

Operadora:

Bom dia, senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Suzano Papel e Celulose para discussão dos resultados referentes ao 1T08.

O áudio e os slides dessa teleconferência estão sendo transmitidos simultaneamente pela Internet no site www.suzano.com.br/ri. Informamos também que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando *0.

A apresentação será feita pelos senhores Antonio Maciel Neto, Presidente; Bernardo Szpigel, Diretor Financeiro, Planejamento e de Relações com Investidores; Rogério Ziviani, Diretor da Unidade de Negócios de Celulose; André Dorf, Diretor da Unidade de Negócios de Papel; e Ernesto Pousada, Diretor de Operações.

Informamos que algumas informações contidas nesta teleconferência podem conter projeções ou afirmações sobre expectativas futuras. Tais informações estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado.

Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. Antonio Maciel Neto, que iniciará a conferência. Obrigada.

Antonio Maciel Neto:

Bom dia a todos. Muito obrigado pela presença e participação neste *call* de resultados da Suzano do 1T08. Eu tenho aqui seis ou sete telas para iniciar os debates, e teremos então bastante tempo para responder as perguntas e esclarecer possíveis dúvidas.

Iniciando na primeira tela, onde nós temos os destaques do 1T08, e aqui temos alguns pontos importantes, que eu gostaria de destacar. O primeiro é em relação aos preços. Tivemos um aumento de preços no início de fevereiro, que levou ao preço visto na Europa, CIF Europa de US\$800 por tonelada, e para completar, agora em abril tivemos mais US\$40. Então estamos hoje com US\$840 por tonelada no CIF Europa.

Os estoques estão em níveis bastante baixos, de fibra curta, 34 dias no final de fevereiro, o que demonstra o aquecimento da demanda, está fortemente aquecido esse mercado. Como a gente considera que são 34 dias incluindo transporte, no caso a maior parte transoceânico, logística de mobilidade muito grande; dá para se ver que os estoques estão realmente muito baixos.

Nossa receita líquida bateu um recorde, chegou a R\$970 milhões, estamos nos aproximando de R\$1 bilhão de receita líquida trimestral; celulose foi recorde de vendas também, 348.000 toneladas, já refletindo o início, o *learning curve* da Linha 2 de Mucuri; recorde de produção de maneira geral, 334.000 toneladas de papel e celulose; Linha 2 já

com 167.000 toneladas, mesmo com a parada programada para manutenção realizada no mês de março; o custo caixa, excluindo a parada programada, conforme antecipado anteriormente vem caindo, estamos com R\$452 por tonelada, excluindo a parada de manutenção.

Uma notícia também bastante importante é a diminuição da relação dívida líquida/EBITDA; já estamos abaixo de 3,5x, com 3,48x contra 3,74x em dezembro. A velocidade de queda da relação dívida líquida/EBITDA está bastante interessante; e, no final, o lucro líquido de R\$128 milhões, o que é 39% superior ao trimestre passado e 21% superior ao 1T07.

Na tela seguinte, que tem o número três, nós temos alguns *highlights* da unidade de negócios celulose, o Rogério está aqui para esclarecer. Então o preço líquido no mercado externo foi de US\$681 por tonelada no 1T08, contra US\$654 de média no 4T07 e US\$588 no 1T07.

Já mencionei anteriormente a forte demanda; de um lado o mercado crescendo e de outro algumas restrições no suprimento de madeira, o que está levando a estoques baixos, mesmo com a entrada da nossa produção no mercado e de alguns outros investimentos que estão se concretizando agora.

A produção de celulose no trimestre alcançou 351.000 toneladas, o recorde de vendas de 348.000, e como mencionei anteriormente, o *cash cost* sem a parada foi de R\$452 por tonelada, mas com a parada foi R\$488 por tonelada no trimestre. Mesmo com a parada, nós praticamente mantivemos em linha o *cash cost* em relação ao 4T07.

Também na tela quatro, a seguinte, vocês vêem algumas indicações gráficas da unidade de celulose. No primeiro gráfico, nas primeiras barras do lado esquerdo acima, nós temos o volume de celulose, 348.000 toneladas, conforme mencionamos; e aqui dá para comparar com o 4T07, a primeira barra, 294.000 toneladas, e no 1T07, de 174.000 toneladas. Então nós estamos saindo, trimestre contra trimestre, de 174.000 toneladas para 348.000 toneladas.

Também receita líquida de celulose, R\$407 milhões contra R\$212 milhões no 1T07, mais que dobrou. E também, o gráfico inferior, tipo pizza, já se percebe o crescimento da presença da Ásia em nossas exportações. Um aumento forte, vínhamos na faixa de 26%, 27% no ano passado, e já estamos com 38% na Ásia, 53% na Europa, que continua sendo nosso principal destino, 8% na América do Norte e 1% na América Latina.

Na tela seguinte, página cinco, nós temos alguns comentários sobre a parte de papel. A unidade de papel no 1T sofre um efeito bastante importante de sazonalidade; no mercado de papéis, especialmente no mercado interno, o 4T é o trimestre mais forte e o 1T é o trimestre mais fraco.

Aqui nós temos alguns números refletindo essa situação: volume de vendas de 271.000 toneladas no trimestre, 1,8% superior ao 1T07; um volume de vendas em linha com o ano passado. No mercado, no 1T08 em relação a 2007, nós temos uma perspectiva de crescimento de 8%.

Excluídas as unidades da Ripasa, o crescimento de vendas no mercado interno foi de 3,4%, porque também durante o 1T07 tínhamos as unidades da Ripasa reportando esses volumes. Então, excluindo os volumes da Ripasa, temos 3,4%. Temos uma presença também de diferenças importantes em relação ao pouco aumento dos importados. Depois, se for o caso, o André pode explicar melhor.

O preço líquido em relação ao 1T07 está 5,5% menor em Reais, mas em USD, e é interessante fazer essa comparação, está praticamente 15% acima. E a participação das vendas do mercado interno foi de 54%, eu já mencionei o efeito da sazonalidade: o mercado interno vem menor no 1T, o que faz com que tenhamos um aumento das exportações, onde também a rentabilidade é menor, refletindo no resultado geral e praticamente nos preços.

Aqui temos também bastante o efeito do câmbio, que nós tivemos 46% de exportações, e o câmbio com um efeito bastante importante comparado ao câmbio de 2007. Vocês verão na última página que no 1T07 nós tivemos um câmbio de R\$2,11, parece, como o Bernardo comentou ontem, uma coisa que não nos lembramos mais; no ano passado, nesse *call*, nós estávamos muito preocupados com o câmbio já batendo em R\$2,11. O câmbio este ano, no 1T, é um câmbio médio de R\$1,74, temos uma diferença bastante interessante.

Na tela seguinte, também a mesma apresentação gráfica em relação ao 1T08. 271.000 toneladas contra 266.000 toneladas no 1T07, versus 290.000 toneladas no 4T07. Também a receita refletindo a mesma situação; 4T07 mais forte, R\$624 milhões, 1T08 R\$562 milhões e 1T07 R\$584 milhões, refletindo essa redução do preço, fortemente impactada pelo câmbio.

O destino das exportações: América Latina 40%, América do Norte 20%, então o nosso mercado de papel está muito forte, concentrado, como temos dito, no mercado nacional, na América Latina e um pouco na América do Norte. A Europa ainda tem 25%, outros mercados 15%, mas a tendência é de que o mercado de papel da Suzano seja bastante regional enquanto o mercado de celulose é mais global.

Para encerrar esta introdução, no último slide, página sete, nós temos alguns números interessantes, exatamente a mesma tabela que sempre apresentamos neste *call*. Volume de vendas de 619.000 toneladas no 1T08, então esse volume total representa 40% versus o 1T07, com praticamente 41% de crescimento. No papel, como mencionei anteriormente, 146.000 toneladas, representando -2%; e na celulose no mercado externo – o papel que eu mencionei é no mercado interno – nós tivemos 286.000 toneladas, o que representa 105% de crescimento.

A receita líquida de 970.000 toneladas, praticamente 20% de crescimento; o lucro líquido de R\$129 milhões, 21% de crescimento; o *cash cost* em linha com o último trimestre, em cerca de 5% acima do 1T07, sendo que excluindo os efeitos da parada seria de R\$452, já refletindo uma redução interessante em relação ao 1T07.

EBITDA em Reais de R\$341 milhões, significa 24% acima do 1T07; interessante que, em USD, o nosso EBITDA atingiu US\$196 milhões, um crescimento de 50,7% de EBITDA no 1T08 contra 1T07. Margem EBITDA de 35,2%; o câmbio eu já mencionei, R\$1,74 contra R\$2,11; e também já mencionei a relação dívida líquida/EBITDA, de 3,48x contra 3,74x,

3,72x durante o ano passado. É mais ou menos essa a base que mantivemos no ano passado.

São esses os destaques, os esclarecimentos começarão agora. Temos aqui os diretores, todos a postos para prestar os esclarecimentos e responder as perguntas que, porventura, os senhores tenham. Muito obrigado pela atenção.

Marcelo Brisac, Itaú:

Bom dia a todos. Na verdade são duas perguntas, um pouco mais sobre o mercado de celulose. Acho que a primeira é em relação à Indonésia. A gente viu que a situação da Indonésia está voltando ao normal, o corte de madeira lá está sendo retomado; se vocês têm uma estimativa de quanta capacidade a Indonésia pode recolocar no mercado este ano em termos de celulose à medida que ela volte a ter disponibilidade de madeira. Seria a primeira pergunta.

E a segunda é um pouco mais conceitual, talvez não tão fácil de responder; mas a gente viu o anúncio do fechamento de capacidade da M-real na Europa, que na verdade é uma capacidade grande, e pensar um pouco que à medida que este produtor de alto custo está sendo retirado do mercado, como vocês vêem o argumento de manter preço de celulose alto daqui para frente? Se isso no final, à medida que vocês empurram um produtor de alto custo para fora do mercado, não deve trazer um preço de celulose mais baixo lá na frente. Obrigado.

Rogério Ziviani:

Bom dia. Respondendo a primeira pergunta, o efeito da Indonésia, como os dados estatísticos deles são contraditórios em alguns momentos, a própria associação tem publicado alguns números ainda um tanto distorcidos, vis-à-vis àquelas informações que nós temos do mercado de alguns analistas; ficou muito difícil de precisar qual foi o montante que foi efetivamente retirado da Indonésia, de oferta, durante os últimos meses.

A fonte que nós temos diz que a madeira para continuar as operações foi cortada de florestas plantadas chegando ao nível de três anos de plantações. Quer dizer, eles fizeram o corte com a madeira de apenas três anos. Essa consequência, em uma análise futura, deve perdurar, até a reposição de toda essa madeira, pelo menos mais dois ciclos, até que eles voltem a estabilizar essa plantações regulares no ciclo de seis ou sete anos, como os demais produtores.

Então ainda está muito difícil. O efeito nós sentimos praticamente em toda a Ásia, basicamente na Coreia e em outros países ao redor, e também em pequenas exportações que eles tinham na Europa, que de fato eles já estavam em retirada dessa celulose de *mixado* por questões de selos ambientais que eles não tinham, e já estavam tendo uma grande barreira de entrada na Europa.

Essa celulose na Europa não terá mais nenhum efeito de volta, tendo em vista que esse produto já foi substituído por celuloses certificadas com madeiras e produtores de outras regiões, como nós e o próprio Chile etc.

Então o efeito maior se concentraria efetivamente na Ásia. E na Ásia, olhando basicamente a China, nós teríamos as novas máquinas de papel que estão entrando em produção, que estão absorvendo essas capacidades adicionais que estão entrando no mercado com a facilidade que nós temos visto nas implementações dos aumentos de preço.

Então, no médio prazo e no longo prazo no ciclo florestal, nós não estamos vendo nenhuma tendência de que isso venha a ter um reflexo maior nos próximos três a seis meses. Dali para frente ainda precisamos analisar melhor as estatísticas que estão saindo da associação.

Com relação à M-real, ao fechamento dessas unidades não-competitivas no hemisfério norte como um todo, eu acho que o efeito maior começará a vir quando os fechamentos vierem da América do Norte, que nós já falamos em outros *calls*, devidos a sua competitividade e da idade de operação de algumas daquelas fábricas; e à substituição pela fabricação de outros produtos, bioenergia, qualquer coisa que possa ser utilizada dentro da sua biomassa para produção de energia, que é uma tendência, os estudos estão apontando para essa forma.

A Mercer em seu último *call* falou muito sobre a geração de energia dentro da Europa em substituição à fabricação da própria celulose, o que é uma tendência que veremos daqui para frente.

Eu diria que a preocupação de saírem os produtores de custo elevado e ficar só com a competição nos de baixo custo, como você mencionou; eu acho que também o mercado de fibra longa ainda continuará sendo reabastecido por esses produtores de custos mais elevados, uma vez que a outra porção de fibra longa continua vindo praticamente do Chile e do sul dos Estados Unidos, onde os custos deles não são tão baixos, são mais elevados que os nossos na parte de eucalipto pelo próprio ciclo florestal.

Então eu acho que nós manteremos, a longo prazo, a tendência de ter esses fornecedores de custos mais elevados por algum tempo ainda. E tendo em vista que os preços continuam sendo mantidos nos patamares em que estão, fica mais difícil ainda vermos fechamento. Esse fechamento da M-real foi em consequência do próprio grupo, de uma reestruturação pela qual eles estão passando, pela própria forma de operações e a concentração com IP, Weyerhaeuser, que já se reestruturaram, e eu acho que agora a M-real está se reestruturando para poder sobreviver com algumas linhas de produtos em que eles estavam não mais competitivos.

Marcelo Brisac:

OK. Muito obrigado.

Thiago Lofiego, Merrill Lynch:

Bom dia a todos. Minha pergunta é em relação à receita operacional de R\$23,8 milhões que vocês tiveram no trimestre naquelas outras receitas operacionais. Pelo que eu entendi, R\$15 milhões podem ser considerados não-recorrentes, e o restante recorrentes. Eu gostaria de entender um pouco melhor a natureza desses números e o que exatamente é

recorrente, o que é não-recorrente; e também entender um pouco melhor a visão de vocês em relação à venda de energia. Obrigado.

Bernardo Szpigel:

Bom dia a todos. Nós tivemos nesse trimestre um valor de R\$23,8 milhões de outras receitas operacionais. Quando a gente vê a composição, que já explicamos, tem R\$15 milhões que são não-recorrentes, relacionados a contratos de equipamentos na parte de performance, no período até março.

Os outros itens, dos outros R\$8 milhões, boa parte disso, pelo menos R\$6 milhões a R\$7 milhões podem ser considerados recorrentes. Metade disso são vendas de outros produtos, que são produtos que, por exemplo, nossa distribuidora na Argentina faz vendas, ela vende outros produtos de material de escritório, que acompanha a parte de venda de papéis. Temos também aí, o que é normal, venda de aparas ou sucata, que compõem esses valores; eles têm variado na faixa de R\$3 milhões a R\$4 milhões médios no trimestre. Se a gente olhar o ano passado, nós tivemos nesses itens R\$17 milhões, o que dá uma média de R\$4 milhões por trimestre.

O que nós temos de novidade aí é energia. E energia está ligado ao antigo Projeto Capim Branco, hoje é Unidade Hidrelétrica Amador Aguiar. A última turbina dessa unidade hidrelétrica começou a operar em meados do ano passado, em 2007. E nós temos lá uma participação de 18% da energia gerada, e quando essa turbina entrou em operação nós começamos a ter um excedente de energia em relação às nossas necessidades. Essa energia então, agora passa a ser vendida no mercado.

A quantidade de energia que teremos disponível e o preço da energia que será vendida vai depender das condições de mercado. Ela é vendida pela Câmara de Comercialização de Energia aos preços correntes, através dessa câmara que nós vendemos, e nesse 1T nós tivemos uma receita de R\$4 milhões relacionados a esse item.

Aproximadamente, e aí estou dando números médios, não é uma projeção, mas para vocês terem idéia de como vai se compor essa receita; nós estamos falando de mais ou menos 5.000 MWh disponíveis por mês. A R\$200, se você tomar um preço médio, na realidade é até maior que isso, nós estaríamos falando de R\$1 milhão, e aí, no valor que aparece como outras receitas, ele já está líquido dos custos também.

Então estamos falando de R\$3 milhões a R\$4 milhões, mas vai depender de quanto poderemos disponibilizar em cada mês e do preço que a gente vai obter. É uma receita que teremos como recorrente; os valores, estou dando ordem de grandeza aqui, mas eles estarão presentes.

A pergunta seguinte, por que nós estamos vendo isso nesse trimestre e não vimos isso já a partir do 2S07; na realidade estamos destacando, a receita estava dentro da nossa receita e o custo estava dentro do nosso custo. Então nós tiramos isso e estamos tratando tudo como outras receitas operacionais, porque não está diretamente ligado ao nosso produto. No caso, é energia que nós estamos vendendo.

Thiago Lofiego:

Está bom. Obrigado.

Juliana Chu, BES Securities:

Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas. A primeira é em relação ao movimento do aumento de preço de celulose. Eu queria saber se vocês poderiam comentar um pouco mais o que vocês têm de visão em relação a esse aumento diferenciado que vocês fizeram para a América do Norte, um pouco abaixo dos seus concorrentes; se vocês acreditam que isso é uma tendência que deve se seguir nos próximos trimestres ou vocês imaginam um ajuste entre os produtores nos próximos aumentos de preço.

E a segunda pergunta é referente ao pedido de exercício da opção de venda das ações detidas pelos ex-controladores da Ripasa. Eu queria saber se são 100% das ações e se vocês pretendem cancelar as ações posteriormente. Obrigada.

Rogério Ziviani:

Vou falar sobre a sua primeira pergunta, com relação ao anúncio diferenciado do nosso preço na América do Norte. Primeiramente que é uma coisa comum, isso sempre aconteceu no passado, nos últimos anos havia uma coincidência de anúncios; se você olhar o histórico existem diferenças, principalmente na América do Norte e principalmente na Europa também.

Por que essas diferenças? Basicamente, cada produtor tem o seu *mix* de venda, tem uma espécie de contrato diferenciado, você tem performance desses contratos e você tem também descontos para esses contratos. Ocorre que nós sentimos, assim como outros produtores, que o mercado norte-americano, aqueles clientes em que nós atuamos, pelos contratos que nós temos, que são com descontos menores que os dos nossos concorrentes, nós estávamos em um momento de fazer um ajuste com relação a esse preço.

Com isso, nós fizemos, assim como outros também o fizeram, seguiram esse mesmo anúncio, que entenderam as dificuldades que esses nossos clientes estavam tendo, vis-à-vis aos descontos menores que eles têm nos contrato conosco vis-à-vis o que eles têm com outros produtores.

Então, se você olhar o preço líquido - quando você faz uma análise do preço líquido praticado pelas empresas - você vai poder ver essa diferenciação. Evidentemente que no *mix* muitas vezes você não consegue detalhá-lo, por questões de Ásia e Europa, mas no *cômputo* geral você pode ver que, inclusive, o *mix* e o preço líquido de alguns produtores estão muito superiores aos de outros, e com isso você consegue projetar os números que estão sendo utilizados para esses descontos.

Então é uma questão de ajuste, eu acho importante; e também a possibilidade futura, eu acho que esses anúncios poderão ser feitos de maneira igual ou diferenciada, dependendo da oportunidade de cada um em seus mercados e dos seus níveis de desconto, que foram tratados em seus contratos de longo prazo.

E os maiores produtores continuaram seguindo os novos preços no mercado americano, da mesma forma que nós fizemos. Então acho que nós tomamos a atitude correta e mantivemos esse aumento, e com todos eles foi passado, sem problema nenhum, e os nossos clientes entenderam, assim como os demais também devem ter entendido.

Juliana Chu:

Perfeito.

Bernardo Szpigel:

Em relação a sua segunda pergunta, essas ações que a gente vai ter no exercício não são todas as ações que a ZDZ possui. Nós estamos falando de um total de mais ou menos 6 milhões de ações, e ainda vamos vetar proporcionalmente 1 milhão de ações, que não estão sendo investidas neste momento. A definição é que vamos cancelar essas ações.

Juliana Chu:

Perfeito. Muito obrigada.

Ivan Fadel, Credit Suisse:

Bom dia a todos. Eu queria explicar um pouco a questão do mercado de papel aqui no mercado doméstico. Minha pergunta seria no sentido de que eu vi que a demanda continua muito forte aqui no mercado doméstico para todos os tipos de papel, mas tem uma competição por importados. Eu queria saber do André como ele vê o mercado daqui para frente; quanto a Suzano pode crescer em termos de venda para os diferentes segmentos de papel, como ele vê a demanda e se ele está preocupado com a questão dos importados, e quando a gente pode ver alguma coisa mudar para fazer com que esses importados comecem a perder *market share*.

Eu entendo que no 1T chegou a quase 16%, historicamente esse número não passava de 12% nos melhores momentos do importado; chegou em 2002 a ter 8%. Então eu queria explorar um pouco a questão da visão do André para o mercado de papéis.

André Dorf:

Bom dia. Começando pela demanda, o mercado doméstico começou o ano bastante aquecido; os mercados onde nós atuamos apresentaram um crescimento médio de cerca de 8%. e aqui bem dividido entre papel-cartão, papéis para imprimir e escrever, revestidos e não-revestidos, e a Suzano acompanhou parte desse crescimento.

Você tem razão quando diz que uma das preocupações é a questão dos importados; a gente já percebe certa estabilização dos importados no segmento de couché, onde eles estão mais presentes, na ordem de 45%. Nos outros *grades* a gente percebe uma participação mais tímida do que o papel importado, cerca de 9% no papel-cartão e entre 5% e 7% nos não-revestidos.

A nossa expectativa, do ponto de vista de demanda, é que o mercado continue crescendo. A gente está vendo aqui bastante atividade nos segmentos promocional, de embalagem e nos segmentos ligados ao papel não-revestido, principalmente puxados pelos segmentos educacional, caderno e dados variáveis.

Com relação à estabilização das importações, uma das principais questões já comentadas aqui nos trimestres anteriores é a questão do papel imune, aquele papel que é imune de impostos e supostamente destinado a fins educacionais e publicações de conteúdo.

O setor vem atuando bastante junto às autoridades via Bracelpa, a Bracelpa está fazendo um excelente trabalho, e nós estamos confiantes de que esse cenário deve mudar até o final do ano. E se isso acontecer, a gente vai perceber uma melhora importante na questão dos papéis revestidos.

Ivan Fadel:

Existe uma estimativa sua — pode ser bem preliminar — de o quanto do papel couché, desses 45%, sairiam do mercado, perderiam competitividade se tiver um controle maior sobre a questão do papel imune?

André Dorf:

A gente não tem dados oficiais de quanto. Sabemos que a grande maioria do papel importado, mais de 90% do papel importado revestido vem sob a forma de imune. Mas a gente não sabe quanto efetivamente é destinado a aplicações imune. A Bracelpa está fazendo levantamentos em conjunto com as autoridades e tentando apurar isso aí.

Vale a pena destacar também a questão da sazonalidade; quando a gente fala de crescimento — e aí vale para os revestidos e também para os outros papéis —, a questão da sazonalidade do mercado interno. Tradicionalmente, 22% de toda a nossa venda do mercado interno acontecendo no 1T, e esse percentual vai crescendo ao longo dos trimestres, ao longo do ano.

Então normalmente a gente tem cerca de 22% no 1T, 25% no 2T e cerca de 27% no 3T e 4T do ano; e isso respeita bem a sazonalidade dos diferentes segmentos no mercado interno.

Ivan Fadel:

Está certo. Com a questão do papel de embalagem, com um crescimento de capacidade de outros concorrentes, está sendo difícil vender ou pode ter sido um *one-off* ter perdido um pouco de espaço e agora vai voltar aos trilhos?

André Dorf:

A gente percebe aqui no release uma certa queda no volume de papel-cartão no mercado doméstico, e isso é explicado por dois fatores: o primeiro deles é a saída da

unidade de Limeira, a antiga unidade da Ripasa, das nossas demonstrações; esta unidade foi alienada no 2S07. Isso já tira um pouco de papel-cartão da nossa capacidade.

O segundo fator é a entrada de nova capacidade no mercado doméstico. Nós não estamos sentindo grande pressão devido a esse segundo fator, e isso é comprovado pelo aumento de preços que tivemos. Quer dizer, nossos preços em Reais subiram 6% no papel-cartão se comparado ao mesmo período do ano passado. E o mercado está crescendo bastante, principalmente puxado pelo segmento de embalagem.

Ivan Fadel:

Está certo. Se eu puder abusar mais um pouco do seu tempo, já que você tocou no assunto preço, você acha que, para este ano os preços, partindo agora do último mês, de março ou abril, para frente no seu segmento, você vê qualquer pressão para baixo ou você acha que pode continuar repassando inflação até o final do ano para os preços domésticos em Reais?

André Dorf:

A gente não costuma dar *guidance* de preço, mas estamos muito positivos com os preços de não-revestidos; a gente está estimando um eventual aumento a ser implementado no 2T e percebido nas demonstrações do 3T nos não-revestidos, e bastante otimistas com os mercados de exportação.

Já implementamos aumentos em todas as regiões e a gente deve perceber, já no 2T, um aumento de preços de papel no mercado externo.

Ivan Fadel:

Perfeito. Obrigado.

Pedro Grimaldi, Goldman Sachs:

Bom dia. Eu só queria voltar ao ponto da venda de energia: eu queria saber se vocês têm uma idéia de margem nessa venda.

Bernardo Szpigel:

O valor que a gente está representando aqui das vendas, o preço de venda dessa energia, e eu acho isso muito feliz, não na ordem de grandeza, mas acho que está na base de R\$270 por MWh, e o custo dessa energia está em R\$35, e nós vendemos de R\$50 a R\$70 mais ou menos; então, é uma margem muito alta.

Pedro Grimaldi:

Obrigado.

Verena Wachnitz,:

Bom dia. Eu tenho duas perguntas: a primeira é se você pode falar um pouco do *cash production cost* para o segmento de *pulp* daqui para frente nos próximos trimestres, o que podemos esperar.

E depois, a segunda pergunta é sobre as despesas de vendas e administrativas: esse patamar de R\$60 milhões por trimestre é sustentável daqui para frente, para o resto do ano? Quais são as expectativas de vocês para isso? Muito obrigada.

Bernardo Szpigel:

Bom dia. Com relação à primeira pergunta, quanto ao *cash cost* para celulose, o que a gente tem estimado e temos conversado é o seguinte: o custo caixa, tirando os períodos em que a gente tem paradas para manutenção programada, para ter uma base; nós acreditamos que os nossos custos estão caminhando para uma faixa, até conservadoramente, de R\$400 a R\$410 por tonelada.

A gente vai caminhar neste sentido à medida que nós vamos atingindo e completando a curva de aprendizado na Linha 2; nós ainda estamos produzindo abaixo da capacidade de produção de 1 milhão de toneladas. Aí tem um componente de diluição de custos fixos, que acaba elevando o custo; e também ainda não estamos com estabilização nos consumos específicos, que também tendem a ser muito bons nessa nova linha.

O que nós informamos sobre os R\$452 no trimestre já é um bom resultado, considerando que a gente ainda está, nas nossas avaliações, longe de chegar a todo o potencial que podemos chegar. Já há uma evolução em relação ao 4T07 e continuamos evoluindo bem. Há uma boa perspectiva de esses R\$400 a R\$410 até serem melhorados em relação ao que a gente está calculando. Na medida em que a produção permite, as coisas estão caminhando como a gente falou.

A outra pergunta?

Suzano 2:

A segunda pergunta é sobre despesas administrativas na faixa de R\$60 milhões.

Bernardo Szpigel:

Se você olhar ano a ano, ela tem baixado; então, nós vamos procurar melhorar em relação aos números que estão aqui. A gente acredita que vai conseguir uma redução, pelo menos nos próximos dois anos, na faixa de 5% por ano; são números que a gente imagina que vai conseguir.

A gente vem em uma trajetória de redução dos custos, e pelo menos na faixa de 5% ao ano a gente vai conseguir reduzir. Então eles devem ser melhores do que o que a gente mostrou nesse trimestre.

Verena Wachnitz:

Perfeito. Obrigada.

Felipe Jiman, Neo Investimentos:

Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas: uma é em relação a volumes para frente; se você for ver, volume de celulose foi 348.000 toneladas no 1T. Se você multiplicar por quatro, para ver alguma coisa no ano, daria 1,4 milhão de toneladas; estaria um pouco abaixo do 1,6 milhão que seria a capacidade total. E também em relação ao volume de papel, estaria por volta de 1 milhão, já estaria por volta do que é produzido. Eu queria entender um pouco mais a parte de volume de celulose, quanto vocês estão esperando de vendas até o final do ano.

E a minha segunda pergunta, voltando um pouco em relação ao custo caixa, eu queria entender um pouco o que é o custo caixa com a madeira - vocês reportam sem a madeira - e entender um pouco mais sobre as paradas. Teve essa parada que é R\$36 por tonelada; eu queria entender quais outras paradas estão programadas para o ano e quanto seria mais ou menos o custo caixa estimado?

Bernardo Szpigel:

Inicialmente, com relação a volume de vendas de celulose, neste ano nós temos uma produção de 900.000 toneladas na nova linha. Isso somado com a nossa produção já existente, daria, para este ano, se tudo vendido, considerando esse volume seria da ordem de 1,6 milhão toneladas no ano.

Em papel, nós estamos trabalhando com o número de 1,1 milhão de toneladas, que é a nossa capacidade. Então, vender a nossa capacidade é o raciocínio. Esses seriam os números

Com relação a custo de caixa, de produção, o efeito da parada; nós tivemos nesse trimestre uma parada cujo custo foi de R\$36 por tonelada, mais ou menos R\$10 milhões, R\$11 milhões. Isso é mais ou menos o que uma parada normalmente tem; a gente deve ter uma parada mais curta no 2S, deve ser no 3T, com a programação atual.

É importante mencionar aqui, aproveitando a sua pergunta, que quando ocorre uma parada, primeiro tem custos da parada propriamente dita, que aparecem relacionados aí. Nosso custo unitário fixo também sobe um pouco, o custo caixa unitário sobe um pouco, porque nós temos a diluição de custos fixos sobre uma produção menor, e no caso desse período que estamos vivendo, de curva de aprendizado em Mucuri, nós acabamos ainda consumindo um pouco mais ou de combustível ou de insumos relacionados a essa parada.

De maneira que mesmo esses R\$452 milhões que estamos mostrando sem o custo da parada, está de certa forma acertado por essa parada. Ele tenderia, em condições normais, até a ser um pouco menor do que nós estamos mostrando.

Apesar de o número ser bom, ele ainda não foi tão bom quanto será em condições normais. O efeito desses R\$10 milhões ou R\$11 milhões só em termos de margem, margem de EBTIDA ou margem bruta, representa 1,2 p.p. Então é um trimestre que está marcado por isso; tem o custo da parada, e é uma parada ainda em condições não totalmente estabilizadas da Linha 2.

Felipe Jiman:

Essa primeira parada foi de Mucuri ou foi de Suzano?

Bernardo Szpigel:

A parada de Mucuri. E esses custos que a gente está vendo são custos caixa de Mucuri, e o efeito unitário também.

O custo da madeira, quando ele está em forma de custo caixa, nós excluimos aí o custo da madeira em pé, basicamente a exaustão; ela compõe o nosso CPV, mas não é um item caixa, porque o caixa foi usado anteriormente para ter a madeira em pé, no plantio e manutenção ao longo dos sete anos.

Nós estamos com um nível de exaustão de R\$35 por tonelada. Quando você faz em termos de custo, com a exaustão, e aí já não é caixa, ele teria mais R\$35.

Felipe Jiman:

OK, obrigado.

Felipe Ruppenthal, Geração Futuro:

Bom dia a todos. Minha pergunta é referente aos *spreads* entre fibra longa e fibra curta. A gente tem observado que elas saíram de US\$100 em fevereiro, chegaram a US\$80 no início de abril e se encontram em níveis de US\$50. Nesse cenário atual de forte crescimento de fibra curta, é possível a fibra curta convergir para o preço da fibra longa? Queria saber qual a visão de vocês sobre isso e se há um nível de *spreads* que torne desvantajoso alguns produtores mudarem o processo de fabricação e usarem fibra longa por fibra curta.

Rogério Ziviani:

Se nós olharmos o histórico do *spread* do 1T, em 2008 ele de fato vem caindo, nós tivemos no 1T, com relação à fibra curta e fibra longa, um *spread* de US\$100 em janeiro, foi caindo para US\$80 em fevereiro, e ele vem caindo, em março manteve nesses US\$80, e com perspectiva em abril de cair um pouco mais com esses anúncios que nós fizemos no mês de abril.

Historicamente, se nós olharmos o passado, esse *spread* ficava alguma coisa em torno de US\$150. Ele já esteve invertido por um período curto no passado, no qual o preço da celulose de fibra curta, principalmente de eucalipto, teve um *spread* positivo, de aproximadamente US\$60 por um período curto e por volta de US\$30 por quase

seis meses. Então tem um fator de oferta e demanda temporária, alguns problemas de produção, sazonalidade e tudo mais.

Mas se você olhar pelo histórico nós deveríamos manter por volta dos US\$50, e se olharmos pelos não-investimentos em novas capacidades de fibra longa, nós também podemos observar que poderá haver, no futuro, um ajuste e voltar a esses patamares.

Se você também olhar os analistas de mercado, ler as projeções futuras de preço que estão sendo publicadas, esse *spread* diminui, chegando até em momentos em que ele pode ficar a zero ou negativo novamente no final do ano. Tudo isso são projeções devido às capacidades de que estão entrando; e das novas máquinas de papel que também estão entrando, de grandes produções de papéis de imprimir e escrever e de papéis couché, que no hemisfério norte são ainda utilizados em grandes proporções de fibra longa, quando você já vai para essas novas máquinas que estão entrando no mercado asiático, elas funcionam com praticamente 80%, 90% de celulose fibra curta; o que é o design dessas novas máquinas, e algumas delas até 100% de fibras curtas em geral que estão utilizadas, principalmente o eucalipto.

Se essa tendência continua, e não há nenhum fechamento nesse patamar de preços que nós estamos vislumbrando para até o final desse ano, como eu disse na primeira pergunta, nós teríamos ainda um patamar desses produtores de fibras mais elevadas, de custo mais elevado, mantendo-se no mercado provavelmente com *spreads* menores com relação a fibra curta.

Então eu acho que sazonalmente é temporário, algumas eu sei que podem ter negativos, mas no longo prazo eu vejo que essa tendência é de voltar, uma vez que não há investimentos anunciados em fibra longa; muito pelo contrário existem alguns até de fechamento mais adiante.

Felipe Ruppenthal:

OK, obrigado.

Marcos Prado, Explora:

Bom dia a todos. Eu queria perguntar sobre a margem bruta do papel, como anda o business e como isso está distribuído entre os diversos tipos de papel, para ter uma idéia de como anda a competição em cada um deles vis-à-vis o repasse de custos.

André Dorf:

A gente não costuma divulgar a margem bruta por produto. O que eu queria aproveitar a sua pergunta para dizer é o seguinte: nossos custos variáveis e fixos unitários do papel têm se mantido ao longo dos últimos trimestres, então não temos observado aumento de custo unitário; e os nossos preços, como o próprio Maciel ressaltou no começo do *call*, têm subido em USD e sofrido leve queda em Reais.

Então, as nossas margens têm sofrido um pouco em Reais e melhorado em USD.

Marcos Prado:

Está certo. Muito obrigado.

Operadora:

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Antonio Maciel Neto para as considerações finais.

Antonio Maciel:

Para o encerramento, eu quero agradecer a participação de todos e fazer alguns comentários breves. Primeiro, pelo lado do mercado nós estamos bastante otimistas em relação ao andamento do ano; no lado da celulose vocês estão vendo um mercado bastante aquecido, puxado pela demanda, fechamento de capacidade, substituição de fibra longa por fibra curta.

Então, na celulose nós temos uma perspectiva onde a demanda está bastante forte, temos perspectivas ainda de aumento de preços, de melhoria dos preços, muito provavelmente ainda no 1S. A Suzano vai ter volumes maiores à medida que a curva de aprendizado vai andando; à medida que nós formos consolidando a Linha 2 de Mucuri, nós teremos mais volume.

Do ponto de vista de mercado de celulose nós temos uma perspectiva interessante de preços, do nível atual para cima, e a Suzano terá mais volume com uma demanda forte dos nossos clientes já existentes, dentro dos nossos contratos existentes. Então nós temos mais volumes, que serão colocados dentro dessa situação.

Na área de papel também tem uma perspectiva interessante, porque passamos pelo 1T, onde o volume é menor, e também onde, reflexo de várias ações de fechamento de capacidade nos Estados Unidos e principalmente na Europa, o mercado externo está permitindo que façamos uma recuperação interessante de preços em USD.

E no mercado interno, em alguns segmentos, especialmente no não-revestido, também temos perspectivas interessantes de preço. Então o volume anualizado também tende a aumentar, porque passamos sazonalmente por um trimestre em que os volumes são menores, e também há uma perspectiva de preço importante.

No lado dos custos é a mesma história: à medida que a curva de aprendizado de Mucuri vai andando, a tendência do nosso *cash cost* de celulose é diminuir. Nós temos essa perspectiva.

Na área de papel, o André já fez uma menção, os nossos custos estão estáveis e até caindo, dado um esforço interno muito grande de excelência operacional, de programas de estabilidade de máquina, Seis Sigma, um esforço grande em todas as áreas na parte de redução de custos variáveis. O Bernardo mencionou um esforço de redução de custos fixos também, custos administrativos, que também estamos ano após ano tendo custos menores relativos ao nosso faturamento.

Dito isso, pelo lado dos preços, dos volumes, tanto na celulose como no mercado nós temos uma perspectiva interessante e estamos bastante animados com o andar do ano.

Vou fazer um comentário rápido também sobre os nossos planos futuros de crescimento. Nós temos internamente trabalhado muito no nosso plano de crescimento orgânico, temos já um balanço bastante robusto, e vocês estão vendo a velocidade com que ele está se fortalecendo à medida que a relação dívida líquida/EBITDA vem caindo fortemente. É só vocês fazerem as contas e verificarem a situação, a robustez desse balanço para o nosso crescimento orgânico à frente.

Então nós temos um plano de crescimento orgânico interno bastante interessante, continuamos trabalhando nos detalhes, estamos trabalhando na parte da infraestrutura e estamos bastante fortes e robustos no que se refere ao crescimento orgânico: de um lado, uma perspectiva muito interessante de competitividade da Suzano, pelos custos, pela qualidade, pela presença de mercado, pela tradição; por outro lado pela demanda muito forte do mercado; e por outro lado o que nós já aprendemos e temos condição de fazer aqui no Brasil para frente, suportado por um balanço bastante robusto.

Do ponto vista operacional há bastante otimismo, do ponto de crescimento orgânico há boas perspectivas ao longo do ano para avançarmos nesse assunto.

Muito obrigado a todos e um grande abraço. Estaremos sempre à disposição aqui a qualquer momento, Bernardo, Vinicius, toda a nossa equipe, os nossos diretores aqui presentes para esclarecer qualquer dúvida; é só ligar que teremos grande prazer em conversar. Um abraço.

Operadora:

A teleconferência da Suzano Papel e Celulose está encerrada. Agradecemos a participação de todos.

]

"Este documento é uma transcrição produzida pela MZ Data Products. Ao passo que é feito o possível para garantir a qualidade da transcrição, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Este documento não reflete nenhuma opinião de investimento. O conteúdo é de responsabilidade da empresa que realizou o evento que está transcrito neste documento. Por favor, consulte o website da respectiva companhia para mais informações sobre limites de responsabilidade."