



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 4T06.

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 empresa e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando maiores 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, Diretor Presidente; Bernardo Szpigel, Diretor Financeiro 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 do Projeto da Unidade de Mucuri.

Informamos que algumas informações contidas nesse *conference call* podem ter projeções ou afirmações sobre expectativas futuras. Tais informações estão sujeitas a riscos conhecidos ou 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.

Antonio Maciel Neto:

Bom dia a todos, queria agradecer a participação. Temos aqui todos os diretores presentes, o Bernardo Szpigel, nosso CFO; o Rogério Ziviani, Diretor de Celulose; André Dorf, Diretor da área de Papel; Ernesto Pousada, responsável pelo projeto Mucuri; e Gustavo Couto, nosso RI e Gerente de Planejamento também.

Vou passar a palavra para o Bernardo, que vai fazer a apresentação inicial, são poucos *slides*, nós vamos ter bastante tempo para responder as perguntas.

Bernardo Szpigel:

Bom dia a todos. Usando, então, a apresentação que está disponível no nosso *site*. Passando para o *slide* dois, os destaques que a gente gostaria de mencionar, primeiro em relação aos preços de celulose, principal fator de *drivers* do nosso resultado, manutenção de preços de celulose no mercado, com a celulose de eucalipto com US\$680 CIF Norte da Europa. A demanda continua aquecida.



O projeto Mucuri está entrando na fase de montagem, e estamos em linha com o cronograma físico e financeiro, a fase de montagem já em bom andamento. O investimento no trimestre no projeto Mucuri foi de US\$239 milhões, completando já US\$773 milhões investidos no projeto.

Outro destaque é a liquidez das ações, que teve uma melhora importante e contínua, que atingiu, no 4T06, US\$7 milhões diários. Em fevereiro foi realizada a oferta secundária de ações, e nosso *free float* atingiu 42% do total das ações.

No *slide* três, o status do Projeto Mucuri. Como já mencionamos, ele tem US\$773 milhões, ele representa 58% do desembolso. Já está com a montagem adiantada, por exemplo, a caldeira, o balão da caldeira de recuperação, já montado, fase de montagem de equipamentos e desmobilização de obras civis. O programa de investimentos para esse ano de 2007, nós temos previstos US\$483 milhões, e para o ano que vem, ainda uns US\$50 milhões, para completar o total do investimento.

Temos também aí a abertura do financiamento para o projeto, que foi em ótimas condições, com as participações do BNDES, das ECAs, do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), representando 78% do total dos investimentos, com prazo a longo e custos baixos.

Algumas fotos no *slide* quatro, com destaque aqui para a primeira à esquerda, lá em cima, caldeira de recuperação, já bem avançada; a secagem, segunda à direita, já está com 40% da montagem feita, já estamos com a montagem mecânica bem adiantada, e iniciando a montagem elétrica.

A linha de fibras será a maior linha de fibras do mundo, com um ótimo desempenho em relação a consumo de químicos e características da celulose produzida.

No *slide* cinco, os destaques na unidade de negócios Celulose. O preço médio líquido do 4T foi de US\$594/tonelada, contra US\$587/tonelada no 3T06, uma elevação de US\$7, contra US\$504/tonelada no 4T05. Demanda em nível de estoques mantém bons fundamentos no setor nesse 1T07; a demanda mundial de celulose cresceu 1,5 milhões de toneladas no ano de 2006, 3,9%; com destaque para a celulose eucalipto, com crescimento de 12% na demanda,

Outro destaque importantíssimo, também: no ano, houve um fechamento de 1,8 milhão de toneladas anuais de capacidade, o que mantém, então, o mercado em condições muito boas, como tivemos em 2006. O *spread* entre celulose de fibra longa e de fibra curta atingiu, em fevereiro, US\$80/tonelada, o que é um sinal importante para a sustentação de preços.

No que se refere a custos e estoque de celulose, no *slide* seis, os estoques mundiais estavam em 31 dias, dois dias acima de setembro, baixos, mas estáveis. O custo caixa - este é o ponto negativo - foi de US\$220/tonelada em



Mucuri, principalmente por causa do efeito de parada não-programada da nossa caldeira de recuperação e forno de cal, que resultou em uma elevação de quase cerca de US\$16/tonelada não-recorrentes durante o 4T06. O nosso custo caixa, no ano, mesmo com esse evento, acabou ficando em US\$204/tonelada.

Na unidade de negócio Papel, são boas as perspectivas do setor. No mercado interno, preços estáveis no 4T06, e anúncio de preços não-revestidos em janeiro de 2007. No mercado externo, preços estáveis no início do ano, com perspectivas positivas e estruturação de produtores no Hemisfério Norte e produtores de alto custo de produção.

Tivemos um volume de vendas de papel vendido no mercado interno de 66%, a média de 63% já foi acima da do ano passado, que foi de 57,5%, e no trimestre, então, foi de 66% contra a média de 63%.

Outro destaque é a aquisição de Embu, que nós acabamos de anunciar, no qual podemos pagar US\$20 milhões por 50% da unidade, representa complementaridade de ativos nossos em papel cartão; são ativos de qualidade, com uma capacidade e 48 mil toneladas.

Nas vendas de papéis, em *slides* pro forma, no 4T06 tivemos 272 mil toneladas, comparadas com 292 mil no 3T e 257 mil no 4T05.

Os destinos das exportações: a América Latina continua sendo um destino importante para a gente, 46% das exportações, seguidos de Europa e América do Norte.

Quanto aos destaques na área financeira, no *slide* nove, olhando a comparação do 4T06 com 4T05, alguns pontos a destacar. No que se refere a volumes, trimestre contra trimestre, vendemos mais papéis no mercado interno, cerca de 20% a mais, passamos de 150 mil para 180 mil, e vendemos menos celulose, 138 mil para 107 mil, uma queda de 22%. O custo caixa de celulose, um dos fatores que já mencionamos, acabou ficando acima, ficou em R\$499 contra R\$475, um crescimento de 5,1%. O nosso EBITDA cresceu de R\$217 milhões para R\$261 milhões, 20% em reais e 26% em USD. A margem - tem um erro na apresentação aí - na realidade subiu 4,1 p.p., de 28,6% para 32,7%.

A relação dívida líquida/EBITDA evoluiu de 2,6x para 3,65x, pro forma, considerando os 50% da Ripasa dos últimos 12 meses, efeito, principalmente, do investimento no projeto Mucuri.

No *slide* dez, comparação do 4T com o 3T. A comparação desse trimestre com o 4T, que é um trimestre com desempenho inferior ao 3T, vimos aí questões em volumes, tanto em papéis no mercado interno, nem tanto, mas celulose no mercado externo, caindo 12,3%. O nosso lucro líquido, comparando trimestre contra trimestre, caiu de R\$98 milhões para R\$90 milhões, uma queda de 8%; e a comparação do lucro líquido no 4T, na realidade, foi positiva, porque lá no 4T05 nós não tínhamos tido o prejuízo de R\$3 milhões contra um lucro de R\$90



milhões nesse trimestre. O custo caixa de celulose, que a gente já mencionou, e o EBITDA, pelos fatores acima, apresentou uma queda em reais, de 12,7%, e em USD, também.

A margem caiu de 35% para 32,7%, cerca de 2,3 p.p., em boa parte refletindo aspectos relacionados a despesas administrativas e comerciais e a aumento de custo. E algum efeito, claro, de volume.

A relação dívida líquida/EBITDA evoluiu de 3,27x para 3,65x na base de pro forma.

Indo para o *slide* 11, agora comparando ano contra ano, tivemos aumento de volume, aumento tanto em volume total quanto de papel no mercado interno, quanto de celulose. No mercado interno, o destaque aí, 28,8%, refletindo as melhorias substanciais ocorridas nesse mercado. O nosso lucro líquido caiu 11,2%, principalmente afetado pela menor variação cambial ocorrida em 2006 contra 2005. O nosso custo caixa, ano contra ano, ficou melhor, em 4,6%, considerando que 2005 foi o primeiro ano de operação da otimização lá em Mucuri, então toda a evolução positiva começou a aparecer já em 2006.

No que se refere a EBITDA, uma melhoria de 14% em reais e 27% em USD. Atingimos, no ano, US\$478 milhões, esse nível. Estamos operando já na faixa dos US\$500 milhões de EBITDA. A margem apresentou uma melhoria de 32,8% para 33,5%, a despeito do 4T, no qual tivemos problemas.

Outros destaques, agora na página 12. O perfil do endividamento, nós estamos em condições de endividamento muito boas, de maneira geral, na empresa, uma excelente liquidez. Temos R\$1,5 milhão em caixa, comparado com R\$1,1 milhão em 2005. Fizemos uma operação de US\$200 milhões em *stand-by*, com prazo de até seis anos, três para sacar, três para pagamento, o que melhora, ainda, a condição de liquidez. O prazo médio de endividamento de longo prazo foi elevado para 4,2 anos, e que deverá continuar crescendo, inclusive, com o próprio projeto, financiamentos de projetos, que têm prazos médios de oito anos de pagamento. O cronograma de amortização da dívida está em baixa, com uma posição bastante confortável em relação se comparado a elevação da nossa alavancagem medida por dívida líquida/EBITDA.

Na página 13, a melhoria da liquidez, que foi expressiva, e das negociações, esse foi um excelente resultado ao longo do ano, refletindo a percepção dos investidores e dos analistas sobre a Suzano e seu crescimento.

Com isso a gente conclui a minha apresentação aqui, e podemos passar para as perguntas.

Marcos Assunção, Merrill Lynch:

Bom dia a todos. Minha primeira pergunta vai para o Rogério Ziviani. Eu queria entender um pouco, vocês colocaram no *press release* que o preço na China,



agora no 1T, já estava um pouco mais fraco do que no 4T, voltou aos níveis do 3T. Eu queria entender quais são os principais *drivers* para o mercado ao longo do 1T e do 2T, o que vocês estão enxergando para tendências de preços de celulose.

E uma segunda questão aqui seria se o aumento de celulose de fibra longa anunciado para março, se você está vendo possibilidade de ele ser implementado, e caso ele seja, acho que o *spread* aumentaria entre celulose de fibra longa e fibra curta, aumentaria para perto de US\$100/tonelada; e se você vê isso como um suporte para você estar, também, eventualmente, aumentando preço de fibra curta ao longo do 2T.

Rogério Ziviani:

Bom dia, Márcio; bom dia a todos. Os preços da celulose na China durante os meses de janeiro e fevereiro tiveram um comportamento igual, não houve queda, e houve um ajuste em alguns segmentos devido às exportações, à taxa de exportações, que eles passaram a não ter mais o V.A.T. Então, algumas empresas passaram a ter esse custo, que fizeram com que nós tivéssemos alguns pontuais ajustes que foram feitos. Existe também uma oferta um pouco oriunda do Chile. Evidentemente, eles estão tentando encontrar algum caminho para essas novas tonelagens, e que também seja uma oferta um pouco acima do que estava esperado. Porém, não houve tanta pressão sobre os preços, nós continuamos em um patamar entre US\$630 e US\$650, que foram as médias praticadas no 4T06.

Com relação ao preço anunciado da fibra longa, eu acho que ainda é cedo para ter uma análise sobre se eles vão ser praticados ou não. Eu acredito, pessoalmente, que vá ser implementado devido à não grande oferta, vamos dizer assim, um maior aumento na oferta desse produto no mercado. E existem, ainda, mesmo com US\$100 no *spread*, eu acho que, devido à capacidade do Chile ainda estar sendo colocada como fibra curta, nesse momento, por uma questão de *start-up* deles, que foi pelo manejo florestal. Eu acredito que, ainda, nós teremos um mês de março com implementação, sim.

Porém, ainda é cedo, como eu disse, estamos na primeira semana, para poder fazer qualquer análise.

Márcio Assunção:

OK. Eu queria fazer uma pergunta agora para o André Dorf. Eu queria que você comentasse um pouco sobre o cenário de papel no mercado doméstico, como é que está a competição, principalmente com International Paper, e se você também vê como está a competição com relação aos importados, principalmente na parte de *coated*, e se também está impactando um pouco o mercado de *uncoated*, e se isso seria uma restrição para vocês colocarem o aumento que vocês estão anunciando, já anunciaram em janeiro em *uncoated*, eu queria que você especificasse de quanto é esse aumento, por favor.



André Dorf:

Bom dia a todos. Bom, o mercado tem crescido nos últimos trimestres e continua crescendo esse ano, o mercado doméstico. Nossos preços, no 4T, ficaram em linha com aqueles praticados no 3T, e nós anunciamos, no início do ano, então, um aumento médio de preço de 5% na linha de não-revestidos, e conseguimos implementar esse aumento já totalmente. Com relação à concorrência com a IP, no fundo, a transação VCP/IP não trouxe um desbalanceamento entre oferta e demanda; então, o que houve foi uma troca de quem vende o produto no mercado. Então, a gente não imagina que vai ter impacto negativo do ponto de vista de oferta no mercado. Estamos confiantes que esse aumento que foi anunciado no começo do ano vai ser implementado, e pode, eventualmente, ser seguido por outros *players* também.

Márcio Assunção:

Está bom. E com relação à competição de importado, você vê um aumento, dada, no começo do ano, uma contínua apreciação do real?

André Dorf:

Na verdade, a pressão do papel importado acontece, como você bem mencionou, no papel revestido, no papel couché, e nós verificamos um pequeno decréscimo de preço no 4T, já em função desse maior volume de importados. Nas outras linhas, o impacto é bem menor, e não está impactando o preço.

Márcio Assunção:

OK. Obrigado. Eu queria fazer uma última pergunta para o Bernardo, com relação à alíquota efetiva do imposto de renda do ano de fiscal de 2006, e, para Suzano, foi muito próximo do limite de 34%. Eu queria entender se existe alguma iniciativa na área de planejamento tributário da empresa para reduzir essa alíquota e trazê-la para um nível mais próximo dos competidores do setor, que tem mostrado alguma alíquota um pouco mais baixa, ou se houve algum efeito não-recorrente neste trimestre, para a alíquota vir muito alta.

Bernardo Szpigel:

Bom dia Marcos. Realmente, no trimestre, a gente acabou tendo uma alíquota efetiva bem mais alta, e é um efeito não-recorrente de ajuste de provisão para imposto de renda, não tem efeito caixa. Em termos de pendências para o futuro, principalmente levando em consideração que nós temos projetos em áreas incentivada, com o Projeto Mucuri. Com isso, nossa alíquota efetiva tende a continuar caindo, principalmente por essa questão dos incentivos fiscais. Estamos trabalhando nesse sentido, de trabalhar em cima desses incentivos.

Márcio Assunção:



Bernardo, você poderia dar um número para 2008, mais ou menos, que a gente poderia trabalhar nos nossos modelos como um número recorrente já, dado que Mucuri já vai entrar em operação em 2008?

Bernardo Szpigel:

O raciocínio que você pode fazer, só para efeito do Projeto Mucuri relacionado a imposto de renda, é que a gente tem aquela redução de 75% da alíquota de imposto de renda, quer dizer, então, de 25%, ela cai para 6,25%. Uma queda de quase 20 p.p. na quantidade adicional que a gente vai faturar com o Mucuri.

Márcio Assunção:

Está ótimo. Obrigado.

José Luiz Montans, Skopos:

Bom dia a todos. A minha questão, voltando um pouco no papel, Dorf, é entender um pouco o que vocês estão enxergando, o que vocês esperam para volume de vendas, tanto em mercado interno quanto em mercado externo para o 1T, talvez o 2T.

André Dorf:

Nós tivemos, como você puderam perceber no *release*, uma queda de volume, não no mercado interno, mas nas exportações, que foi uma questão pontual aqui. Parte desse volume foi em função dos embarques; perdemos alguns embarques, e parte foi por um movimento de transição, seja de Ripasa, seja de VCP, na América Latina. Então, esses movimentos pontuais de transição provocaram esse volume a menor de vendas na América Latina.

O nosso volume de cruzeiro, o volume de vendas, se assemelha mais àquele do 3T. Então, a gente não dá *guidance* de volume para os próximos trimestres, mas essa venda que foi feita a menor no 4T foi pontual e não deve se repetir daqui para a frente.

José Luiz Montans:

Obrigado.

Juliana Chu, BES Securities:

Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas. A primeira é em relação ao comportamento das despesas comerciais no 4T. A gente viu uma elevação, parte disso a gente sabe que é por conta do menor volume, mas eu queria que, se vocês pudessem dar um pouco mais de detalhes, saber qual seria o patamar ideal que vocês estão buscando para 1T. E a segunda pergunta é em relação à



aquisição de vocês da planta de Embu, se vocês poderiam falar se vocês vão apurar ágio ou deságio no balanço, quer dizer, em relação ao valor contábil do ativo. Obrigada.

Bernardo Szpigel:

Bom dia, Juliana, vou responder uma parte. Depois, talvez, implementado na parte de vendas, se o Rogério e o André quiserem comentar... De fato, no 4T, nós tivemos, se você olhar comparando com o 3T, uma elevação de uns R\$4 milhões nas despesas comerciais. Desses R\$4 milhões, mais ou menos metade são coisas não-recorrentes, que não terão continuidade. A outra metade, R\$2 milhões, são despesas sazonais, não ocorrem todo trimestre, mas ocorrem em algum trimestre, por exemplo, campanha de incentivos para distribuidores. Mas, o principal deles é esse, cerca de R\$1 milhão. Entre os não-recorrentes, nós temos alguma coisa de *software* para TI e de divulgação também de produtos de mercado externo e algumas provisões.

Em termos de linhas gerais para os próximos trimestres, a gente deve voltar a alguma coisa com base a partir do que a gente teve no 3T como ponto de referência. Sobre Embu, na questão de ágio e deságio, não tem nenhuma movimentação de ágio e deságio em relação a essa aquisição em si. Todos os efeitos de ágio já estão dentro do máximo, então, o resultado da própria aquisição de Embu feita dos acionistas controladores e a reestruturação societária. Nós vamos ter, agora, a possibilidade da realização desse ágio para efeitos tributários, porque, quando a gente completar a reestruturação, nós vamos fazer uma cisão desses ágios da Ripasa. Isso é um evento de realização, então nós vamos começar, agora, a ter possibilidade de deduzir do ponto de vista tributário.

Juliana Chu:

OK, obrigada. Poderia fazer mais uma pergunta? Ainda em relação aos ativos de Ripasa, vocês não têm interesse nas outras duas plantas. Eu queria saber como está o processo de desinvestimento dessas duas outras plantas da Ripasa.

André Dorf:

Muito bem. Nós temos uma base contratada para conduzir o processo de alienação desses ativos, e o processo já está em uma fase adiantada, em contato com potenciais interessados, e deverá ser concluída em breve.

Juliana Chu:

OK. Muito Obrigada.

Rafael Daborda, Geração Futuro Corretora:

Bom dia. Eu queria que vocês comentassem um pouco mais sobre a expectativa dos preços de papéis não-revestidos para o ano de 2007. E também se vocês



esperam uma queda no preço de celulose no 2S, em função da entrada da unidade de Mucuri.

André Dorf:

Os sub-preços de papel, a gente implementou com êxito, como eu disse, um aumento de preços, por enquanto, em não-revestidos no início do ano. Esses novos patamares de preço, esse novo aumento de preço está sendo absorvido pelo mercado, e, por enquanto, nós não temos nenhum novo aumento anunciado.

Com relação à celulose no 2S, nós temos os analistas de mercado conhecidos prevendo uma suave queda, tendo em vista a entrada de algumas capacidades, porém, vai depender muito do ritmo de fechamento. Como nós vimos no ano passado, e foi dito pelo Bernardo no início da apresentação, tivemos 1,8 milhão de toneladas de fechamento. Então, tudo isso vai ter que ocorrer durante o 2T para que a gente possa avaliar melhor como será o comportamento desse preço.

Rafael Daborda:

Certo. Muito obrigado.

Marcos Assunção, Merrill Lynch:

Só um *follow-up* com relação à pergunta do José Luiz. André, você poderia me informar, como vocês informaram no *press release*, o volume de celulose que foi atrasado no embarque de dezembro e passou para janeiro, de 11 mil toneladas, qual foi o impacto em termos de papel?

André Dorf:

Foram quatro mil toneladas.

Marcos Assunção:

OK. É só isso.

Luiz Soares, Skopos:

Eu tenho duas perguntas, uma para o Antonio Maciel e outra para o Ernesto. Ernesto, do projeto, você falou da questão do desembolso na apresentação, eu queria saber dos grandes problemas no decorrer do projeto, a questão de chuvas, greve, etc.. Eu queria saber como está, na sua visão, quanto já foi, da maior parte dessas questões, como você está vendo o projeto; se você pudesse discorrer um pouco sobre dificuldades a vir, como você está vendo a questão de prazo, também.



Depois, eu queria fazer uma pergunta para o Antonio Maciel: desde que ele entrou na empresa, quais foram os pontos mapeados por ele que ele acha que a empresa precisa focar esforços, e que ele está trazendo gente? Falar um pouco sobre quais são as coisas que ele acha que a Suzano, para colocar a empresa em um outro patamar, e para onde ele, principalmente, está direcionando seus esforços.

Ernesto Pousada:

Bom dia a todos. A respeito da primeira pergunta, do projeto, o mais importante é que o nosso cronograma está, já decorridos mais de 80% da execução da obra, dentro do programa, dentro do prazo, o *start-up* previsto para outubro. Por isso que a maior parte das dificuldades e problemas já ficou para trás, já conseguimos vencer esses obstáculos – grande parte, como eu disse.

Nós já estamos iniciando a montagem elétrica, o Bernardo mencionou a montagem mecânica bastante avançada, mas já estamos avançando na montagem elétrica, e logo iniciamos também instrumentação, que já é o ajuste final para o início das operações.

Então, chuvas – você perguntou, especificamente – hoje afetam muito pouco. Não temos tido muita chuva também lá especificamente em Mucuri, então isso, também, nesse momento do projeto já afeta muito pouco o andamento das obras. Então, no geral, temos um grande grau de confiança de que o *start-up* realmente vai atender conforme o previsto, de começar a operação em outubro deste ano.

Antonio Maciel:

Bom dia a todos, novamente. Para responder sua pergunta, o Ernesto já respondeu a primeira parte: nesses nove meses completados ontem, a data do nascimento aí dessa criança, o ponto mais importante, fundamental, que nós temos de desafio para esse ano é o lançamento do projeto Mucuri, *on time* e *on budget*.

É uma mega-operação, você pode fazer a conta aí e verificar o que isso vai representar em termos de geração de margem operacional e geração de caixa diário. Então, nós estamos todos mobilizados no sentido de colocar esse projeto Mucuri no momento correto, sem pendências, e até agora o projeto está sendo excepcionalmente bem administrado; o gerenciamento de uma operação dessas é super complexa, nós temos 3.600 pessoas trabalhando no canteiro hoje. Então, isso está indo bem, e é um ponto fundamental.

Pelo lado do aumento de receita e do crescimento, nós temos a integração da Ripasa, que está praticamente concluída. Quer dizer, do ponto de vista operacional, o desempenho da Ripasa tem melhorado bastante, bem acima das expectativas da época da aquisição, quer dizer, nós já capturamos as sinergias, além do que considerei anteriormente. Então, nós temos uma continuidade operacional, de fazer mais e mais... Quer dizer, a Ripasa agora com a aquisição



de Embu, que são 48 mil toneladas de cartão nos segmentos de valor agregado alto, a máquina recém-reformada de capacidade de muitas sinergias conosco, conseguir atender melhor com volumes adequados.

Então, na parte de Embu, que também faz parte da estrutura da Ripasa, nós temos aí, pelo lado da receita, um impacto importante. E nós temos também diversas oportunidades interessantes em que nós estamos trabalhando, no campo da produtividade. Quer dizer, nós somos uma empresa de capital intensivo, uma mega produção, então qualquer ganho de produtividade tem um reflexo muito grande no resultado. Então, isso vai impactar também a receita com maior disponibilidade. Vocês vão ver, ao longo do ano de 2006 uma evolução gradual, vindos alguma coisa de 2006, e a partir de 2007 e, principalmente, 2008, nós vamos ter resultados muito interessantes, do ponto de vista de produtividade – estabilidade das máquinas, desgargalamentos e diversas ações pelo lado da receita.

Pelo lado dos custos, nós temos uma possibilidade muito interessante, estamos trabalhando bastante no campo da produtividade florestal; a nossa produtividade florestal já é muito competitiva, mas nós estamos observando a possibilidade de investimentos adicionais e interessantes nesse campo, indo desde manejo, seletor de gomos etc., até na parte de genética e ações no campo da biotecnologia. Nós estamos olhando bastante pelo lado da produtividade. Os custos refletem esse programa de produtividade que nós mencionamos anteriormente.

Por último, vou fazer também um comentário rápido sobre outras oportunidades de crescimento para frente. Quer dizer, nós temos, nesse ano, praticamente um crescimento, por exemplo, com a entrada de Mucuri, com a Ripasa, com Embu, com a integração da Ripasa, com a entrada de Embu com ganhos de produtividade, mas nós já estamos estudando bastante quais serão os nossos próximos passos em termos de crescimento e de investimento, à medida em que a geração de caixa forte de Mucuri vai nos dar condições de ir já para uma outra etapa de crescimento.

Então, é uma rota de crescimento, nós temos um time excepcional aqui, e nós vamos ter condições de que, com esse time que está colocado – vocês sabem que nós estamos contratando um novo diretor da área florestal, que vai complementar o time, porque o José Macedo se aposentou. Trazendo um novo diretor florestal, nós vamos ter plenas condições de fazer um ano de 2007 excepcional, e preparar a base com um crescimento maior no futuro.

Por enquanto eu não posso falar nada ainda sobre quais são essas ações de crescimento, mas eu só quero dizer para você que isso está no centro das nossas preocupações e nós temos abordado isso aqui nas nossas discussões de estratégia para frente.

Luiz Soares:



O novo diretor florestal já foi contratado?

Antonio Maciel:

Não, não foi contratado, nós anunciamos que estamos fazendo um recrutamento externo, e estamos em fase... Ainda no 1T nós teremos o diretor; provavelmente no 1S, ou ao curso do 2S. Desde o 1S nós vamos ter o novo diretor florestal. Por enquanto, o João Mário, que é o nosso diretor de logística e competitividade está trabalhando com a equipe florestal; e nós vamos ter um novo diretor. A aposentadoria do José Macedo e mudanças que nós fizemos na Diretoria, e nós estamos aqui pactuados para compor, trazendo um novo diretor, a equipe fica completa, do ponto de vista pelo menos do lado da Diretoria, nosso conference call nós já realizamos, e nós já realizamos o *press release*.

Você sabe também que nós fizemos uma pequena modificação na área de Recursos Humanos. Recursos Humanos era uma gerência, nós transformamos essa área em uma Diretoria, e fizemos uma grande reorganização na área de Recursos Humanos. Quer dizer, nós estamos hoje atuando de uma forma completamente inovadora e diferente do que a gente normalmente vê em Recursos Humanos.

Nós fizemos um *paper*, se interessar, eu posso explicar um pouco melhor como que a gente está fazendo isso, dando uma ênfase absoluta na questão de formação, desenvolvimento e retenção do nosso pessoal.

Luiz Soares:

E como tem ido a reorganização na política comercial da empresa?

Suzano:

Na política comercial, nós temos duas frentes. Na área do mercado interno, nós vamos anunciar, nos próximos dias, uma modificação bastante interessante na forma de atuação; nós temos oportunidades bastante interessantes, que vão desde a classificação dos clientes, no sentido de estabelecimento de metas por clientes, para a obtenção de posições melhores, do ponto de vista comercial, dividindo os clientes em diversos níveis, estabelecendo as regras para que se passe o impacto de um nível para o outro.

Acho que isso vai dar uma seletividade bastante interessante, e vai dar uma motivação grande de metas para que os distribuidores passem cada vez mais a buscar níveis maiores de performance, dentro de um critério bem estabelecido.

Temos também, na política comercial, ações interessantes no que se refere à cobertura geográfica, quer dizer, na análise de posicionamento do Report, do Ripax, e dos diversos outros produtos de papel que a gente faz. Então, a gente está evoluindo.



O André talvez possa também falar alguma coisa, rapidamente, sobre a política comercial. Você acha que vale à pena você dar um *highlight* rápido, André?

Sobre esse assunto, na área do mercado externo, você sabe que nós estamos fazendo a implantação das nossas empresas no exterior; isso é uma modificação bastante forte, no que se refere a deixar de operar com agentes, e passar a operar com pessoal próprio. Para ter um controle forte das operações nos mercados que não aqui, e integrando essas empresas; estabelecemos uma governança corporativa relativa a essas empresas, montamos uma equipe que vai diretamente para a China para acabar de resolver a implantação do nosso escritório lá.

E na parte de celulose, existe um grande desafio hoje no lado da política comercial, que é a colocação desse 1 milhão de toneladas a mais de uma forma mais pulverizada, e com os clientes que são mais rentáveis, quer dizer, fazendo um trabalho e já tem liderado um esforço grande de *revenue management*, distribuição de riscos e otimização em logística, que também ao longo do ano vão dar um resultado bastante interessante.

André, você poderia falar rapidamente sobre política comercial?

André Dorf:

Na verdade, a política comercial no papel vai abranger diversos mercados – o mercado gráfico, mercado de distribuidores e o mercado editorial. Nós estamos iniciando; temos agora, no dia 6, na semana que vem, a primeira convenção com todos os distribuidores para a gente anunciar a nova dinâmica, a nova política. Isso também está ligado a *revenue management*, nós vamos poder fazer uma análise mais consistente, e aproveitar a oportunidade de portfólio de clientes, mix de produtos, pacotes de serviço em marketing mais direcionados... Então, eu acho que nós vamos ter uma grande melhoria no que diz respeito à gestão do *top line* da empresa.

E a idéia, depois, é desdobrar esse mesmo trabalho para os outros segmentos – para a área gráfica e para a área editorial.

Luiz Soares:

OK, obrigado.

Operadora:

Agora, gostaríamos de passar a palavra à Companhia para suas considerações finais.

Antonio Maciel:



Bom pessoal, é o Maciel, eu queria agradecer a participação de todos vocês. Continuamos à disposição. Estamos terminando a reunião, e vamos continuar à disposição, como sempre, para esclarecimentos adicionais que forem necessários.

Nós tivemos em 2006 um ano forte, um ano interessante. No último trimestre tivemos alguns eventos de produção que não são recorrentes, e estamos muito animados para 2007.

A performance das nossas ações foi uma performance espetacular em 2006, esperamos poder continuar evoluindo, e da nossa parte a equipe está muito motivada, energizada, e 2007 vai ser um ano histórico para a gente, em que vamos mudar completamente de patamar, tanto de receitas e de modelo de governança e, fundamentalmente, de gerenciamento das nossas operações.

Um grande abraço a todos.

Operadora:

A teleconferência da Suzano Papel e Celulose está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia.