

Competitividade do Setor

Celulose ou Papel?

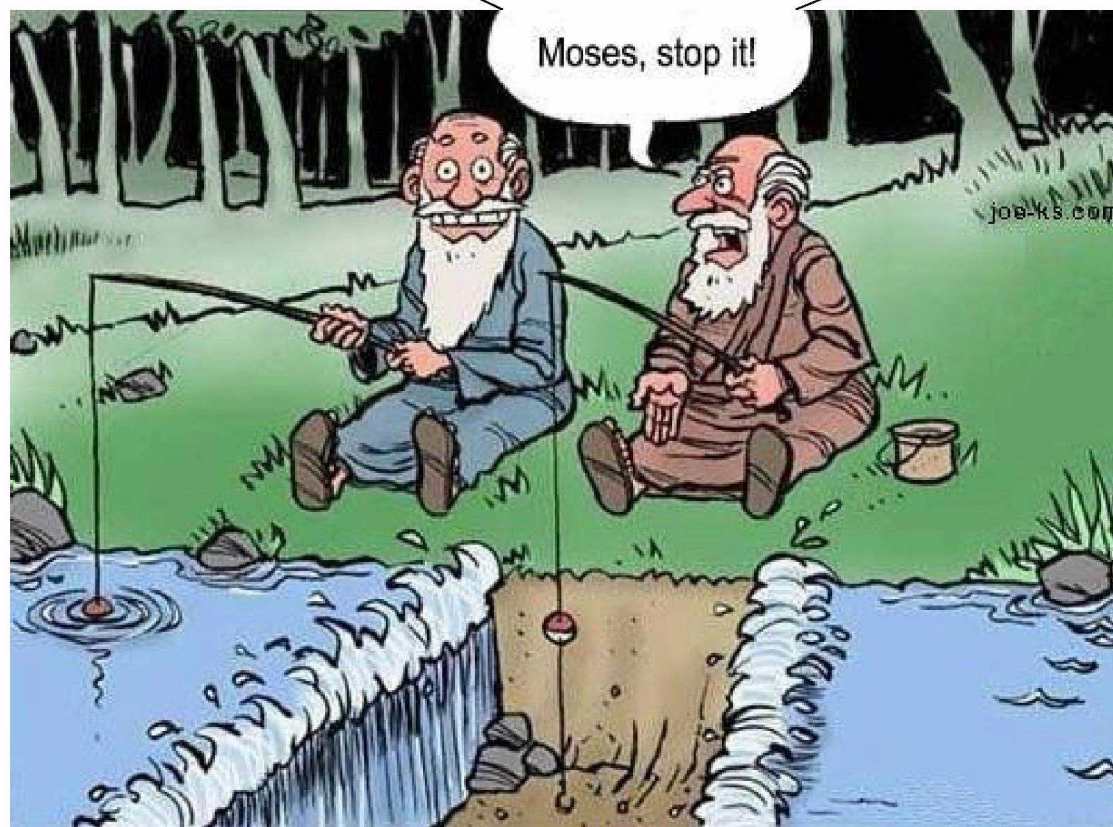
Carlos A. Farinha e Silva
Vice Presidente - Pöyry Tecnologia Ltda

13/10/2008



POTENCIALIZAR AS VANTAGENS NATURAIS AJUDA A

Moisés, pare com isso !



Agenda

As margens para a produção de Celulose, no Brasil, têm sido superiores às da produção de Papel, o que também condiciona o comportamento dos investidores.

A produção de Papel pode ser atraente, desde que tal signifique alto padrão de serviços e maior valor acrescentado.

Um novo possível meio para a criação de valor poderá ser a internacionalização da Indústria.



Agenda

As margens para a produção de Celulose, no Brasil, têm sido superiores às da produção de Papel, o que também condiciona o comportamento dos investidores.

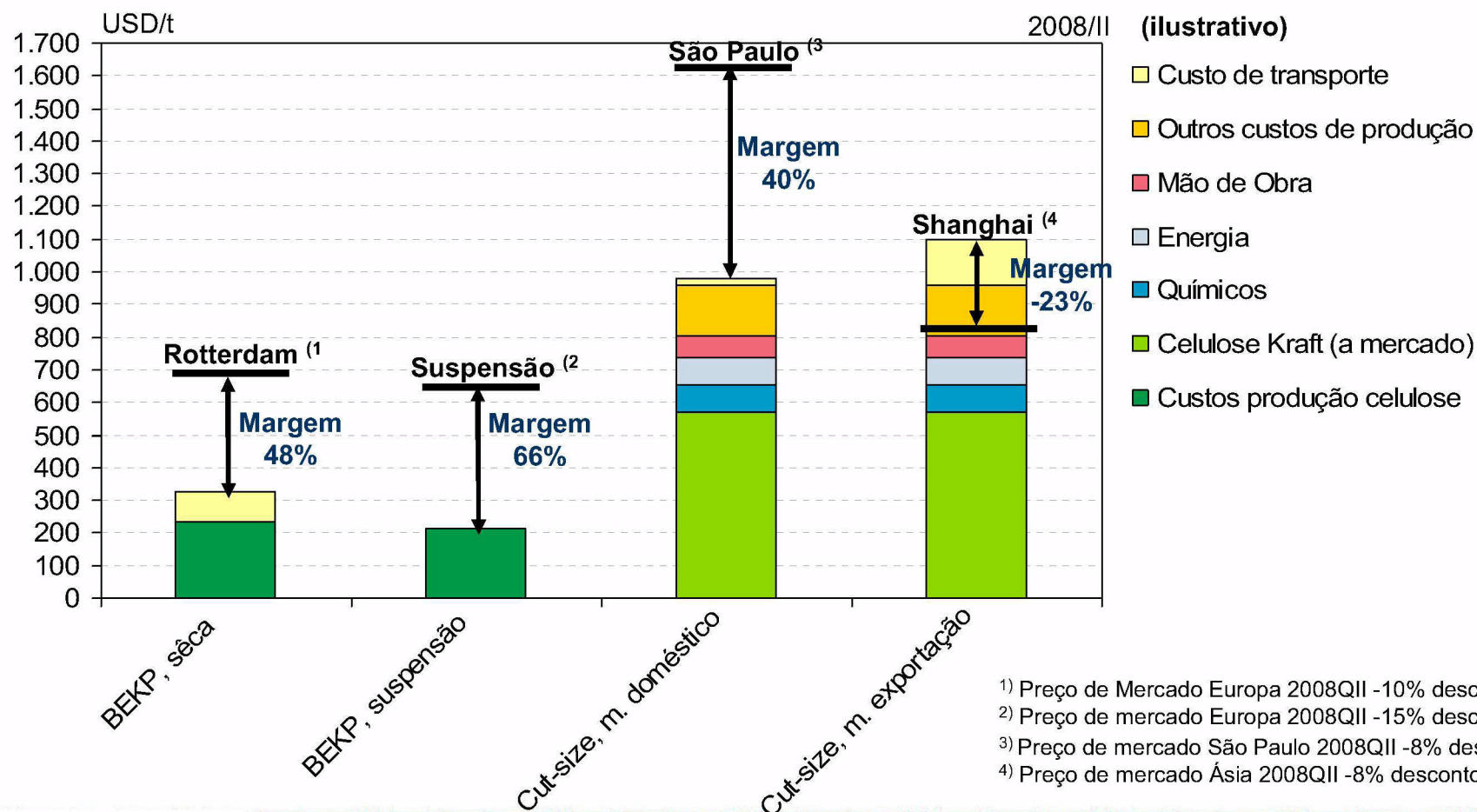
A produção de Papel pode ser atraente, desde que tal signifique alto padrão de serviços e maior valor acrescentado.

Um novo possível meio para a criação de valor poderá ser a internacionalização da Indústria.



Margem Operacional

A produção de Celulose de Mercado é competitiva nos mercados de exportação, enquanto a produção de papel é mais competitiva quando destinada aos mercados locais.

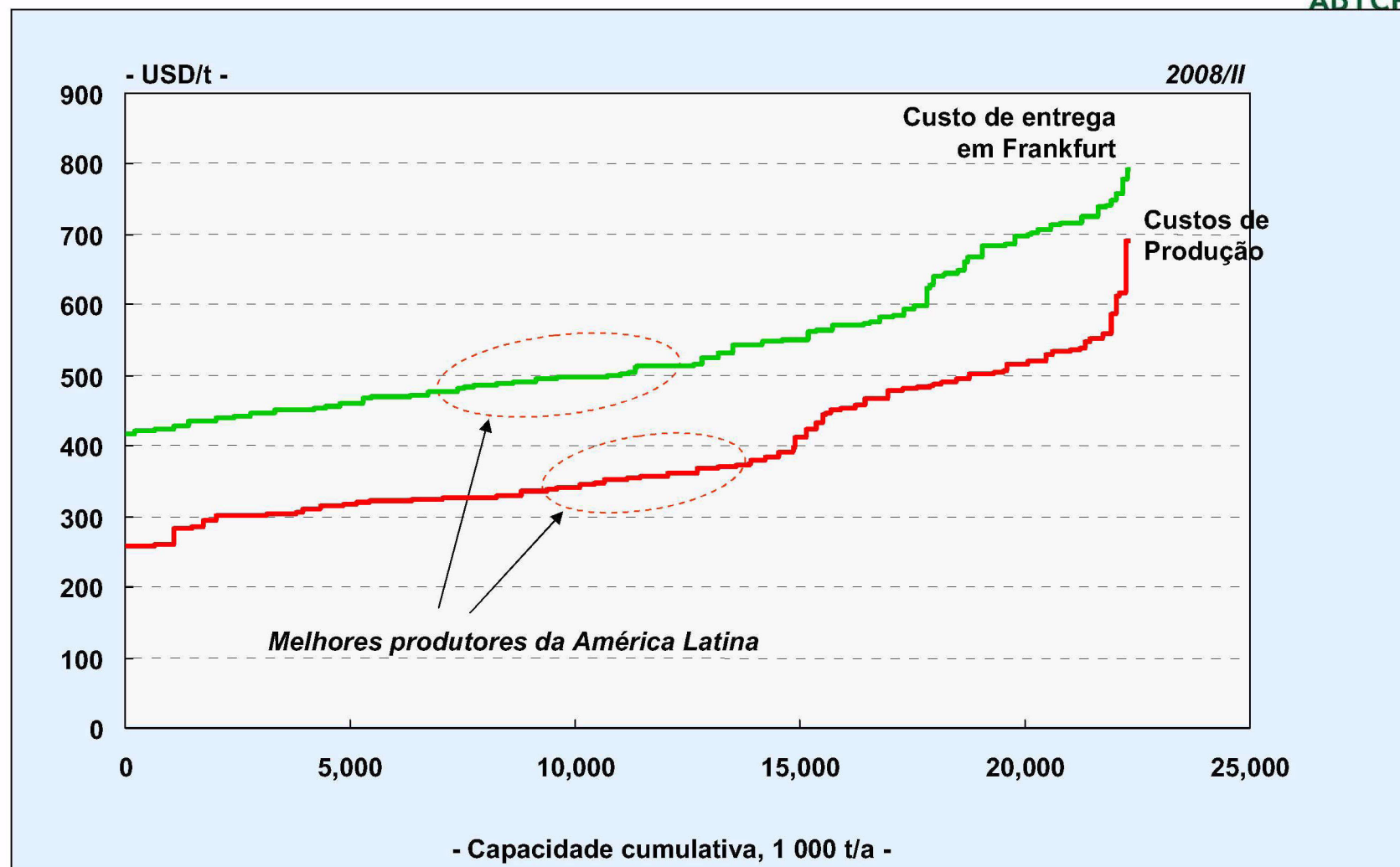


Kraftliner – Competitividade em Frankfurt



ABTCP 2008

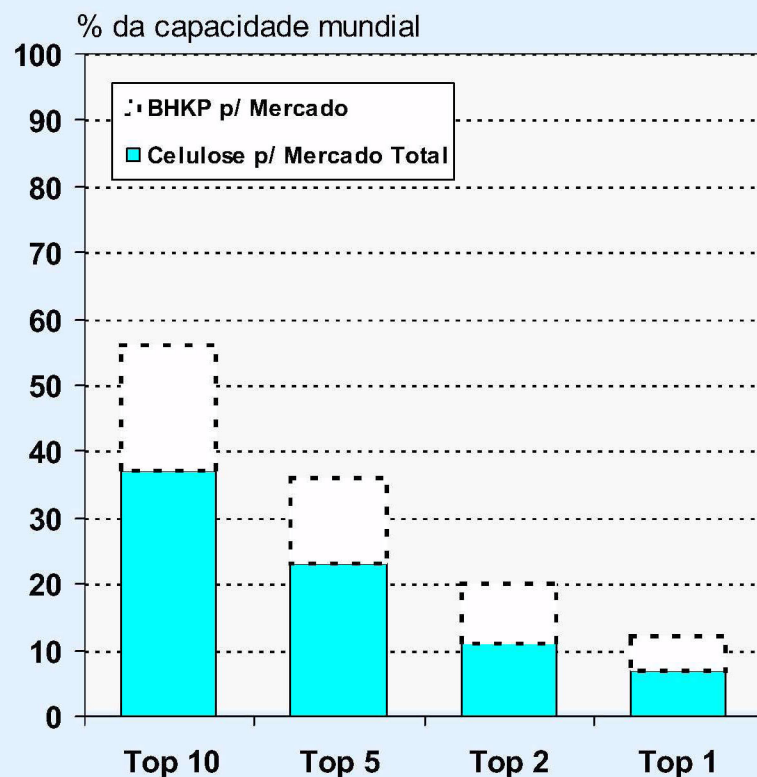
EXPOSIÇÃO
LULOSE E PAPEL
CONGRESS & EXHIBITION



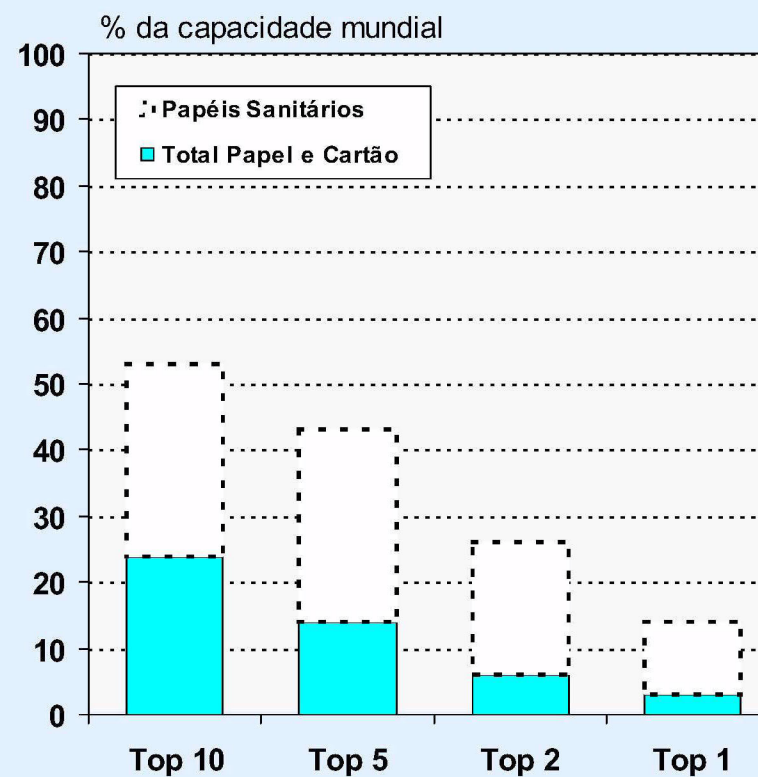
Concentração da Indústria

A indústria de Papel é mais fragmentada do que a Indústria de Celulose.

Celulose de Mercado



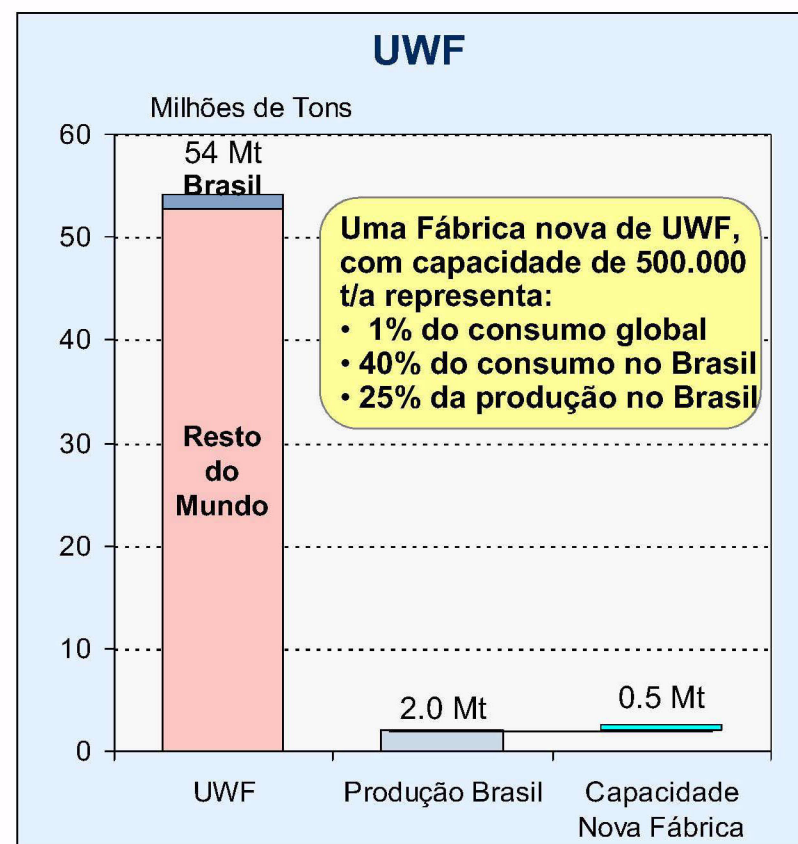
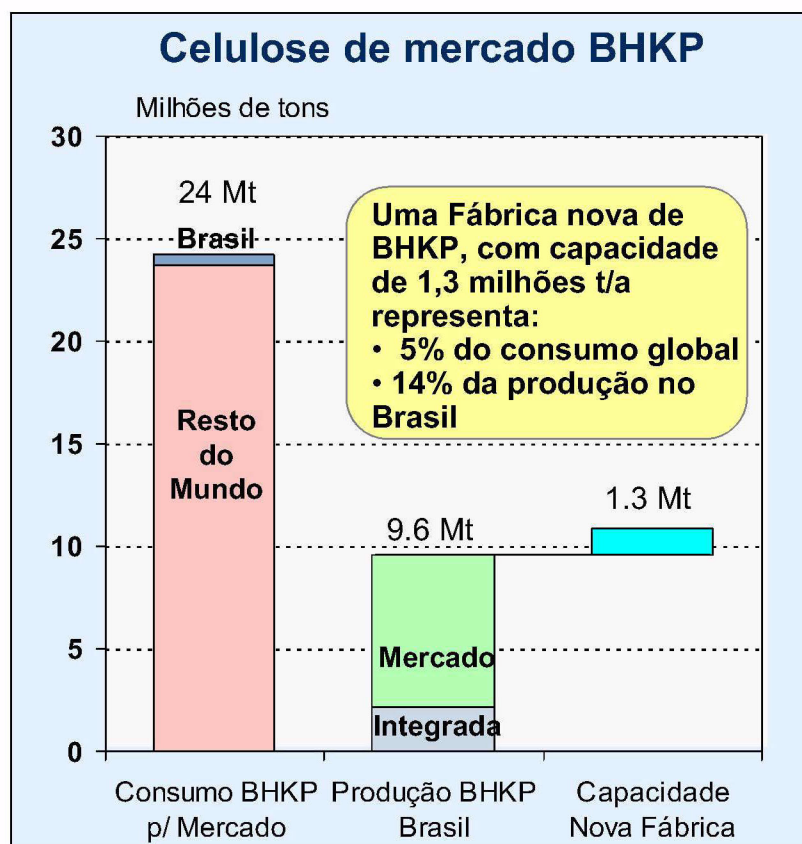
Papel e Cartão



A Demanda por Celulose de Mercado Estimula Investimentos no Brasil



O mercado para celulose é global, enquanto o papel é tipicamente produzido perto do Cliente. Devido a isso, o mercado doméstico é importante para os produtores de papel. Para papéis considerados como “commodities” uma máquina de papel de escala competitiva teria produção superior à capacidade do mercado.

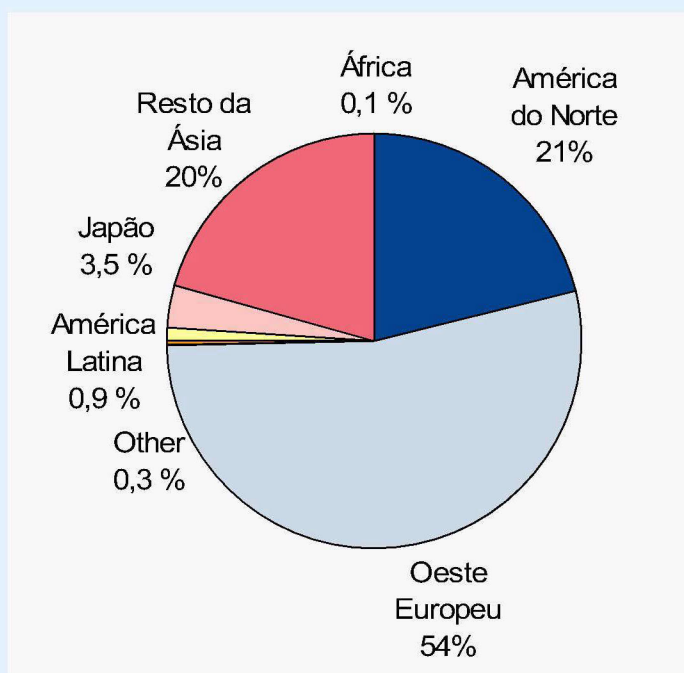


Exportações Brasileiras de Celulose e Papel



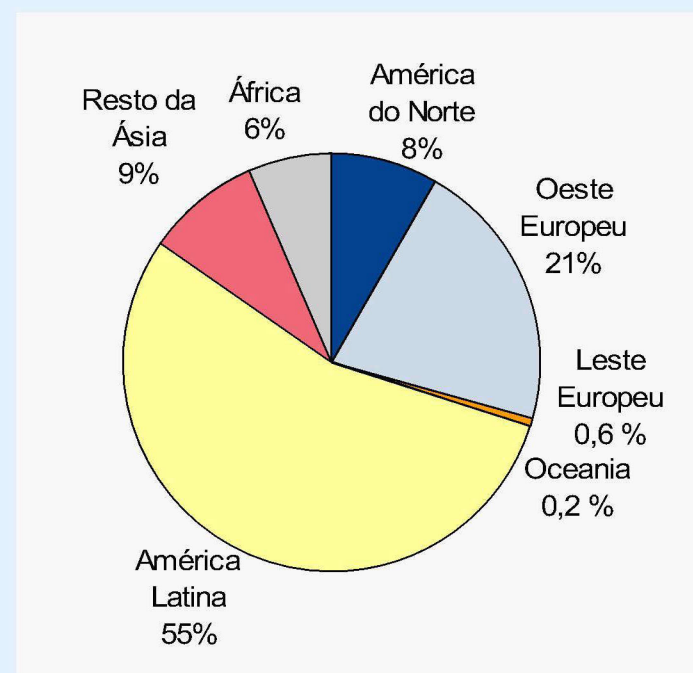
A Celulose é exportada para as regiões onde está a grande maioria da capacidade de produção de Papel enquanto a exportação de Papel tem sido direcionada para os mercados da América Latina.

Celulose



Total 6.5 milhões tons

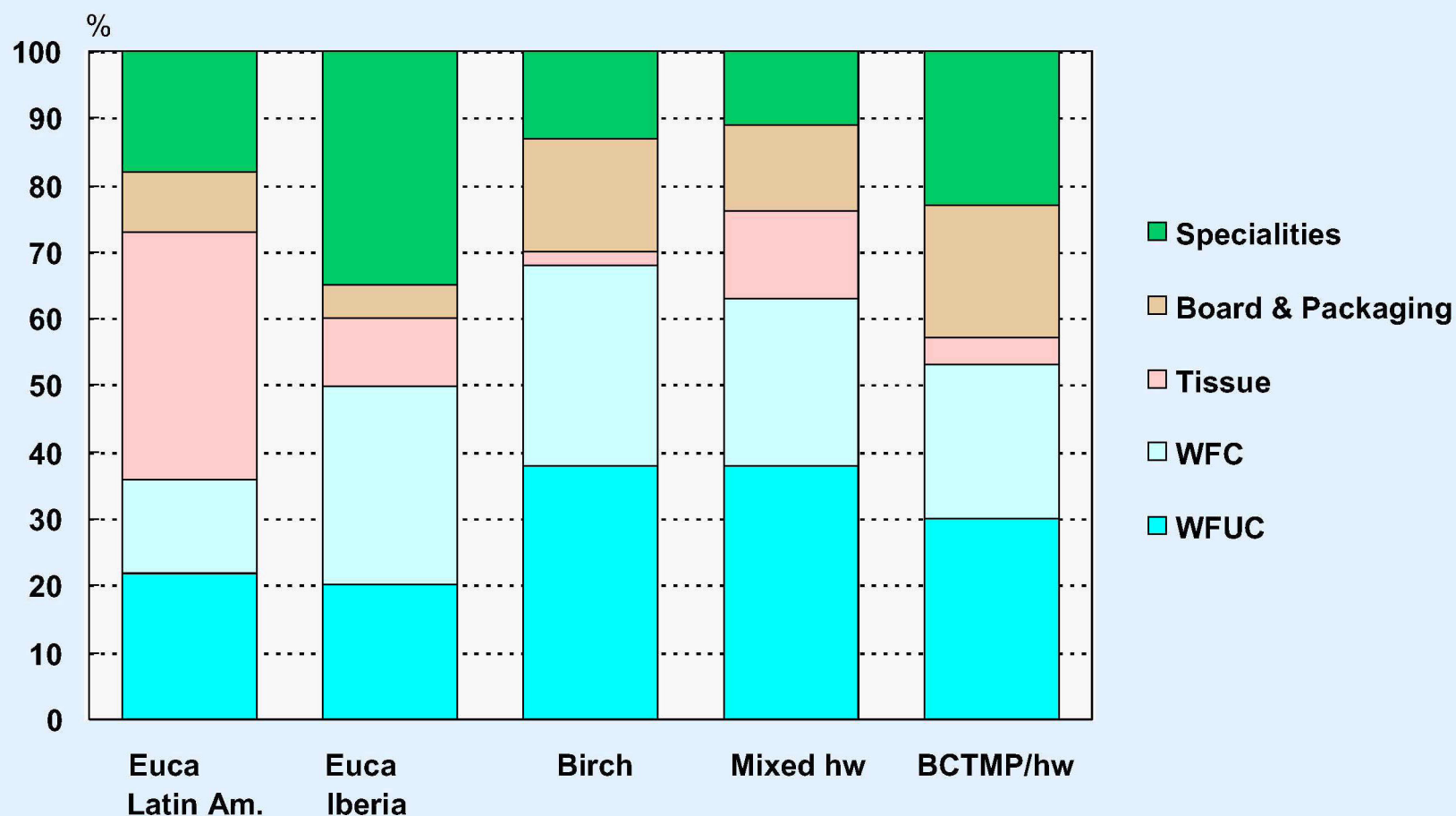
Papel e Papelão



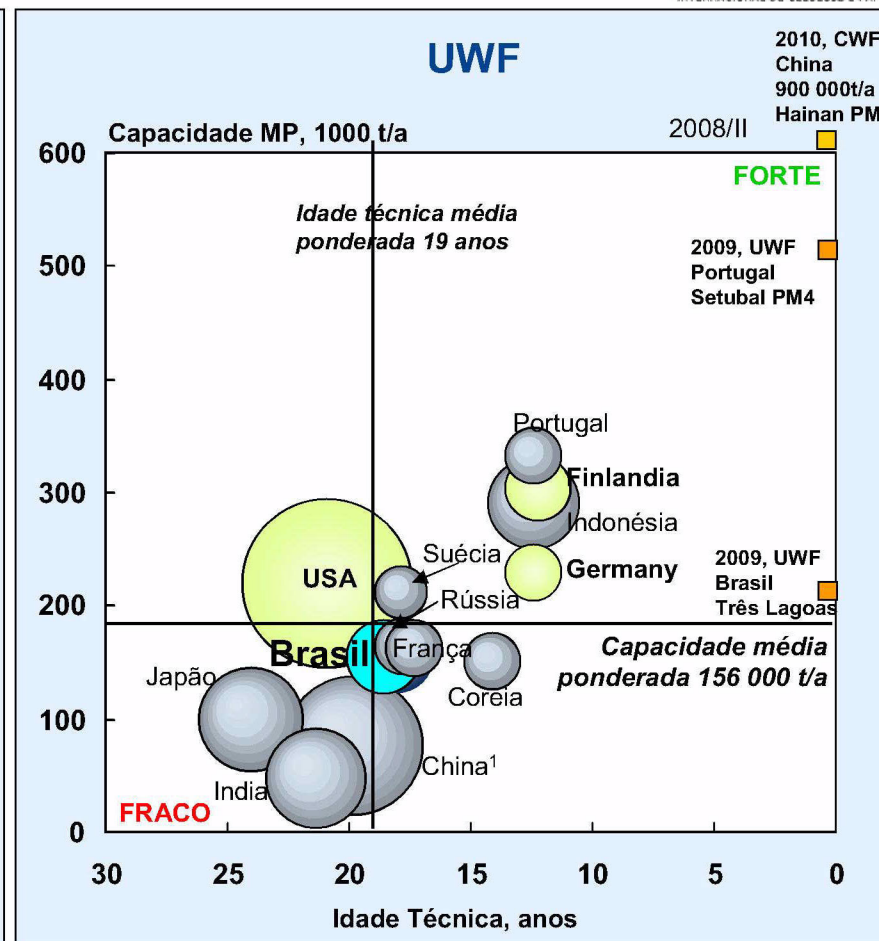
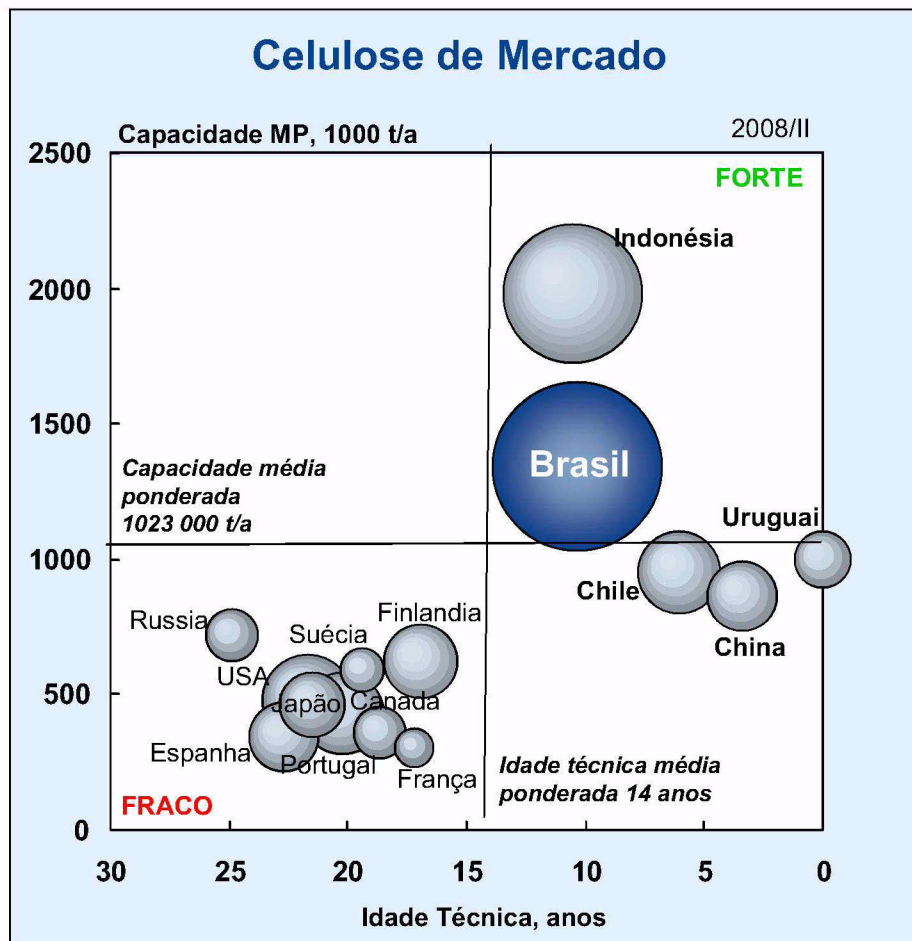
Total 1.9 milhões tons



Usos Finais das Celuloses de Mercado Fibra Curta 2000-2005



A Capacidade e a Qualidade dos Ativos são Importantes



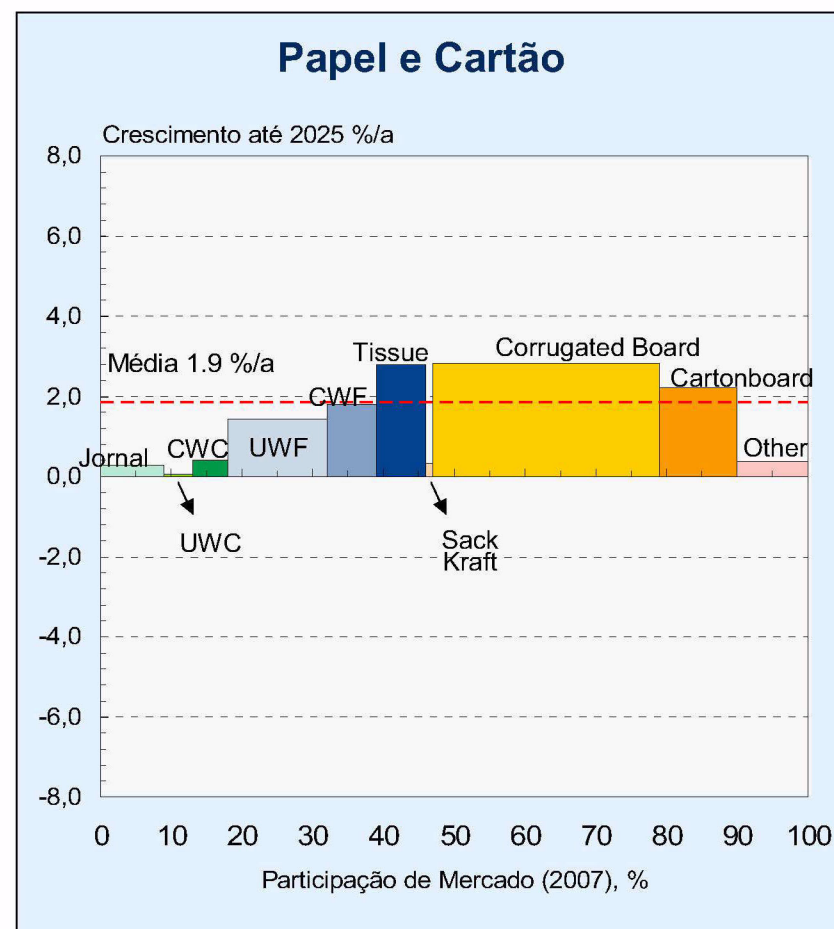
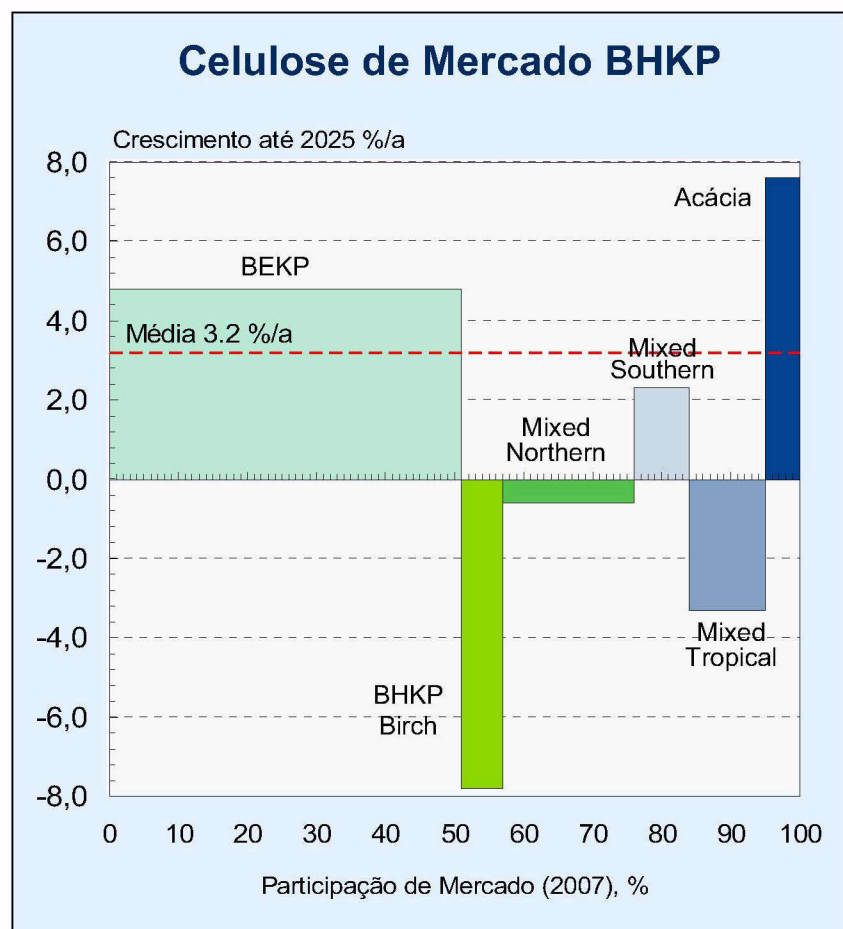
O tamanho da bolha representa a capacidade de produção

¹⁾ Estão excluídas as operações da China fora de escala industrial



O Crescimento da Demanda de Celulose de Mercado Excede o Crescimento da Demanda do Papel

A atenção deverá estar focada em Papéis com alto crescimento de demanda.



Agenda

As margens para a produção de Celulose, no Brasil, têm sido superiores às da produção de Papel, o que também condiciona o comportamento dos investidores.

A produção de Papel pode ser atraente, desde que tal signifique alto padrão de serviços e maior valor acrescentado.

Um novo possível meio para a criação de valor poderá ser a internacionalização da Indústria.



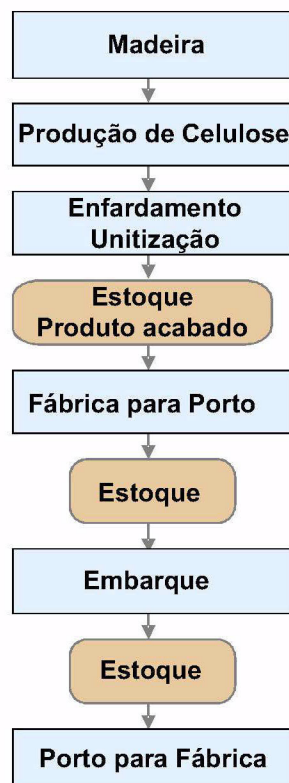
Complexidade da Cadeia de Suprimento

Comparada com o Papel, a Celulose de Mercado é mais um produto com as características de “commodity” com um menor número de SKU's. O Papel demanda um grau muito maior de serviços e assistência a Clientes, marcas e canais de marketing dedicados.

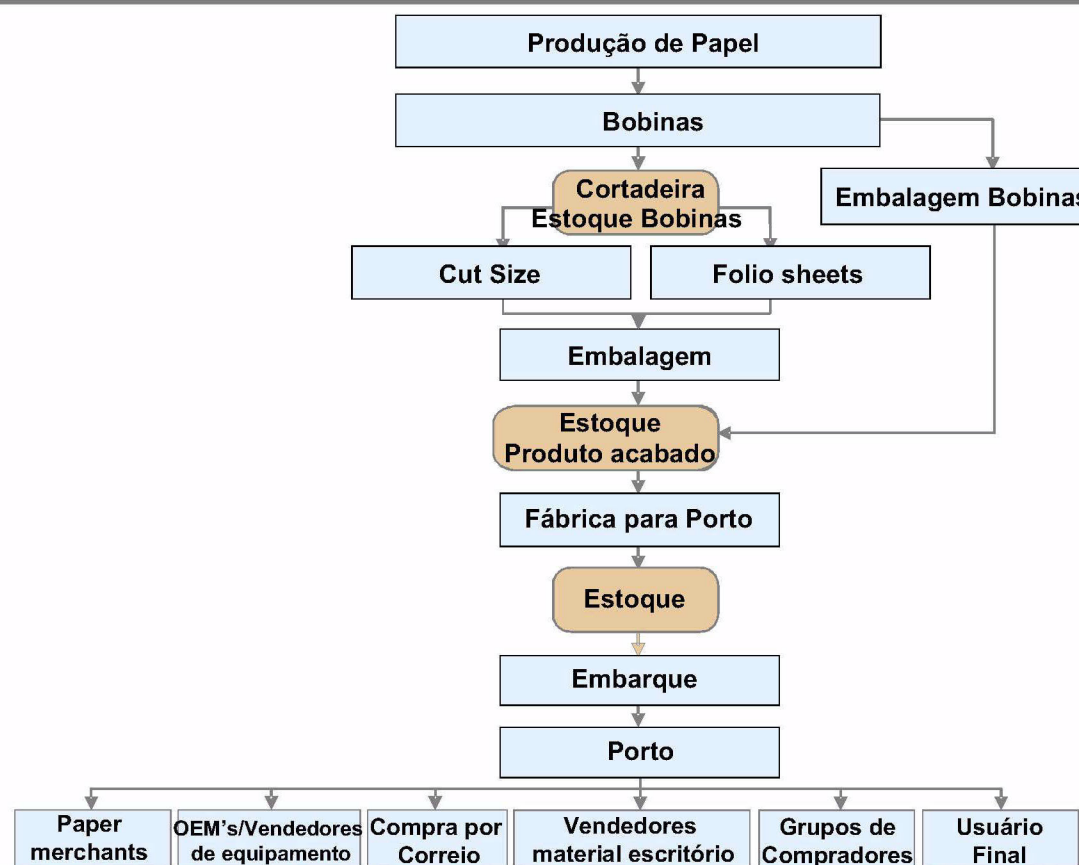


No típico de
SKU'S

~1-5

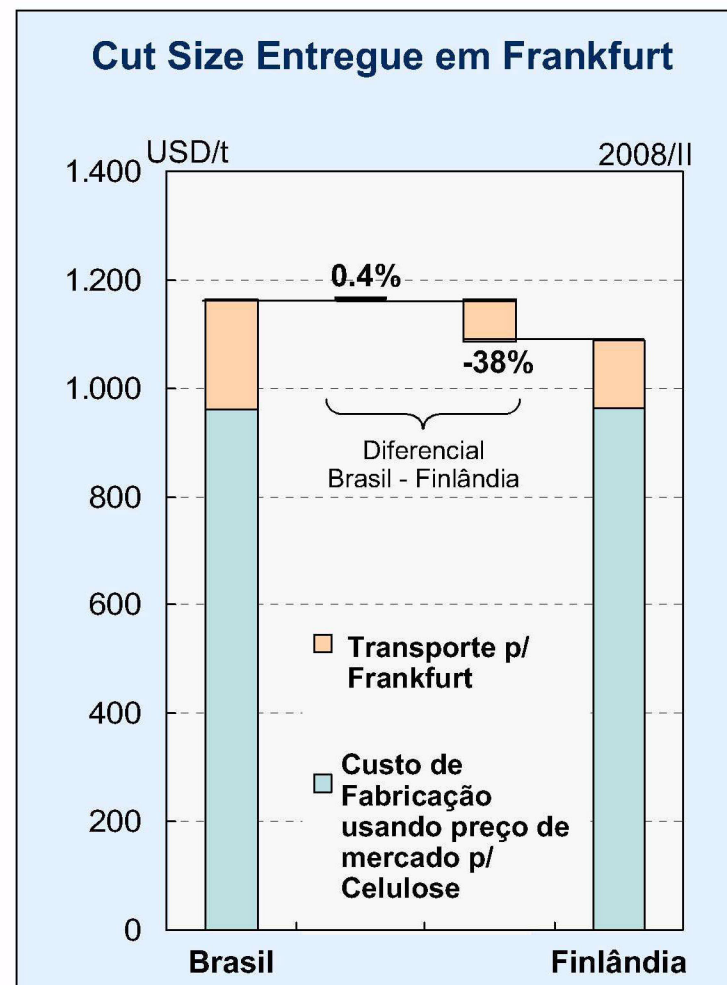
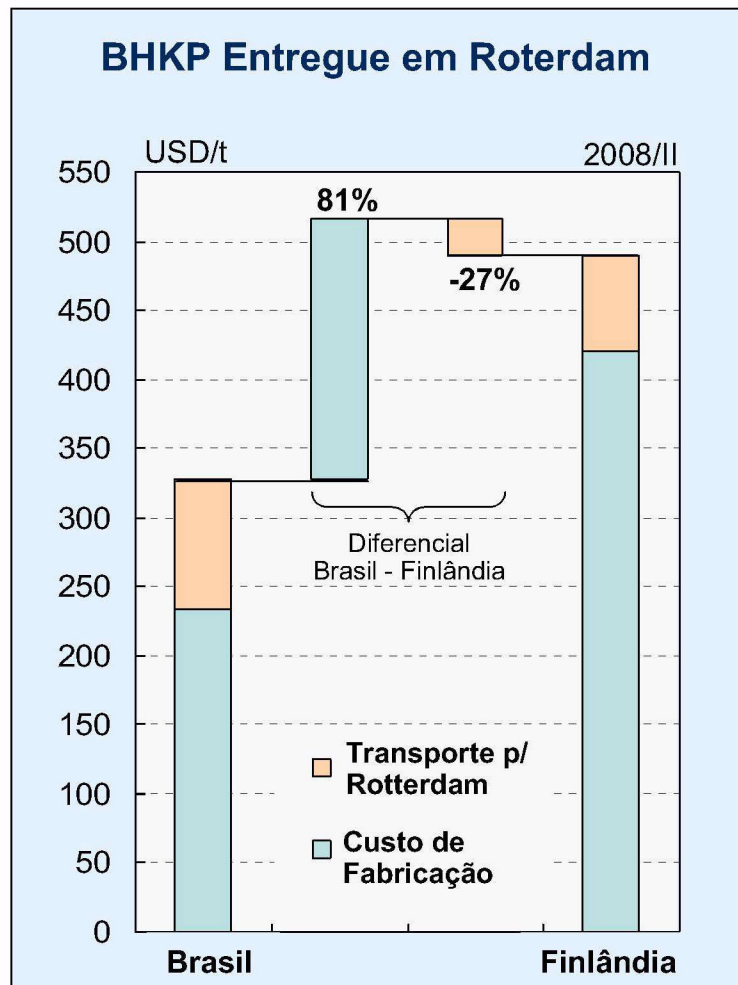


~20-80



Custo de Transporte

Os produtores Latino Americanos têm desvantagem no custo de transporte para a Europa, em comparação com os produtores Europeus.

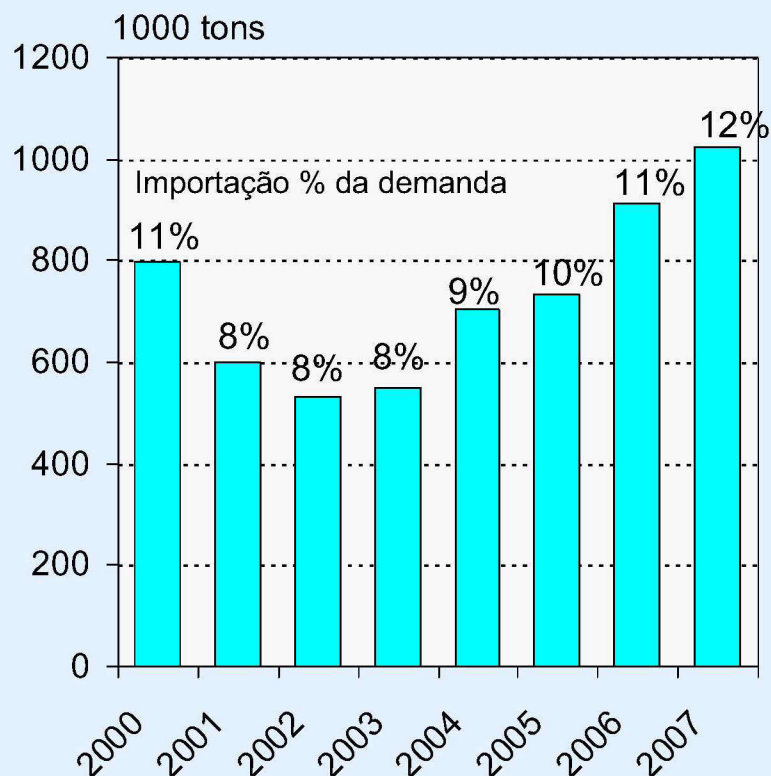


Competição pelos Importados no Mercado Doméstico

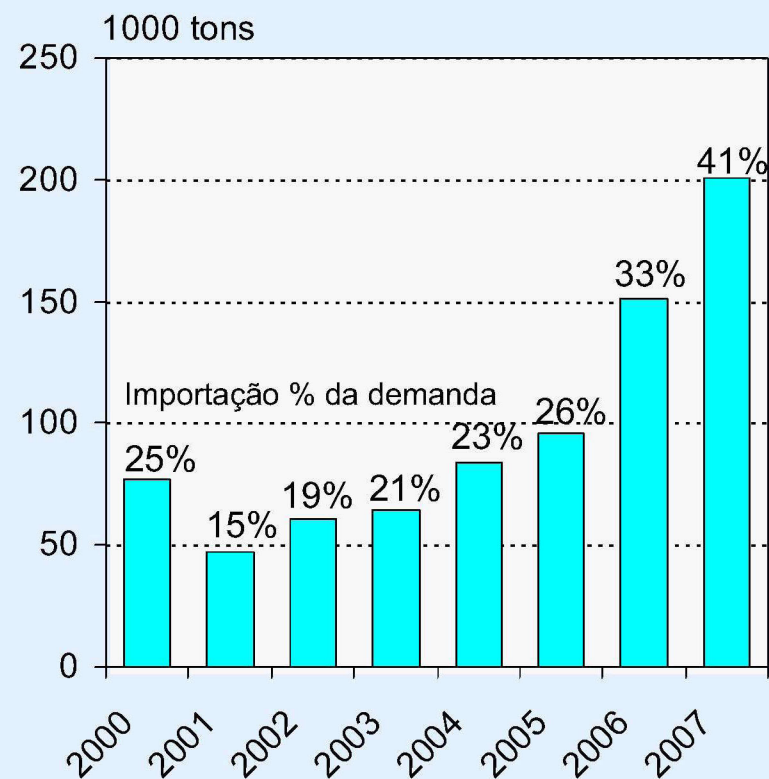


Os papéis importados têm mais benefícios fiscais que os produtores locais eliminando a vantagem competitiva decorrente do custo de entrega.

Importação Brasileira de Papel e Cartão



Importação Brasileira de CWF



Agenda

As margens para a produção de Celulose, no Brasil, têm sido superiores às da produção de Papel, o que também condiciona o comportamento dos investidores.

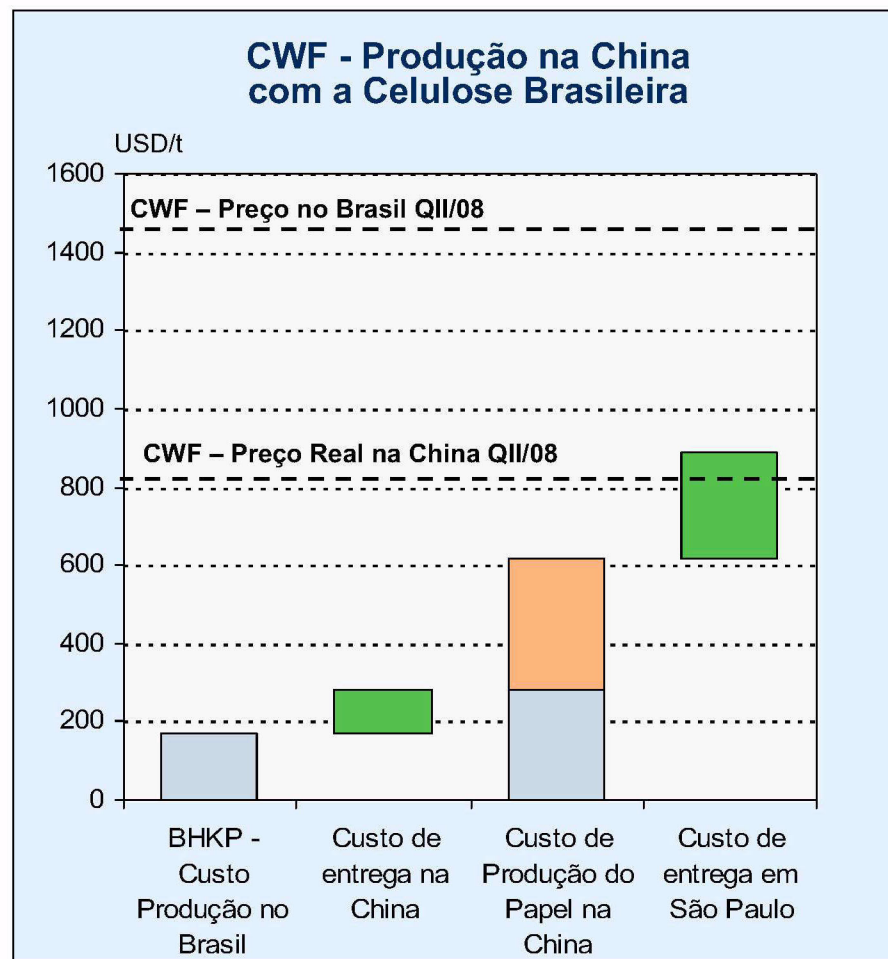
A produção de Papel pode ser atraente, desde que tal signifique alto padrão de serviços e maior valor acrescentado.

Um novo possível meio para a criação de valor poderá ser a internacionalização da Indústria.



Provocação

É possível utilizar a competitividade brasileira em Celulose (ou Celuloses Sw e Hw) e produzir o seu próprio papel na China?



Dificuldades na Internacionalização



- Barreiras e diversidade cultural
- Dificuldades Políticas e Religiosas
- Dificuldade em introduzir processos e cultura organizacional própria
- Identificação de Pessoal Especializado
- Dificuldade de integrar estratégias, operações, sistemas e pessoas
- Dificuldade na compreensão das práticas e burocracia local
- Volatilidade da taxa de câmbio



Oportunidades na Internacionalização

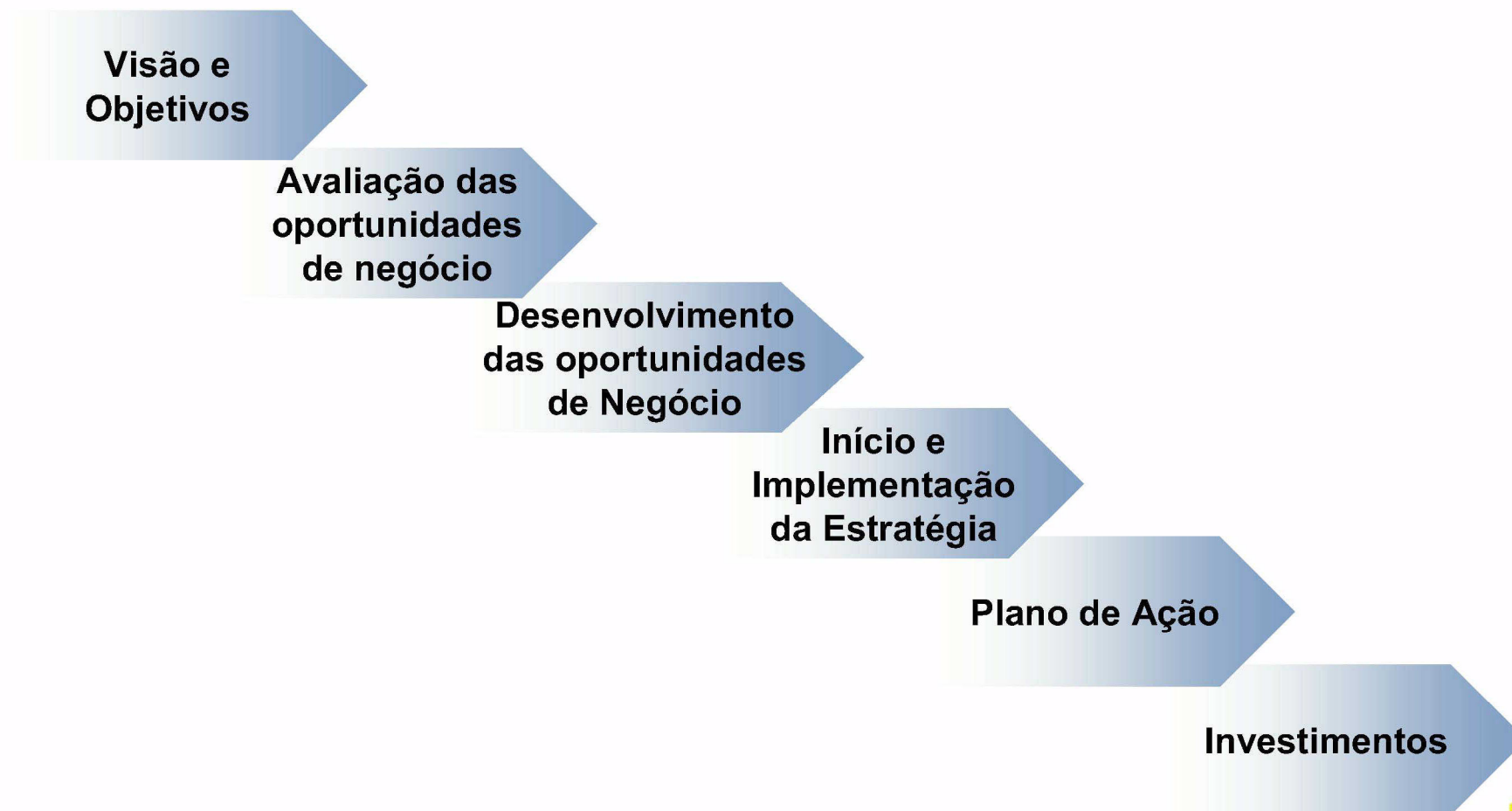


- Redução de Custos (pessoal, logística, participação de mercado)
- Ganhos com as vantagens advindos da variação da moeda
- Valorização e Fortalecimento da Marca
- Benefícios Fiscais
- Novos mercados e produtos
- Busca por novos canais de distribuição e pelo aumento da eficiência
- Competitividade Global
- Obtenção de recursos financeiros e possibilidade de incentivos



Milestones Estratégicos para a Internacionalização

Busca e Implementação para a melhor forma de fazer os investimentos.



Empresas Brasileiras Globais e Transnacionais

Exemplos: Sadia na Rússia, Friboi nos USA, Vale no Canadá, Embraer na China etc.



Comida Resfriada e Congelada

- Vendas 7.940.480 BRL
- 44% das vendas para exportação (2006)
- 8 subsidiárias no exterior
- Escritórios de venda em 11 países
- Construindo uma processadora na Rússia 2007



VALE

Metal e Mineração

- Vendas 33,115 bilhões de dólares
- 83% das vendas para exportação
- 46% das operações no Brasil
- Opera Globalmente, esforços de exploração em 22 países.
- Investimentos, Joint Ventures, aquisições globais em diferentes áreas de negócio. No negócio de carvão comprou em 2007 a AMCI Holdings Australia, após alguns anos, duas Joint Ventures na China. No negócio de energia, em 2007 uma usina hidroelétrica no Canadá.



Processador de Carne

- Vendas R\$ 14,141.6 milhões, crescendo 256.4% em relação a 2006
- De 26 plantas em 2006 cresceu p/ 50 em 2007
- 32% das vendas para o exterior, 54% das plantas no exterior
- Operações em 4 países.
- Aquisições em 2007: Duas plantas na Argentina, Estados Unidos, Austrália e Itália (50% da Inalca - uma das maiores empresas processadoras de carne na Europa).



Produtor de Aeronaves

- Vendas 9.983 BRL (5245 USD milhões)
- 96% das venda no exterior
- 45.1% das operações no Brasil
- Opera em 6 países
- Joint Ventures na China (Harbion Embraer) e Portugal (OGMA).



COM ESFORÇO E PERSISTÊNCIA CHEGAREMOS LÁ !





Muito Obrigado
Thank You

Carlos A. Farinha e Silva

Fone: + 55 11 3472-6982

carlos.farinha@poyry.com



