



Suzano Day 2022 aborda agenda estratégica dos diferentes segmentos de atuação da companhia

Corpo diretivo faz análise sobre cenário atual e aponta tendências que justificam planejamento de curto, médio e longo prazos

POR CAROLINE MARTIN
Especial para *O Papel*

No final de março, a Suzano promoveu o Suzano Day 2022, evento que anualmente reúne analistas e investidores do mercado financeiro para apresentar as próximas estratégias comerciais da companhia. Prestes a se tornar uma empresa centenária (em 2024), a Suzano fortalece a sua atuação não só valorizando as conquistas da trajetória como se dedicando ao fortalecimento da competitividade futura. “Precisamos ser uma empresa que se baseia no passado, que celebra o seu legado e sucesso atual sem deixar de atrelar isso a uma busca contínua por melhorias e transformação”, destacou Walter Schalka, presidente da companhia.

Ele reforçou que a estratégia da Suzano se divide em cinco avenidas de crescimento. “A primeira delas está fortemente relacionada ao nosso propósito, que se traduz pelo objetivo de desempenhar o papel de líder em sustentabilidade. Esse

aspecto guia nossas práticas atuais e nos prepara para aquelas que vão definir o futuro da empresa”, adiantou sobre o tema melhor detalhado por Cristina Gil, diretora executiva de Sustentabilidade. “A Suzano embutiu a sustentabilidade em seu processo de tomada de decisão. Temos várias abordagens que demonstram isso e nos fazem acreditar que entregaremos uma transformação muito importante nos próximos anos”, afirmou ela.

Ainda de acordo com Cristina, a base de todo o trabalho que envolve o tema sustentabilidade dentro da Suzano é a governança. Ela creditou os marcos relevantes já alcançados aos líderes da empresa, que têm, pelo menos, uma meta de sustentabilidade em paralelo às especificamente atreladas às suas frentes de negócio. O Relatório de Sustentabilidade 2021, que compila os principais resultados financeiros, sociais, ambientais e de governança, será publicado no próximo mês.

Christian Orglmeister, diretor exe-

cutivo de Estratégia, Gente, Comunicação, TI e Digital da Suzano, falou sobre os progressos mais recentes da agenda de bionegócios da empresa, destacando a parceria com a Spinnova. “Em 2017, a Suzano concretizou um investimento de 5 milhões de euros na *startup* finlandesa Spinnova. Foi o início da nossa missão para levar a fibra à base de madeira à indústria têxtil. Essa *startup* agora é uma realidade, com uma capitalização de mercado maior do que 15 milhões de euros, em ritmo crescente.”

A Woodspin, planta que representa a *joint venture* entre Suzano e Spinnova, está em processo avançado quanto a suas instalações e tem início de produção previsto para o final deste ano, conforme atualizou Orglmeister. “Vamos produzir uma fibra única, altamente desejada por algumas das principais marcas do setor de vestimenta. Todos já nos contrataram, demonstrando interesse em usá-la, não apenas pelas características técnicas que

apresenta, mas pela importância desse material para enfrentar um dos maiores desafios quanto à sustentabilidade do setor têxtil”, ressaltou.

Outra rota importante à agenda estratégica da Suzano está relacionada ao carbono. “Defendemos o mercado regulado de carbono, globalmente e no Brasil. Temos avançado nesta frente, identificando projetos em potencial por meio dos quais poderemos ter créditos de carbono certificados. No último ano, após processos rigorosos, identificamos mais de 30 milhões de toneladas de carbono em projetos em potencial. Isso precisa passar por um processo muito robusto até se tornar crédito de carbono, mas já temos 7,5 milhões de toneladas de crédito de carbono para serem comercializados no mercado dentro de um prazo bem curto”, disse Orglmeister sobre mais uma fonte de crescimento para a Suzano num futuro próximo.

As novas regulamentações acerca do plástico – México, Inglaterra e Índia estão entre os países que aprovaram, recentemente, a legislação que bane o plástico de uso único – trazem perspectivas otimistas sobre o futuro do papel. Fabio Almeida, diretor executivo de Papel e Embalagens da Suzano, revelou que essa unidade de negócio da companhia vem se dedicando ao portfólio atual e futuro, a partir de novos desenvolvimentos destinados a contribuir com a jornada rumo a um mundo mais sustentável. “Em 2018, lançamos o Bluecup, linha de papelcartão para copos descartáveis. Em 2019, desenvolvemos o canudo de papel, também já usado nas redes de *fast food*, substituindo canudos de plástico. Em 2020, mais produtos foram lançados, como a Greenbag, bolsa de papel que substitui sacolas de plástico”, exemplificou, citando produtos que fortalecem a bioeconomia.

Em 2022, a Suzano almeja chegar a 60 toneladas de venda desses produtos, meta que reflete um crescimento exponencial e que tende a registrar novos incrementos mais adiante. “Queremos aumentar o leque de produtos, incluindo os segmentos tissue e de imprimir e escrever, além de reduzir o consumo de plástico na Suzano como um todo”, informou Almeida.

O posicionamento da Suzano no segmento tissue foi detalhado por Luís Bueno, diretor executivo de Bens de Consumo. “Temos avançado muito na cadeia de valor, sempre com essa vantagem competitiva em voga. E, ao pensar no mercado brasileiro, vemos que ainda há margem de crescimento do consumo per capita de papéis para fins sanitários. Outra fonte de crescimento está relacionada às categorias que vão além do papel higiênico, a exemplo do papel toalha, guardanapo e lenços”, contextualizou, pontuando os diferentes potenciais de crescimento.

Bueno ainda lembrou que a Suzano ingressou no segmento tissue em 2018, priorizando as regiões Norte e Nordeste do País, onde chegou à liderança de mercado, com 66% da fatia de mercado no Norte e 28% da fatia de mercado no Nordeste. “Passamos então para as regiões Centro-Oeste e Sudeste. Em 2021, chegamos a 11,2% de fatia de mercado nacional e ficamos em terceiro entre todos os *players* do segmento tissue brasileiro”, informou o executivo, creditando a expansão aos trabalhos relacionados à distribuição, construção da marca Mimo e capacidade produtiva.

Direcionando o olhar aos próximos passos da Suzano no segmento tissue, Bueno ressaltou a tendência de consolidação em curso no Brasil, que deve seguir marcando os próximos anos, e a tendência de premiunização, com a troca crescente de papéis de folha simples para folha dupla e tripla. “Diante deste cenário, a Suzano tem opções que oferecem grandes oportunidades. Podemos aumentar a nossa produção organicamente por meio de novos projetos ou por meio de aquisições de produtores regionais.”

Dando enfoque ao segmento de celulose de fibra curta, Leonardo Grimaldi, diretor executivo de Comercial Celulose e Gente e Gestão da Suzano, informou que a demanda de fibra curta será sustentada pelo aumento da demanda de papel, esperado em diferentes segmentos, com destaque a tissue e embalagem. A expectativa da companhia, contudo, é que a demanda por BHKP vá além do impulsionamento advindo dos segmentos de papel, resultando em um aumento de pelo menos 6,7 milhões de toneladas

até 2026. “Temos uma tendência de fibra para fibra se fortalecendo, mas também de fóssil para fibra. Ambas trazem grandes possibilidades e oportunidades”, justificou o executivo.

Também abordando o contexto de celulose de fibra curta, Aires Galhardo, diretor executivo de Celulose Industrial, Engenharia e Energia da Suzano, compartilhou o status do Projeto Cerrado, em andamento em Ribas do Rio Pardo-MS. “O projeto está dentro do prazo e do orçamento. A terraplanagem está 95% concluída e os trabalhos subterrâneos atingiram 65% de conclusão. Estamos avançando em ritmo acelerado e isso dará condições excelentes de trabalho para as próximas fases de construção. Atualmente, há 2,5 mil trabalhadores no local. O nosso progresso físico está em 8% e deveremos chegar em dezembro deste ano a 43%, mantendo a previsão de startup para a segunda metade de 2024”, descreveu sobre o andamento do projeto.

Ser *best-in-class* na visão de custo total de celulose continua sendo uma premissa para a Suzano. Marcelo Bacci, diretor executivo de Finanças e Relações com Investidores da empresa, informou que o efeito inflacionário do momento vem afetando o desembolso operacional total, conceito adotado para mensurar a competitividade. As medições internas de competitividade, contudo, apontam que as frentes de trabalho adotadas pela companhia estão sendo efetivas, chegando a compensar 3/4 do efeito inflacionário.

“Olhando para a frente, a nossa meta é trazer o desembolso operacional total de volta ao patamar de R\$ 1.500/ton, em 2027. Isso será feito a partir de grandes iniciativas: ganhos adicionais de performance e operacionais, retorno sobre investimento na planta de Jacareí-SP, e incorporação do Projeto Cerrado”, adiantou Bacci. “O Cerrado terá potencial para reduzir ainda mais esse número, considerando que a planta ainda não terá atingido uma produção estável nesse prazo. De qualquer forma, essa trajetória permitirá à Suzano aumentar a geração de receita líquida, quando compararmos 2027 a 2021, em R\$ 2,7 bilhões, reduzindo o Capex e os custos, de acordo com a curva projetada”, completou. ■