

SUZANO CELEBRA CENTENÁRIO E PROSPECTA NOVO CICLO DE CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

Frentes estratégicas pautadas
por inovabilidade contemplam
ganhos nos âmbitos econômico,
ambiental e social

POR CAROLINE MARTIN
Especial para *O Papel*



Ao atingir o marco centenário de sua história em 2024, a Suzano celebra todas as conquistas reunidas até aqui. Mais do que comemorar o aniversário de 100 anos e o posicionamento de destaque global que tem hoje, a companhia reforça o comprometimento em continuar elevando a sua competitividade para promover mais um ciclo de crescimento. “Nossos pilares estratégicos nos permitem sonhar alto, realizarmos mais e sermos melhores para o nosso negócio e para o mundo. Somos uma empresa que trabalha com a meta de ser referência global em soluções inovadoras e sustentáveis, sempre de maneira competitiva”, traduz David Feffer, presidente do Conselho de Administração da Suzano.

Na avaliação do executivo, o privilégio de uma empresa chegar a dez décadas de atuação advém de muito esforço conjunto e de um modelo de gestão que enxerga companhias como entidades vivas, que precisam estar dispostas a se transformar constantemente para atender e até mesmo para se antecipar às mudanças da sociedade. “Essa trajetória é um sonho que foi muito além do papel e que não termina quando completamos o nosso primeiro centenário, muito pelo contrário, nos permite acreditar que podemos fazer ainda mais não só na nossa companhia, mas para além das nossas fronteiras, certos de que só é bom para nós se for bom para o mundo.”

A árvore plantada desponta como principal matéria-prima da organização e como fonte de inspiração para os próximos capítulos da história. “O eucalipto que cultivamos gera produtos e serviços que atendem às necessidades dos clientes e da sociedade, desde papéis para imprimir e escrever até embalagens, lenços, fraldas, tecidos e biocombustíveis. Nosso propósito é ainda maior: queremos renovar a vida a partir da árvore, gerando impactos positivos para as pessoas e para o planeta. Por isso, temos valores que nos permitem sermos melhores a cada dia, como excelência, integridade, respeito e colaboração”, detalha Feffer.

Segundo o presidente do Conselho, sair do século XXI melhor do que entrou é o desejo que direciona os passos seguintes da jornada. “Nas próximas décadas, vejo a Suzano dentro de um ciclo de crescimento sustentado e sustentável, com protagonismo global e transformação social, mostrando que é possível impulsionar a bioeconomia por meio do eucalipto que cultiva e transforma com excelência, inovação e sustentabilidade. Para alcançar esses objetivos, seguiremos investindo em pesquisa e desenvolvimento, criando produtos à base do eucalipto, que possam substituir materiais não renováveis ou altamente poluentes, como plásticos, tecidos sintéticos e combustíveis fósseis.”

A atuação de hoje, que definirá os desdobramentos futuros da Suzano, também inclui o apoio a projetos sociais e ambientais nas comunidades em que a companhia atua, promovendo educação, saúde, geração de renda, conservação da biodiversidade e restauração de áreas degradadas. “Além disso, buscamos ampliar a diversidade, a equidade e a inclusão dentro da empresa e em



DIVULGAÇÃO SUZANO

“Nossos pilares estratégicos nos permitem sonhar alto, realizarmos mais e sermos melhores para o nosso negócio e para o mundo. Somos uma empresa que trabalha com a meta de ser referência global em soluções inovadoras e sustentáveis, sempre de maneira competitiva”, traduz Feffer

toda a nossa cadeia de valor, ressaltando as diferenças e as potencialidades de cada colaborador, fornecedor e cliente. E como acreditamos que a palavra de ordem do futuro para a solução de problemas complexos é *colaboração*, continuaremos participando de iniciativas globais para combater as mudanças climáticas, reduzindo as emissões de gases de efeito estufa, aumentando o sequestro de carbono em nossas áreas de plantação e conservação e apoiando a transição para uma economia de baixo carbono”, afirma o presidente do Conselho de Administração da Suzano.

O propósito bem definido de aliar uma atuação amplamente competitiva a contribuições diversas à sociedade acompanha a Suzano em toda a sua trajetória, conforme contextualiza Walter Schalka, presidente da companhia. “O DNA da Suzano é composto de dois elementos fundamentais: inovação e sustentabilidade. Ao longo do tempo, a empresa foi se transformando, desafiando o *status quo* e mudando as condições de mercado, sempre baseada na mentalidade de empreendedorismo. Isso estende-se até os dias de hoje. Costumamos falar que somos uma *startup* de 100 anos. Já a sustentabilidade é uma questão intrínseca ao nosso negócio, a começar pelo conjunto expressivo de comunidades próximas às nossas operações e que representa uma parte social muito relevante para a companhia. Ainda falando sobre sustentabilidade, é importante lembrar que, a partir da árvore plantada, exercemos outro grande impacto à sociedade: nossos



**Confira aqui em revistaopapeldigital.org.br
Suzano 100 anos**

DIVULGAÇÃO SUZANO



Schalka: “A combinação do E, de *Environmental*, e do S, de *Social*, marcou a história da companhia e originou o conceito que chamamos de inovabilidade”

produtos alcançam mais de 2 bilhões de pessoas por mês e podem ter essa relevância ampliada, se considerarmos o potencial de substituição de produtos de origem fóssil. Portanto, a combinação do E, de *Environmental*, e do S, de *Social*, marcou a história da companhia em to-

dos esses anos e originou o conceito que chamamos de inovabilidade.”

A política de reinvestir 90% da geração operacional de caixa no próprio negócio destaca-se como mais um fator contribuinte da competitividade atual e futura da Suzano. “A família Feffer vem

investindo nesse negócio há dez décadas e já passou por todas as situações imagináveis: governos de diversos espectros ideológicos, guerras, crises econômicas, sempre com a perspectiva de reinvestimento para o futuro”, destaca Schalka. Ele informa que nos últimos quatro anos mais de R\$ 51 bilhões foram investidos pela companhia, um dos maiores investimentos privados do Brasil no período. “Além da disciplina financeira que temos, acreditamos na disciplina de alocação de capital, que nos leva a crescer gradativamente, criando e compartilhando valor com todos os *stakeholders*. A nossa filosofia dedica-se a entender profundamente qual é a geração de valor de determinado projeto. Sabemos que assim vamos criar mais valor, distribuí-lo da forma apropriada, gerar crescimento e novas oportunidades. Esse círculo virtuoso é o que vem, ao longo do tempo, transformando a companhia”, pontua.

Entre o aporte de recursos feito em 2023 estão R\$ 18,5 bilhões direcionados a frentes estratégicas diversas: ao andamento do Projeto Cerrado, construção da maior fábrica de celulose em linha única do mundo, situada em



DIVULGAÇÃO SUZANO

Entre o aporte de recursos feito em 2023 estão R\$ 18,5 bilhões direcionados a frentes estratégicas diversas, incluindo o andamento do Projeto Cerrado, construção da maior fábrica de celulose em linha única do mundo, situada em Ribas do Rio Pardo-MS



Silveira aponta que, com o início do Projeto Cerrado, mais de 50% da produção de celulose da Suzano virão de fábricas com menos de dez anos

Ribas do Rio Pardo-MS; ao plantio de 1,2 milhão de árvores por dia; à aquisição dos ativos de tissue da Kimberly-Clark no Brasil; à atualização tecnológica das unidades fabris de Jacareí-SP e Aracruz-ES, e a incrementos logísticos nos portos de Itaqui-MA e Santos-SP. “Buscamos sempre estar no estado da arte da tecnologia e da competitividade. Ao nos prepararmos para o futuro, a nossa maior blindagem é a competitividade diferenciada e quase irreplicável por outros *players* globais. Quando se consegue atingir esse diferencial, nos mantemos preparados para enfrentar os desafios de mercado, incluindo o contexto de volatilidade de preços de celulose e eventuais períodos de menor geração de caixa”, ressalta Schalka.

Paulo Silveira, diretor Industrial Regional Sul da Suzano, concorda que nenhuma empresa chega aos 100 anos sem estar tecnologicamente atualizada. “Mais do que atualizada, a Suzano aplica o estado da arte da tecnologia em seu negócio”, resume. Junto ao pilar tecnológico, encontram-se outros dois pilares indispensáveis: inovação e pessoas. “Considerando que temos um quadro de mais de 20 mil colaboradores(as) próprios(as) – e de 40 mil, se somarmos os terceirizados –, sabemos o quanto é importante aproveitarmos todo o potencial das contribuições

individuais. Isso é visto no nosso dia a dia operacional, em um ambiente favorável para que as pessoas e sintam-se à vontade para trazer inovações, ousar e criar soluções, independentemente de posições hierárquicas”, completa.

Dando enfoque ao viés tecnológico, Silveira aponta que, com o início do Projeto Cerrado, mais de 50% da produção de celulose da Suzano virão de fábricas com menos de dez anos. “A produtividade desses parques industriais é uma grande vantagem competitiva”, sublinha. As unidades fabris mais longevas

vêm, ao longo dos anos, passando por incrementos tecnológicos que resultam em uma idade tecnológica compatível a dez anos, conforme explica o diretor: “O site de Jacareí recebeu, em 2023, um investimento de mais de R\$ 600 milhões destinado a melhorias de produtividade e eficiência ambiental”.

Compromissos para Renovar a Vida consolidam papel de contribuinte da sociedade

Pautada por um modelo de negócio regenerativo, a Suzano atua com o olhar direcionado ao futuro. “Nosso negócio é interdependente do capital natural, então, temos em mente que a renovabilidade dos ciclos naturais é essencial para a perenidade da empresa. Seja pelo processo de melhoria contínua ou pelos novos negócios, estamos sempre nos preparando para o futuro. Neste contexto, a sustentabilidade posiciona-se como parte da nossa estratégia de negócio e se desdobra de inúmeras formas, contemplando toda a nossa cadeia de valor, da floresta plantada ao cliente”, define Marcela Porto, diretora de Comunicação e Sustentabilidade Institucional da empresa.

Atualmente, a Suzano dedica-se a 15 metas de longo prazo, também chamadas de Compromissos para Renovar a Vida. Alinhados aos Objetivos de Desen-



“A Suzano é uma empresa líder global no seu negócio, por isso acreditamos que precisamos atuar como um agente que contribui com a evolução da sociedade como um todo”, reforça Marcela



Contribuir com a conservação da biodiversidade, conectando, por meio de corredores ecológicos, 500 mil hectares de fragmentos de Cerrado, Mata Atlântica e Amazônia, está entre os compromissos listados pela Suzano

volvimento Sustentável (ODS) da ONU, os compromissos expressam as metas e responsabilidades da organização com o planeta e as pessoas. “Trata-se de uma agenda que vai além das nossas obrigações legais. A Suzano é uma empresa líder global no seu negócio, por isso acreditamos que precisamos atuar como um agente que contribui ativamente com a evolução da sociedade como um todo”, reforça Marcela.

Remover 40 milhões de toneladas de carbono da atmosfera até 2025; disponibilizar 10 milhões de toneladas de produtos de origem renovável, que possam substituir o plástico e outros produtos de origem fóssil, até 2030; aumentar a diversidade, equidade e inclusão em todo o quadro de colaboradores e colaboradoras, sobretudo nos cargos de liderança da companhia até 2025; tirar 200 mil pessoas da linha de pobreza nas regiões em que atua até 2030, e contribuir com a conservação da biodiversidade, conectando, por meio de corredores ecológicos, 500 mil hectares de fragmentos de Cerrado, Mata Atlântica e Amazônia estão entre os compromissos listados.

O trabalho que levará ao atingimento dos compromissos está em andamento. Em 2022, a partir do balanço entre as emissões de escopos 1, 2 e 3 (fóssil) e as remoções (biogênicas antropogênicas) oriundas de suas áreas de floresta plantada e áreas de conservação, a Suzano obteve o saldo acumulado de 22 milhões de toneladas de CO₂ removidos. A variação nas remoções está em linha com a estratégia de colheita e abastecimento de madeira para a produção. Em 2022, foi feito um plantio expressivo, que terá as suas remoções relatadas no inventário de 2024, dois anos após o plantio, conforme premissa da metodologia.

Já para o compromisso de conectar, por meio de corredores ecológicos, 500 mil hectares de fragmentos de matas nativas, a companhia realizou o plantio de mudas nativas em 179,4 hectares para a restauração de áreas protegidas, em 2022. Também foram estabelecidos 93,1 hectares de modelos biodiversos em áreas produtivas no sul da Bahia, pertencentes ao corredor Mata Atlântica. Os esforços de implementação, que são

complementares a outras iniciativas de restauração não associadas a essa meta, envolveram ainda a criação de um negócio comunitário para prestar serviços de restauração no corredor da Mata Atlântica e o mapeamento de áreas potenciais para a criação de Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPNs).

A meta de retirar 200 mil pessoas da linha da pobreza até 2030 vem sendo trabalhada por meio de iniciativas sociais desde 2020, em adição a outros projetos mantidos pela companhia há décadas. Desde então, mais de 29 mil pessoas foram retiradas da pobreza. Somente o programa Cadeia de Valor Suzano no Projeto Cerrado, com a inclusão do componente social na contratação de colaboradores e prestadores de serviço, contribuiu para a retirada de mais de 4 mil pessoas da linha de pobreza. O projeto Agricultura Biodiversa, por sua vez, potencializa a geração de renda de produtores rurais por meio da agricultura sustentável. “Estamos no começo do atingimento desta meta, cujo enfoque são programas de geração de

renda e de desenvolvimento social nas comunidades próximas às regiões onde atuamos. Vale destacar que o objetivo de resiliência territorial é ainda maior do que o compromisso de equacionar a questão da pobreza. Sabemos que são metas muito ambiciosas, que requerem parcerias diversas para serem atingidas”, diz Marcela, evidenciando que a participação dos parceiros ajuda a dar escala aos avanços almejados.

Para erradicar a pobreza, a Suzano também trabalha em iniciativas de impulsionamento da educação. O Programa Suzano de Educação (PSE), por exemplo, aporta recursos na melhoria da qualidade do ensino público. Em 2022, o Programa atuou em cinco estados, 29 municípios e 888 escolas municipais, envolvendo cerca de 10 mil professores e 197 mil estudantes.

Ribas do Rio Pardo, município sul-mato-grossense que sedia a nova fábrica de celulose da Suzano, contempla outros exemplos emblemáticos dos investimentos sociais concretizados pela empresa. Por meio do projeto Sacola Verde, a Suzano compra parte da pro-

dução de agricultores organizados e atuantes na Associação dos Apicultores e Agricultores Familiares de Ribas do Rio Pardo (ASARIBAS) para garantir complemento alimentar a centenas de famílias atendidas por programas sociais da prefeitura local. Graças a essa parceria, a empresa já colaborou para a distribuição de 7,7 toneladas de alimentos produzidos por agricultores familiares do Assentamento Melodia, que também são beneficiados com a geração de emprego e renda.

Para viabilizar a preparação das sacolas (cestas), a Suzano destina recursos para a ASARIBAS, que conta ainda com o apoio do Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural) e do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) para gerenciar a produção agrícola. Depois de preparadas, as sacolas são destinadas à administração municipal, que, por meio da Secretaria de Assistência Social, realiza a entrega para as famílias em situação de insegurança alimentar, cadastradas em programas do município.

Em Ribas do Rio Pardo, cidade com menos de 20 mil moradores, outras ações foram implementadas, informa Marcela. A Suzano ampliou a rede de saúde e entregou leitos de UTI, aparelhou a polícia e o corpo de bombeiros, promoveu cursos em parceria com o Senai e outras instituições de ensino, não só para as demandas próprias da futura fábrica como para outros tipos de serviços que serão ampliados na cidade, e investiu na ampliação da oferta de moradias, entre outras ações. “É um processo multidisciplinar que resulta, de fato, em um motor de transformação social, econômica e ambiental em todas as regiões onde estamos inseridos”, frisa a diretora de Comunicação e Sustentabilidade Institucional.

Por trás de todos os compromissos assumidos estão os três direcionadores de cultura da Suzano: uma empresa com pessoas que inspiram e transformam, que geram e compartilham valor, e que se direcionam pela premissa de que só é bom para nós, se for bom para o mundo. “Com a aquisição da Fibria, em 2019, criamos novos direcionadores de cultura, capturando aquilo que víamos de melhor em



ARAQUEM ALCANTARA

O projeto Agricultura Biodiversa potencializa a geração de renda de produtores rurais por meio da agricultura sustentável

SUZANO: HÁ 100 ANOS PLANTANDO O FUTURO



A coragem de inovar, o pioneirismo e o cuidado com as pessoas e com o planeta sempre estiveram presentes na história centenária da Suzano. Conheça os principais fatos que marcaram a trajetória da companhia ao longo dos últimos 100 anos.



1924: Leon Feffer, imigrante ucraniano, cria sua firma individual de comércio de papéis. Em 1929, amplia os negócios com uma tipografia e uma pequena fábrica de sacos de papel.

1939: A 2.^a Guerra Mundial dificulta a importação de papel e Leon decide fabricar o produto no Brasil. Para isso, é ousado: vende todos os bens, incluindo a casa em que morava com a família.

1941: Inauguração da primeira fábrica da Suzano, a Unidade Ipiranga, localizada em São Paulo-SP.

1949: Max Feffer, filho de Leon, inicia sua trajetória na Suzano. Em 1952, lidera as pesquisas para produzir celulose no Brasil e testa o eucalipto.



1955: A empresa adquire uma fábrica em Suzano-SP e instala a planta piloto para produção de celulose de eucalipto no Brasil.

1956: Início da produção de celulose a partir da fibra de eucalipto, o que revolucionou a indústria de celulose no Brasil e no mundo.

1961: A Suzano se torna a primeira empresa do mundo a produzir papel e celulose com 100% de fibra de eucalipto em escala industrial. Em 1975, inicia-se a exportação para o mercado europeu.

1978: Inauguração da Fábrica A da Aracruz Celulose-ES, fundada pelo imigrante norueguês, Erling Lorentzen, com capacidade de produção inicial de 400 mil toneladas anuais, que depois é ampliada para 525 mil toneladas por ano. Início das operações do Portocel-ES, o único porto do Brasil especializado no embarque de celulose.



1982: Início da produção de Papel Report, o primeiro papel *cut-size* da então Suzano Papel e Celulose.

1984: A Suzano Papel e Celulose começa a aplicar a biotecnologia com as práticas de micropropagação em seus plantios, o famoso cultivo *in vitro*.

1985: Privatização do Portocel, que passou a ter a Aracruz Celulose como a principal controladora.

1989: Lançamento da "pedra fundamental" da Bahia Sul Celulose, dando início à construção da atual Unidade Mucuri. A planta entra em operação em 1992.



1992: A Votorantim Celulose e Papel (VCP) adquire a Indústria de Papel Simão S.A., atual Unidade Jacaréi-SP.

1999: Para celebrar os 75 anos da Suzano, Max Feffer cria o Instituto Ecofuturo. Leon Feffer, fundador da Suzano e líder comunitário, falece. Max o sucede e assume o cargo de diretor presidente.

2001: Falecimento de Max Feffer. Seu filho, David Feffer, assume a Presidência da Suzano Papel e Celulose, cargo que ocupa até 2003, quando a gestão é profissionalizada.



2004: O Parque das Neblinas, reserva ambiental localizada em Bertioga-SP e gerida pelo Instituto Ecofuturo, abre para o público.

2009: Com um time de 15 mil pessoas, nasce a Fibria, líder mundial em celulose de mercado, resultado da incorporação da Aracruz pela VCP. Neste mesmo ano, é inaugurada a Unidade Três Lagoas-MS.

2010: Suzano Papel e Celulose adquire a Futuragene, organização pioneira no aumento da produtividade e da sustentabilidade de árvores plantadas para a indústria de base florestal.

2011: Planta piloto de lignina entra em operação na Unidade Limeira-SP.

2013: Inauguração da unidade de produção em Imperatriz-MA.



2015: A Unidade Suzano-SP começa a produzir Eucafluff, que tem o eucalipto como matéria-prima para materiais absorventes, como fraldas descartáveis e absorventes menstruais.

2017: A Suzano Papel e Celulose migra para o Novo Mercado na B3, a Bolsa de Valores de São Paulo. A Unidade Três Lagoas lança o Projeto Horizonte 2, adicionando 1,95 milhão à capacidade produtiva de celulose da planta.



2018: São lançadas as primeiras marcas de papel higiênico da empresa, Max Pure e Mimmo. O foco nos bens de consumo se fortalece com a aquisição da Facepa. É anunciada a fusão entre Suzano Papel e Celulose e Fibria.

2019: É consolidada a fusão da Suzano Papel e Celulose com a Fibria, movimento que cria a Suzano S.A. A empresa nasce como a maior produtora mundial de celulose de eucalipto.



2020: Revelação do propósito da Suzano S.A. e lançamento dos Compromissos para Renovar a Vida, metas de longo prazo da companhia com impacto sobre o planeta e as pessoas.



2021: A Suzano anuncia o Projeto Cerrado, construção da maior indústria de celulose em planta única do mundo, em Ribas do Rio Pardo-MS. O investimento é de R\$ 22,2 bilhões.

2022: Em parceria com cinco companhias, a Suzano lança a Biomas, empresa que vai restaurar, conservar e preservar 4 milhões de hectares de florestas nativas no Brasil. A companhia também lança o Suzano Ventures, para investir em *startups*.

2023: Suzano e Spinnova, por meio da *joint venture* Woodspin, inauguram na Finlândia a primeira unidade, em escala comercial, produtora da fibra têxtil sustentável criada a partir da MFC.



2023: Suzano inaugura seu Hub de Inovabilidade na China. Situado em Zhangjiang Science City, em Xangai, o local tem como objetivo endereçar a crescente demanda dos clientes por materiais e aplicações desenvolvidos a partir da celulose e de novos biomateriais.

2023: Suzano conclui a compra do negócio de tissue da Kimberly-Clark no Brasil e se torna líder do mercado nacional no segmento de papel higiênico com a aquisição da marca "Neve".

JONAS ADRIANO



Caroline: “Queremos ser pessoas que inspiram e transformam e isso se traduz em um pilar muito bem estruturado da nossa cultura, voltado ao desenvolvimento dos indivíduos para que cada um exerça impactos positivos ao mundo”

ambas as empresas para então multiplicar essa geração de valor. Definidos os direcionadores, passamos por um processo amplo de desdobramento, envolvendo a diretoria executiva, a diretoria funcional, a gerência executiva e a gerência funcional para que todos os times fossem integrados aos conceitos e às respectivas práticas. Com a cultura bem estabelecida e os direcionadores consolidados, passamos a comunicar o propósito de renovar a vida a partir da árvore”, relata Marcela, adicionado que pesquisas internas anuais são realizadas para avaliar o grau de aderência dos times ao propósito da Suzano. “É uma forma de avaliar se a cultura está viva e reforçá-la continuamente.”

Aliados ao respeito a todos os *stakeholders*, Caroline Carpenedo, diretora executiva de Gente e Gestão, Segurança, Saúde, Qualidade de vida e Facilities e Comunicação da Suzano, ressalta que os três direcionadores da organização orientam todas as decisões tomadas. “Queremos ser pessoas que inspiram e transformam e isso se traduz em um pilar muito bem estruturado da nossa cultura, voltado ao desenvolvimento dos indivíduos para que cada um exerça impactos positivos ao mundo. Já o direcionador de criar e compartilhar valor não só com o acionista, mas também com a comunidade, os co-

laboradores, os clientes e os fornecedores, pode ser visto em uma série de práticas e programas feitos pela companhia. O princípio ‘só é bom para nós, se for bom para o mundo’ nos deixa constantemente atentos e nos faz praticar a inovabilidade em todas as nossas frentes, seja tornando os nossos processos mais eficientes, desenvolvendo produtos com menor impacto ambiental, retirando pessoas da linha da pobreza, seja impulsionando a educação”, exemplifica como os pilares da cultura desdobram-se em ações.

Ainda de acordo com a diretora executiva, o fato de a cultura centenária ser forte e ao mesmo tempo gentil, reflete em outros diferenciais à conduta da Suzano. “A resiliência de uma cultura que completou 100 anos e vivenciou diversos ciclos em sua trajetória, mas que também consegue ser gentil e tem disposição para continuar aprendendo, destaca-se como elementos representativos da nossa cultura e da forma como atuamos hoje e pretendemos contribuir para o futuro da sociedade e do planeta”, justifica.

Bionegócio fortalecem agenda estratégica de longo prazo

Diante dos inúmeros desafios que a crise climática global apresenta, a Suzano almeja ser parte das soluções que a sociedade precisa encontrar. “O planeta pede por ajuda e a Suzano tem a representatividade e o tamanho necessários para oferecer a sua contribuição. Os produtos que fabricamos hoje – celulose, papel e suas variadas aplicações, celulose fluff –, já são bioprodutos, mas estamos nos desafiando a ir além, ampliando ainda mais o nosso papel de contribuinte do futuro que esperamos”, constata Fernando Bertolucci, diretor executivo de Tecnologia, Inovação e Sustentabilidade da Suzano.

A frente estratégica voltada aos bionegócio é guiada pelo potencial do eu-



DIVULGAÇÃO SUZANO

A frente estratégica voltada aos bionegócio é pautada pelo potencial do eucalipto como matéria-prima



Para Bertolucci, a visão integrada da cadeia posiciona-se como mais um diferencial para fortalecer a jornada futura da Suzano

calipto como matéria-prima. A lignina, molécula que representa cerca de 30% da composição da árvore, está entre os insusmos promissores. “Hoje, a lignina é utilizada para produzir bioenergia, que não só abastece as nossas fábricas como é comercializada à rede. Além disso, estamos trabalhando para desenvolver produtos de maior valor agregado a partir dela, como bioplásticos, resinas e outros tipos de aplicação”, elenca Bertolucci.

A celulose microfibrilada (MFC) desponta como mais uma linha de pesquisa encabeçada pela Suzano. “Trata-se de uma celulose refinada na escala nanométrica, que se transforma em um gel que assume propriedades completamente diferentes e está sendo estudado para aplicações na indústria têxtil, ou ainda, como um reforço do papel, melhorando sua qualidade, na fabricação de fibrocimento, tintas, cosméticos e próteses”, detalha Bertolucci, citando que a parceria com a Spinnova, na Finlândia, para produzir fibras têxteis a partir de MFC, é apenas um dos potenciais a ser explorado.

O terceiro exemplo, dentre as linhas de pesquisas mais significativas, uma vez que a Suzano dedica-se a diversos desenvolvimentos em escalas variadas, é o bio-óleo, espécie de biopetróleo, que vai além da possibilidade de ser um biocom-

bustível, como explica Bertolucci. “De forma geral, o bio-óleo pode substituir matérias-primas fósseis em uma série de processos bioquímicos.”

Atualmente, a estrutura de Pesquisa & Desenvolvimento da Suzano distribuiu-se em sete centros de pesquisa especializados. “No Brasil, temos centros dedicados ao desenvolvimento florestal, além de celulose, papel e bioprodutos. Internacionalmente, temos um centro no Canadá, dedicado ao desenvolvimento de bioprodutos de ponta; um centro em Israel, dedicado ao desenvolvimento de biotecnologia, e um hub de Inovabilidade na China, dedicado principalmente ao desenvolvimento de soluções customizadas para os clientes asiáticos”, informa Bertolucci.

Além da capacidade própria de P&D, que hoje reúne uma média de 100 cientistas, a Suzano conta com cerca de 40 parceiras nacionais e internacionais, que incluem universidades, institutos de pesquisa, *startups* em todas as partes do mundo. “Ter uma boa estrutura de inovação interna, principalmente para assegurar a propriedade intelectual daquilo que faz maior diferença no nosso negócio atual e, ao mesmo tempo, ter uma visão de inovação aberta, que conversa com academia, centros de pesquisa e institu-

tos, é um modelo vencedor. Não à toa, lançamos a Suzano Ventures, plataforma de *corporate venture capital*, cujo aporte inicial de US\$ 70 milhões está sendo direcionado a *startups* ao redor do mundo, que possam participar desses desenvolvimentos conosco”, comenta o executivo.

Para Bertolucci, a visão integrada da cadeia posiciona-se como mais um diferencial para fortalecer a jornada futura da Suzano. “O entendimento de que tudo começa pela fibra resulta na integração entre as florestas plantadas, plantas industriais e produtos finais que praticamos. Temos uma única área de inovação, que cuida do desenvolvimento genético e da escolha dos clones de eucalipto até os bioprodutos. O que nos credencia a pensar em bionegócios e estar do lado certo da equação da bioeconomia, para ajudar com soluções transformacionais para o planeta, é o fato de o Brasil ser uma referência global no desenvolvimento de árvores plantadas, não só pela questão genética, mas pelo cuidado com o solo, a água e a biodiversidade. Esse balanço positivo é fruto de cinco décadas de trabalho contínuo no âmbito florestal. Falando da Suzano, especificamente, nossa especialidade são plantios de eucalipto e áreas plantadas, desenvolvidas para papel e celulose e cada vez mais aptas para outras aplicações”, contextualiza, evidenciando que, além da trajetória bem-sucedida, é preciso lembrar que o setor de árvores plantadas está no começo da nova trilha.

Partindo do conceito de que a bioeconomia promove a utilização sustentável de recursos biológicos, como plantas, microrganismos e biomassa, reduzindo a dependência de recursos não renováveis e minimizando os impactos ambientais, Fabio Almeida, diretor executivo de Papel e Embalagens da Suzano, sinaliza que o cenário atual traz uma oportunidade para redefinir os padrões de produção e consumo, alinhando as atividades econômicas com os limites do planeta e promovendo uma abordagem mais equilibrada e sustentável em relação ao aproveitamento dos recursos naturais, sempre atentos às demandas da sociedade.

SERGIO ZACCHI



Almeida sinaliza que o cenário atual traz uma oportunidade para redefinir os padrões de produção e consumo, promovendo uma abordagem mais equilibrada e sustentável em relação ao aproveitamento dos recursos naturais

Para alcançar esse objetivo conjunto, a Suzano dedica-se não somente aos desenvolvimentos que contemplam os bionegócio como desenvolve novos produtos para uma economia baseada na utilização de recursos renováveis, que podem ser recicláveis e biodegradáveis, sendo a matéria-prima ideal para as embalagens do futuro, por exemplo. “Neste mercado, destaco o Greenpack®, papel desenvolvido especificamente para embalagens flexíveis e produzido a partir de matéria-prima de fonte renovável, biodegradável e reciclável. É um papel aplicado para substituir o plástico em embalagens de alimentação, higiene, limpeza e cosméticos, entre outros. Além disso, desenvolvemos o Greenbag®, papel que ‘nasceu para ser sacola’, somando características importantes, como resistência e printabilidade”, cita o executivo, dando exemplos que mostram como a Unidade de Papel e Embalagens está conectada ao objetivo da companhia em ajudar a descarbonizar a economia global.

O diretor executivo de Papel e Embalagens destaca que a Suzano é uma das maiores fabricantes de papéis da América Latina, com um amplo portfólio de produtos desenvolvidos a partir da árvore plantada. “Portanto, quando pensamos nos papéis de imprimir e escrever, papelcartão, papéis especiais

e tissue, falamos diretamente das três avenidas que guiam a visão estratégica de longo prazo da empresa: continuar a ser referência no setor em eficiência, rentabilidade e sustentabilidade, da floresta ao cliente; ser agente transformador na expansão em novos mercados para a biomassa; e ser referência em soluções sustentáveis e inovadoras para

a bioeconomia e serviços ambientais, a partir da árvore plantada.”

Para conquistar novos avanços, a Suzano faz mapeamentos no segmento de embalagens para melhor entender as evoluções e as mudanças no comportamento de consumo. “Estamos sempre atentos às tendências e demandas do mercado, buscando alternativas e rotas de valor para o futuro do nosso negócio. Temos avançado em diversas frentes, com destaque para a evolução no desenvolvimento de papéis que tenham mais resistência e novas características de barreira, duas evoluções importantes para a companhia chegar a novos mercados”, revela Almeida.

Ainda de acordo com o executivo, a Suzano tem realizado, ao longo dos últimos anos, parcerias com grandes marcas, que contribuem para alcançar novos mercados e públicos diversos, o que deve permear a estratégia para o futuro. “A nossa parceria com a Natura para um projeto que consiste em eliminar o plástico de uso único de todas as amostras de perfumaria da marca é um desses exemplos. As embalagens serão gradualmente feitas de papel de fontes



DIVULGAÇÃO SUZANO

Greenbag®, papel que “nasceu para ser sacola”, somando características importantes, como resistência e printabilidade



IMAGE BY FREEPIK.COM

POR DENTRO DA ESTRUTURA DA LÍDER GLOBAL DE CELULOSE

A Suzano é a maior produtora mundial de celulose, uma das maiores produtoras de papel da América Latina e referência no desenvolvimento de soluções sustentáveis e inovadoras de origem renovável. Os produtos da companhia, que fazem parte da vida de mais de 2 bilhões de pessoas e abastecem mais de 100 países, incluem celulose, papéis para imprimir e escrever, canudos e copos de papel, embalagens de papel, produtos absorventes e de higiene e limpeza, como papel higiênico e guardanapos, entre outros.

- ➔ Doze fábricas e uma joint operation: Suzano-SP, Rio Verde-SP, Limeira-SP, Jacareí-SP, Mogi das Cruzes-SP, Mucuri-BA, Três Lagoas-MS, Imperatriz-MA, Belém-PA, Maracanaú-CE, Aracruz-ES, Cachoeiro de Itapemirim-ES e Veracel-BA.
- ➔ Uma fábrica em construção no município de Ribas do Rio Pardo-MS.
- ➔ Vinte e três Centros de Distribuição: Belém-PA, Belo Horizonte-MG, Brasília-DF, Campo Grande-MS, Cuiabá-MT, Fortaleza-CE, Goiânia-GO, Jaboatão dos Guararapes-PE, Londrina-PR, Manaus-AM, Porto Alegre-RS, Ribeirão Preto-SP, Rio de Janeiro-RJ, Salvador-BA, Uberlândia-MG, Viana-ES, Campinas-SP, São José dos Pinhais-PR, Serra-ES, Suzano-SP, São Bernardo do Campo-SP e Chapecó-SC.
- ➔ Quatro Centros de Tecnologia no Brasil: Limeira-SP, Itapetininga-SP, Jacareí-SP e Aracruz-ES.
- ➔ Cinco portos: Santos-SP, Aracruz-ES, São Luís-MA, Caravelas-BA, Belmonte-BA.
- ➔ 1,6 milhão de hectares de plantio de eucalipto e 1 milhão de hectares destinados exclusivamente à conservação.
- ➔ Pelo mundo: Escritórios na Argentina, Áustria, Canadá, China, Holanda, Equador, Estados Unidos, Finlândia, Israel, Suíça e Singapura. Fábrica Woodspin na Finlândia (*joint venture* Suzano + Spinnova). Centros de tecnologia no Canadá, China e Israel.
- ➔ Capacidade produtiva: Celulose: 10,9 MI de toneladas/ano, Papel e Embalagem: 1,4 MI toneladas/ ano, Bens de Consumo: 280 mil toneladas/ano.
- ➔ Colaboradores(as): mais de 20 mil próprios e outros 20 mil terceirizados.

renováveis e oriundo de florestas plantadas e certificadas”, informa.

A parceria com a gráfica Box Print e a farmacêutica Merck, para neutralizar as emissões de carbono derivadas da produção de embalagens de medicamentos, está entre os exemplos recentes. O projeto prevê a neutralização de mais de 102 toneladas de CO₂ que foram geradas no processo de fabricação de caixas de medicamentos produzidos pela farmacêutica em 2022.

Recentemente, a Suzano também anunciou uma parceria com a Faber-Castell Cosmetics e o Grupo Boticário para desenvolver um lápis de maquiagem com tampa livre de plástico. “Como costumamos dizer aqui na Suzano, nós devemos cultivar a ambidestria na nossa atuação, ou seja, nós vamos continuar desenvolvendo as soluções já presentes no nosso portfólio, mas sempre buscando inovar e ampliar para além do que temos hoje. É um conceito que está diretamente conectado ao nosso direcionador ‘só é bom para nós, se for bom para o mundo’”, comenta Almeida.

A inovação estende-se a todas as práticas da Suzano. Os avanços atrelados à transformação digital destacam-se entre os demais exemplos, conforme descreve Christian Orglmeister, diretor executivo de Novos Bionegócios, Estratégia e Digital Tech da empresa. “A Suzano tem acompanhado o movimento da Indústria 4.0 há muitos anos. Temos times de pesquisa, tecnologia e operação conectados não apenas com as práticas que ocorrem no mercado, como com as tecnologias emergentes. Aliando o olhar atual ao olhar inovador, que se antecipa ao potencial não explorado, conseguimos gerar valor. Essa atuação combinada é o que motiva os nossos times a irem além do melhor disponível, com ambição pela excelência.”

A Suzano apresenta atualmente os melhores modelos preditivos de chuva, por exemplo, que oferecem vantagens competitivas em todas as etapas do processo produtivo. “Também planejamos toda a nossa logística de forma robusta, com



DIVULGAÇÃO SUZANO

Orglmeister: “Acreditamos que a melhor forma de avançarmos na digitalização de nossos processos é termos cada vez mais pessoas letradas no tema”

sistemas e processos inteligentes focados em volume, custo e qualidade da madeira, além de termos muita inteligência avançada na alocação de clones e nas decisões do nosso manejo, para acompanhar o que está acontecendo nas nossas florestas”, elenca Orglmeister.

Dada a otimização logística, a Suzano já registra ganhos bastante significativos, a começar pela redução do custo logístico, que contribui diretamente com o *cash cost* da companhia, e pelo aumento da produtividade florestal (IMA). “Combinando entendimento de clima, resiliência dos clones e utilização logística, temos conseguido reduzir o nosso custo caixa de maneira expressiva e isso nos torna extremamente competitivos”, sublinha o executivo.

Direcionando o olhar ao potencial dos desdobramentos que devem acontecer em médio e longo prazos, Orglmeister informa que aumentar o sensoriamen- to no campo para coletar informações mais rapidamente, com mais qualidade e em tempo real, é um dos objetivos da Suzano. “A ideia é que as decisões acompanhem a frequência da informação. Para isso, contudo, precisaremos de uma camada de inteligência mais ampla e melhor”, reconhece o executivo, salientando que os times estão muito conectados ao ecossistema de inovação para conquistar os incrementos almejados.

Ainda abordando o contexto futuro, Orglmeister lembra que falar de tecnologia sem mencionar a relevância da atuação das pessoas seria como esquecer a alma do processo. “Acreditamos que a melhor forma de avançarmos na digitalização de nossos processos é termos cada vez mais pessoas letradas no tema. Sem pessoas engajadas e capacitadas, a inovação e a transformação tecnológica não acontecem. Apostamos muito na democratização das ferramentas analytics e vinculamos isso à nossa crença e aos nossos direcionadores. Com isso, temos feito diversos programas em prol da democratização das ferramentas e da inclusão de profissionais. Os programas Diversidade Tech e Afro Dev, por exemplo, formaram mais de 400 pessoas, entre público interno e externo, e deram enfoque ao público das regiões Norte e Nordeste e a pessoas afrodescendentes, com o propósito de disseminar conhecimento e habilitar estas pessoas a buscarem empregos melhores. Não só a Suzano ganhou com este processo, mas as pessoas que participaram, a sociedade como um todo e o ecossistema e parceiros com os quais trabalhamos”, conclui, citando mais um exemplo prático que demonstra o olhar abrangente da Suzano como agente transformacional. ■