos negócios de papéis para embalagem, passa a dar enfoque exclusivo à fabricação de papéis de imprimir e escrever.

Como uma empresa autônoma deste segmento, a Sylvamo terá maior flexibilidade estratégica, liderança e equipes fortes, modernas fábricas de papel em regiões competitivas do Brasil, Estados Unidos e Europa, e marcas icônicas como Chamex, Chamequinho e Chambril, que contribuem para criar valor de longo prazo para os clientes e acionistas.

A empresa, cuja sede global situa-se em Memphis, Tennessee, nos Estados Unidos, emprega mais de 7 mil profissionais e possui sete fábricas (seis delas totalmente integradas) que produzem 2,8 milhões de toneladas de papel não revestido e 580 mil toneladas de celulose de mercado. As unidades fabris são responsáveis pelo atendimento de mais de 600 clientes em todo o mundo.

No Brasil, a Sylvamo emprega cerca de 3 mil profissionais. São três unidades industriais, localizadas em Mogi Guaçu-SP, Luiz Antônio-SP e Três Lagoas-MS, que produzem mais de 1 milhão de toneladas de papel não revestido por ano, além de mais de 100 mil hectares de florestas de eucalipto e vegetação nativa em São Paulo – que fornecem uma fonte sustentável de fibra de madeira de alta qualidade.

Com a reformulação da identidade institucional, a Sylvamo também almeja fortalecer a já consistente estratégia ESG. “O futuro do papel merece uma empresa comprometida com o sucesso de todo o ecossistema: das florestas que amamos e comunidades em que vivemos àqueles que confiam em nosso papel”, afirma **Rodrigo Davoli**, presidente da Sylvamo Brasil e vice-presidente sênior para América Latina da companhia.

Na entrevista a seguir, o executivo fala sobre os trâmites que antecederam a transição da marca, revela como os pilares estratégicos pautam a atuação da companhia e faz uma análise sobre o segmento de imprimir e escrever e o posicionamento da Sylvamo diante de tal contexto.

POR CAROLINE MARTIN
Especial para *O Papel*

O Papel – Quais fatores motivaram a separação dos negócios de papéis para imprimir e escrever e embalagens?

Rodrigo Davoli, presidente da Sylvamo Brasil e vice-presidente sênior para América Latina – A companhia começou a observar que a independência do negócio de papel para imprimir e escrever daria maior relevância e autonomia para decisões estratégicas e de investimentos, acelerando o crescimento

desse segmento. Como uma companhia autônoma, que tem como base a estratégia de negócio estruturada em três frentes principais: excelência comercial, excelência operacional e disciplina financeira para alavancar o crescimento com responsabilidade, agilidade e baixo custo, a Sylvamo terá maior foco para atender seus clientes, flexibilidade, uma liderança e equipes fortes, as melhores fábricas de papel nas regiões competitivas

do Brasil, Estados Unidos e Europa, e marcas icônicas como Chamex, Chamequinho e Chambril, que contribuem para criar valor de longo prazo.

O Papel – Como foi o processo que resultou na nova identidade institucional? De que forma a nova marca representa esse ciclo atual da empresa?

Davoli – Para realizar tal mudança, analisamos o principal foco da com-

panhia e o que traduziria a nossa visão a longo prazo, aliada com nossas práticas. A nova identidade renova e fortalece o compromisso ESG com todo o ecossistema, desde as florestas que amamos às comunidades em que vivemos. O novo nome fala sobre a conexão da empresa com as árvores: Sylvamo combina as palavras latinas para floresta, “silva”, e amor, “amo”, que tem como significado único o “amor pelas florestas”. Acreditamos que o compromisso do papel é educar, comunicar e entreter. O papel nos conecta e possui um vínculo duradouro com os recursos naturais renováveis. Nosso propósito é produzir o papel que as pessoas precisam de maneira responsável e sustentável.

O Papel – Na prática, quais pilares estratégicos baseiam a atuação atual e de que forma tais pilares contribuirão com a atuação almejada para os próximos anos no segmento de imprimir e escrever?

Davoli – Como comentei, nossa estratégia está pautada em três principais pilares: excelência comercial, excelência operacional e disciplina financeira. Começaremos com foco na excelência comercial para continuar sendo o fornecedor preferido dos nossos clientes. Continuaremos a ser uma empresa responsável e ágil e seremos o investimento preferido, sempre honrando nossa tese de investimento atraente. Nossas unidades já são tecnicamente avançadas e a Sylvamo opera os dois ativos mais recentemente construídos para imprimir e escrever na América Latina: Luiz Antônio-SP e Três Lagoas-MS, no Brasil. Nossa história de alocação de capital para projetos de alto retorno demonstra nossa disciplina financeira e capacidade de identificar projetos que criam valor.

O Papel – Quais características definem o mercado brasileiro atualmente? É um cenário similar ao de outros países da América Latina?

Davoli – O Brasil é a operação mais rentável da companhia, sendo a região mais competitiva e com lucros importantes, além de ter a maior relevância no setor em comparação aos outros países da América Latina. Um dos motivos do destaque deve-se ao fato de o Brasil ser um país de dimensões continentais, que reflete as oportunidades que proporciona para as empresas que investem no País. Com relação ao mercado de papel, a América Latina, em geral, apresenta possibilidades de aumento de consumo em alguns setores da economia.

O Papel – Quais são as perspectivas para o segmento no curto, médio e longo prazos nas regiões onde a Sylvamo atua?

Davoli – Houve retomada este ano, mas, como previsto, ainda não o suficiente para cobrir o recuo do ano passado. Apesar disso, estamos otimistas com o cenário que temos pela frente, impulsionado pela volta gradual das atividades presenciais em 2022. Não podemos deixar de mencionar que o papel é uma das principais ferramentas de educação do mundo. Embora haja um avanço importante das tecnologias para educação nos grandes centros, o papel sempre será um aliado da educação e ainda é a principal plataforma de leitura e escrita do mundo.

O Papel – De que forma a expertise da empresa e seus diferenciais competitivos elevam a competência da Sylvamo e ajudam a superar os desafios existentes e previstos?

Davoli – Temos mais de 120 anos de história no mundo e 60 anos de Brasil. Nesse período apresentamos

uma resiliência impecável, sempre geramos caixa e nossos investidores ficam impressionados com essa performance. Temos fortalezas como: nossas marcas, nossas fábricas, nossas florestas, a grande experiência dos nossos profissionais e nossa base de clientes. Somos a única empresa global de papel com condições de produzir e servir praticamente todos os mercados.

O Papel – Estendendo o enfoque à estratégia ESG, quais são as principais frentes de trabalho neste âmbito e qual é o planejamento para os próximos anos?

Davoli – Nossos objetivos para a próxima década contemplam três metas macro: florestas sustentáveis, pessoas e comunidades prósperas e operações responsáveis. Para atingir a primeira meta, nosso foco é garantir ecossistemas florestais saudáveis e produtivos por meio da conservação e recuperação de florestas nativas de alto valor ecológico e matéria-prima a partir de fibras sustentáveis, conservando florestas, nascentes e biodiversidade. Já para alcançar a segunda, é necessário proteger e melhorar a vida de nossos profissionais e apoiar nossas comunidades com ambiente de trabalho livre de acidentes, melhora na educação em nossas comunidades e maior representação de mulheres em todas as posições, com destaque para a liderança. Para alcançar a terceira meta, iremos melhorar nosso impacto no clima e a gestão responsável e compartilhada dos recursos naturais com redução das emissões gases de efeito estufa (GEE), considerando os escopos 1, 2 e 3, além da definição do caminho para emissões líquidas zero e redução no uso da água, implementando processos de melhoria para gerenciamento de água, de acordo com o contexto de cada fábrica. ■