

Transcrição do 4T16

Reunião Pública de 2017

Teleconferência

23/03/2017

OPERADORA – Senhoras e Senhores, obrigada por aguardarem e sejam bem-vindos ao conference call da Eucatex. Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a conferência durante a apresentação da Empresa. Em seguida, iniciaremos a sessão de Perguntas e Respostas, quando mais instruções serão dadas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando *0.

Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. José Antonio. Por favor, Sr. José Antônio, pode prosseguir.

JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO - Bom dia a todos. Primeiramente, muito obrigado aos senhores e às senhoras por estarem nos acompanhando nessa manhã aqui nessa reunião presencial. Também agradeço quem nos acompanha via web, mais uma vez, nessa reunião onde pretendemos apresentar os resultados da Eucatex relativos ao 4T16 e também aos 12 meses de 2016. Enfim, nessa mesma época do ano passado, fizemos uma apresentação semelhante e eu estava dando uma olhada nas minhas anotações e pensando um pouquinho se era possível nutrirmos uma expectativa diferente para esse ano de 2017 que está começando, numa expectativa diferente em relação ao ano de 2016, que foi um ano extremamente difícil. E aí, quando olhamos para o momento exato, março, que estamos vivendo e para os índices, para aqueles aspectos mais tangíveis, por exemplo, demanda pelos nossos produtos, consumo das famílias, emprego, etc, quer dizer, esses índices não permitiriam que fizéssemos uma reflexão muito mais positiva para esse 2017 do que aquela que tivemos ou do que foi a realidade em 2016. Por outro lado, enfim, há alguns aspectos que considero que são diferentes e que talvez nos permita, não obstante esses índices difíceis e aspectos tangíveis, difíceis, fazer uma reflexão diferente para 2017. Acho que a primeira coisa é a questão do próprio governo. Ao longo de 2016, tivemos um processo de saída da presidenta Dilma, todo processo de impeachment e estabelecimento do governo, ou seja, esse ano começou diferente, já desde o início. Se não temos, vamos dizer assim, o governo dos sonhos de todos nós, pelo menos, ou principalmente, temos uma equipe econômica, vamos dizer assim, de pessoas preparadas, com discurso alinhado às boas práticas de mercado, que certamente deverão reconduzir o país em algum momento para uma trajetória de crescimento. Essa estabilidade econômica tem propiciado, senão uma mudança radical no aspecto de confiança, um início de recuperação da confiança tanto das pessoas quanto das empresas, que no meu modo de ver, é o aspecto fundamental para pensarmos em qualquer tipo de melhoria. Segundo aspecto, para termos uma visão mais positiva desse ano, é a questão da inflação. Tivemos aí uma redução bastante forte da inflação, uma conversão rápida dessa para

Transcrição do 4T16



meta, e isso tem permitido um programa de redução de juros, e sabemos que isso é um aspecto muito importante na parte do financiamento das empresas. Acho que mais de 90,0% das empresas tem seus empréstimos atrelados, ou boa parte deles, ao CDI, e isso também influencia o chamado serviço da dívida das famílias, quer dizer, se juntamos um ambiente econômico mais estável, uma melhoria da confiança e essa questão dos juros, acredito que estaríamos autorizados a pensar que as empresas devem voltar a investir e as famílias gradativamente a consumir, o que nos permite pensar numa virada, num ano melhor para esse 2017 com relação a 2016. Além disso, é um aspecto pontual, mas talvez não menos importante, que é a questão do fundo de garantia, a liberação das contas inativas. As informações, ou as contas a que eu tive acesso, dão aí uma ideia de que isso pode ter uma influência em torno de 0,3% a 0,5% no PIB, o que é bastante importante.

Bom, do aspecto Eucatex, vamos até comentar ao longo da apresentação, mas fizemos também, vamos dizer assim, uma lição de casa importante. Fizemos uma série de reestruturações internas, revisões de serviço, alterações de estrutura, de tal forma que começamos esse ano com uma empresa mais enxuta, mais leve, mais competitiva, e vamos poder mostrar isso ao longo da nossa apresentação. Quer dizer, de um lado temos uma economia que parece dar sinais de melhora e de outro uma empresa mais preparada, como disse mais competitiva, mais enxuta. Então, isso permite ter uma expectativa mais positiva em relação a esse ano de 2017 do que aquela que tínhamos, ou daquilo que aconteceu em 2016.

Bom, vamos dar início à nossa apresentação. Normalmente, começamos trazendo alguns destaques do período. Nesse trazemos a questão primeiro da receita líquida. Tivemos uma pequena retração no último trimestre e uma estabilidade no ano. Com relação ao EBITDA, tivemos um crescimento de 1,9%, nesse último trimestre, em valor, mais uma redução de 5,5% quando consideramos os 12 meses. A principal questão para essa redução de 5,5%, que comentei ao longo das teleconferências dentro do ano, que 2016 decidimos comprar um pouco de madeira no mercado. A ideia era deixar nossa floresta crescendo, vamos dizer nossa madeira engordando, e comprar uma madeira um pouco mais velha, um pouco mais pronta para consumo no mercado. Isso acaba influenciando o EBITDA, porque normalmente o procedimento contábil quando consumimos madeira própria é que a exaustão, ou seja, o custo que foi incorrido para confecção das florestas, volte para o efeito do cálculo do EBITDA. Quando compramos madeira de mercado, evidentemente não há esse retorno, então está aí, no meu modo de ver, do ponto de vista prático, a principal diferença ou causa de termos essa queda de EBITDA no ano. Bom, no que diz respeito a percentuais, temos um aumento do EBITDA no último tri e uma redução, por esta mesma razão, da madeira que acabei de comentar, no ano. Nosso lucro líquido teve uma melhora substancial, tanto no último trimestre quanto no ano, com percentuais bastante significativos de melhora. A notícia continua boa, a questão das exportações, estamos ainda empenhados, apesar do recuo importante na taxa de câmbio, mas continuamos bastante empenhados no crescimento das exportações, isso tem ocorrido, 51,3% no trimestre e 17,6% na receita, um crescimento também importante no ano. Vamos olhar um pouquinho mais adiante, o cenário brasileiro de painéis é um cenário de excesso de oferta, e, mais do que nunca, não só a Eucatex quanto os nossos

Transcrição do 4T16



competidores, investimos bastante na exportação, o que foi muito relevante para regularmos um pouco da oferta no mercado interno.

Bom, para quem já conhece a empresa, essa é informação relativamente redundante, mas para quem está nos acompanhando hoje pela primeira vez, alguns dados da Eucatex, que é uma empresa fundada em 1951, e neste ano completa 66 anos. Atuamos no segmento da indústria moveleira, na revenda madeireira, que no fundo, vamos dizer assim, acaba servindo ao pequeno marceneiro, ou seja, à pequena indústria também de móveis. Atuamos no setor da construção civil e temos uma atividade importante, que é a da exportação. Para essa atividade de exportação, o que é muito importante também, é essa existência da subsidiária que temos em Atlanta, nos EUA, isso combinado à forma como atuamos no mercado americano, onde temos diversos armazéns, vamos dizer assim, alugados e fazemos estoque dos nossos produtos em solo americano, fazendo com que tenhamos uma atuação muito menos de importador-exportador e muito mais de um fornecedor local, o que tem permitido ter bastante sucesso no mercado americano, já que oferecemos uma qualidade de serviço muito boa. Temos 79 fazendas de eucalipto, são todas no estado de São Paulo, algumas são próprias e outras são arrendadas, mas enfim, é um volume expressivo de florestas. Terminamos esse período com 2.486 colaboradores. Aqui embaixo tem as nossas plantas, são um total de 5, sendo que 4 delas ficam no estado de São Paulo. Nossa planta de Salto, é a primeira planta da empresa. Ela produz um tipo de chapa que só nós e a Duratex temos no Brasil. É uma chapa, apesar de um processo antigo bastante interessante, porque talvez alguns dos senhores estejam mais familiarizados com o setor, sabe da importância que tem a resina para alguns tipos de painéis e é muito representativo em termos de custo. A chapa de fibra não tem resina, então apesar de um processo antigo, ainda é bastante competitivo. Tem também algumas informações relativas à nossa capacidade de revestimento. Depois temos a planta, que também fica em Salto, de T-HDF e MDF, é a mais recente da Companhia, começamos a operar por volta de 2011, temos uma capacidade de 275 mil m³ e uma capacidade de revestimento de produtos brilhantes também importante. Em Botucatu, ficam as nossas fábricas de MDP, com 430 mil m³ e de pisos laminados com 12 milhões m², além de uma capacidade importante de revestimento da ordem de 50 milhões metros. Depois, fora desse circuito de empresas de base florestal, temos nossas duas fábricas de tintas: a primeira e a maior, fica em Salto, com a capacidade de 36 milhões de galões, e há questão de uns 3 anos, inauguramos uma fábrica no nordeste, mais modesta do ponto de vista de tamanho, mas bastante importante. Lá fazemos produtos, vamos dizer assim, que tem um componente maior de água ou um valor agregado menor, sendo muito mais um movimento de logística, de estarmos produzindo mais próximo do mercado consumidor, aqueles produtos que tem menor valor agregado e que sofrem mais com o transporte. E finalmente, aí o nosso viveiro, onde produzimos todas as mudas que consumimos no processo de plantio. Ali também temos um setor de pesquisa e desenvolvimento de clones. Hoje, toda a nossa floresta é clonada, não temos mais nenhum plantio de semente.

Seguindo adiante, aqui são informações da receita. Já comentamos a estabilidade do ano e esse pequeno recuo no último trimestre. Do lado esquerdo do slide, temos a distribuição dessa receita por produto. Enfim, com relação aos anos anteriores, ou períodos anteriores, não tem grande

Transcrição do 4T16



novidade. A nossa maior concentração está no segmento da madeira, são a parte de base florestal, mas também demonstramos o segmento de tintas, que é muito importante e tem sido bastante relevante com 23% do faturamento. Do lado direito, temos a distribuição dessa receita por segmento. A novidade que gostaríamos de destacar é a questão da exportação, que passou a representar nesse período 15% das receitas da Companhia. Até nesse sentido, fizemos um slide mostrando um retrospecto dessa receita com exportações de 2013 para cá. Percebemos que o grande salto das exportações ocorreu de 2014 para 2015, e de 2015 para 2016. Não é por mera coincidência, que foram ou tem sido os anos mais difíceis no mercado interno e temos, mais do que nunca, apelado para a busca de outros mercados, para a busca da exportação. Do lado direito, temos a participação dessas exportações nas nossas receitas e o comportamento é bastante parecido. Saímos de um patamar em torno de 8% e terminamos esse ano com 15%. A nossa ideia é, se algum de vocês teve oportunidade de ter nos acompanhado ao longo desse ano, estar terminando esse ano com um patamar maior. Tínhamos a expectativa em torno de 20%, enfim, com esse recuo do câmbio, alguns dos projetos que tínhamos, seguramos um pouco. Esse número de 15% é bem consistente, acho que é um número que ainda dá para crescer. Mas o crescimento foi um pouquinho mais lento do que aquele que imaginávamos ou aquilo que anunciamos ao longo do ano.

Nos próximos dois slides, iremos trazer algumas informações do mercado como um todo, informações muito simples, mas servirão para contextualizar a situação dos mercados em que atuamos. A primeira, a parte de material de construção, é o índice da Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção, ABRAMAT, onde vemos que o cenário é bem complicado já desde 2013, quer dizer, já pegando 2014, um cenário de quedas, quedas significativas, 6% em 2014, quase 13% em 2015 e agora quase 12% em 2016. Isso dá um acumulado de quase 30% de queda, nesse índice, que é algo extremamente representativo, mostrando de fato a dificuldade com que o setor vem trabalhando.

Mais adiante, aqui é o setor de painéis, onde também estamos mostrando o que está acontecendo nesse setor. É um setor que obviamente, como todos os outros, enfrenta uma dificuldade de cenário econômico, ou seja, adicionalmente essa dificuldade que os setores de forma geral da economia brasileira tem enfrentado, nós, particularmente no setor de madeira, temos uma situação mais complexa, quer dizer, se é que é possível, mas enfim, que é o fato de termos a capacidade desse setor, se tomarmos aqui os últimos 5 anos, crescendo a uma taxa média de 7,3%, um acréscimo em torno de 7,3% de novas capacidades todo ano, enquanto que a produção está crescendo a um ritmo de 2%. Isso tem feito que aconteça uma ociosidade. Se compararmos os índices em verde, essas barras em verde significam a ocupação da capacidade e percebemos que há uma ociosidade grande, principalmente, nos últimos dois anos, isso traz especificamente para esse setor, um desafio adicional. As empresas que compõem esse setor são projetadas para funcionar 24h por dia, 7 dias por semana, sendo bastante complexo gerir uma ocupação como essa. Então, isso é mais para contextualizar os desafios, e aí iremos posicionar ou mostraremos o que aconteceu com a Eucatex dentro desse cenário complexo.



Começando com o segmento de madeira, esse segmento compreende esses produtos que estão nesse gráfico de pizza à direita, ou seja, os painéis de MDP, os painéis de T-HDF e MDF. Aqui dentro dessa estatística de 32%, também temos portas e painéis que não destacamos, mas são produtos que fazemos a partir dos painéis de T-HDF, portas para construção civil e divisórias, e estão aqui dentro as receitas. Temos chapas de fibra e temos também pisos laminados. O que poderíamos destacar aqui é o crescimento de pisos laminados. Nesse mesmo período do ano passado, representavam em torno de 16% da receita, agora passaram para 19%. Isso é fruto de conquista de Market Share, que é importante a marca Eucafloor, uma marca bastante forte. E nos painéis de T-HDF, no ano passado estávamos em torno de 28% da receita e nesse ano passamos para 32%, fruto do crescimento das exportações. Do lado esquerdo, na tabela, temos informações da receita, tanto no trimestre quanto no ano, temos uma queda, de 4,3% e 3,5%, onde essas quedas estão, relativamente, alinhadas com os números de volume, que estão na parte de baixo nos gráficos em barra. A principal explicação, ou seja, na medida em que você tem a receita alinhada com volume não tivemos variações de preços significativas no segmento de madeira. O que podemos reputar, para explicar, principalmente essas quedas de volume, primeiro foi na nossa planta de Salto, numa das linhas de produção de chapa de fibra, onde decidimos parar durante os finais de semana, fazer um regime de turno diferenciado e também para buscar um índice de qualidade maior, hoje temos um aproveitamento, uma questão um pouco técnica, mas temos o aproveitamento do colchão um pouco menor. Quer dizer, de um lado perdemos um pouco de produção, mas de outro ganhamos bastante em qualidade. E outro aspecto que explica um pouco dessa queda foi uma parada um pouco mais longa para manutenção na fábrica de MDP e também o crescimento relativo de pisos dentro da fábrica de Botucatu. Quer dizer, a mesma prensa que faz o MDP faz o substrato para piso. Quando produzimos piso, acabamos produzindo volume menor de m^3 , porém o metro cúbico de piso vale aí em torno de 3 vezes o metro cúbico de MDP. Então, aquilo que eventualmente perdemos em termos de produção, ganhamos muito em termos de faturamento.

Seguindo adiante, agora um pouco da informação relativa à utilização de capacidade das diversas linhas, eu tenho aqui anotado os números do ano passado. Então, na chapa de fibra ficamos com 74% e no ano passado estávamos com 83%, e essa é questão que comentei do regime de turno diferenciado e da questão do aproveitamento do colchão. A de MDF trabalhou no mesmo ritmo. A de MDP e de piso estávamos com 93% o ano passado, aqui estamos com 90%. Esse é fruto da parada que comentei, e a linha de pisos está mais ou menos no mesmo patamar. Na parte de baixo, temos, é mais informativo, para eventual construção de modelos, a decomposição dos nossos custos.

Esse é o segmento de tintas. Foi um ano difícil para tintas. Se olharmos nessa tabela aqui do lado direito, percebemos que foi difícil para nós e para o mercado, mas acabamos nos saindo melhor que o mercado. Porque se olharmos aqui na primeira coluna dessa tabela do lado direito, vemos que enquanto o mercado cai 0,1% no trimestre e subimos 0,3% em volume, esses dados são da ABRAFAT, que é a Associação Brasileira dos Fabricantes de Tinta. No ano, enquanto o mercado cai 5,7%, caímos somente 3,7%. E aí, da mesma forma que fizemos analogia para fazer a reflexão



sobre preço entre volume, e agora olhando a tabela do lado esquerdo, e entre receita, percebemos que aqui no segmento de tintas há um ganho de preço na medida em que a receita sobe, por exemplo, no trimestre 4,1% contra 0,3% somente de crescimento de volume. No ano, cresce 2,5% mas nosso volume cai 3,7%. Há um ganho de preços em tintas que veremos um pouco mais adiante, nos ajudou a registrar margens melhores nesse trimestre. A questão de capacidade instalada, estamos em 57%, quer dizer, se fizermos uma analogia, o que mostramos lá pelo menos do setor a 64%, isso poderia suscitar uma preocupação, mas essa fábrica de tintas é diferente das de madeira, que foram concebidas para operação 24h por dia. Essa é uma fábrica em que conseguimos facilmente parar e recomeçar, sem nenhum tipo de dificuldade, sem nenhum prejuízo. Então, 57% evidentemente, quanto mais capacidade ocupada, melhor, mas os 57% não preocupa. Do lado esquerdo, temos também, como fizemos na madeira, a distribuição dos custos no intuito de ajudar na confecção de algum tipo de modelo.

Bom, aqui é um resumo dos nossos resultados e alguns desses dados já comentamos. A receita líquida, como falamos, tem uma pequena retração no trimestre, uma estabilidade no ano. Quando passamos para linha de margem bruta, percebemos uma melhoria interessante, no último trimestre, são 3,3 p.p. de ganho. E aí, se pensássemos que acabamos de passar pelo segmento de tinta, percebemos uma melhoria de preço. Então, temos mais preços e uma gestão de custos mais adequada, que permitiu esse ganho de margem. Quando olhamos para o ano, aí, ao contrário, temos um pequeno recuo da ordem de 1,0 p.p., mas aí não é tanto uma questão operacional, não houve, vamos dizer assim, uma perda operacional, mas muito mais uma situação quase que eu diria, contábil. Somos obrigados a fazer o que se chama de uma avaliação da variação do nosso ativo biológico, do nosso maciço florestal, e isso envolve uma série de variáveis, como taxa real de juros, crescimento da floresta, etc, e percebemos que em 2015 esse número foi R\$ 44 milhões, e agora foi um pouco menor do que R\$ 30 milhões, então uma diferença importante. Como eu disse, isso é um número contábil, não tem efeito caixa, mas acaba influenciando na obtenção da margem bruta. Se ignorarmos essa variação, perceberemos que os resultados do ano passado e desse ano são absolutamente iguais do ponto de vista de operação. Na parte das despesas administrativas, aquilo que comentamos sobre essa espécie de lição de casa que a empresa fez. Todos sabem que basicamente a despesa administrativa varia muito com a parte de inflação, com a parte de dissídios. Inobstante isso, percebemos uma redução nos gastos com a despesa administrativa de 6,2%, fruto dessas reestruturações que temos feito. Na parte das despesas comerciais, há um recuo, onde, obviamente, parte dele vem da própria pequena retração que houve na receita, que é uma parte das despesas comerciais que são variáveis, mas também isso é fruto da intervenção, da reestruturação, das modificações de estrutura e simplificação que fizemos nas áreas comerciais. Olhando o EBITDA, já comentamos no início da apresentação, temos um crescimento no trimestre e um pequeno recuo no ano. Esse recuo, mais uma vez, está muito ligado à compra de madeira e o não retorno da exaustão que ocorreu esse ano. De novo, uma melhora importante nos resultados, no lucro líquido da Companhia, tanto no lucro líquido contábil quanto no chamado recorrente. O lucro recorrente é maior e, principalmente, se olharmos no ano, do lado direito, na linha resultados não recorrentes tivemos R\$ -20 milhões, no ano passado um pouquinho menos de 12%. Esse acréscimo é fruto, principalmente, da questão dos ajustes de



estrutura. Quer dizer, cada vez que ajustamos a estrutura, que mexemos na parte de pessoal, acaba nos obrigando, enfim, é óbvio, a termos indenizações do ponto de vista trabalhista e onerando esses gastos.

A parte de endividamento, olhando primeiro para dívida líquida, temos aí uma estabilidade, pelo menos em reais, tanto de 2015 quanto daquela registrada em setembro, quanto nesta agora no final de 2016. Igualmente estável, é a relação entre essa dívida e o EBITDA, ano passado era 1,7x, agora está 1,8x, mas é uma questão muito mais de casas decimais. O trabalho que a área de tesouraria tem feito e está se dedicando fortemente nesse ano é quanto ao alongamento da dívida, embora não tenhamos um índice de alavancagem, principalmente, se compararmos a outras empresas do mercado, alto. Nosso índice é baixo, se é que podemos chamar assim, em torno de 1,8x, porém temos concentração no curto prazo, e daí a necessidade de fazermos um trabalho de alongamento. A questão da moeda estrangeira é um outro item também do qual vale a pena falarmos. Há um percentual expressivo, mas enfim, todas essas operações são operações de comércio exterior, todas estão absolutamente proporcionalizadas, ou até inferiores, ou bastante inferiores às nossas exportações e vamos dizer assim, consideramos que essas operações naturalmente são “hedgeadas”, na medida em que os produtos, o principal produto que exportamos, acima de 80%, é a chapa de fibra. Se fôssemos voltar lá atrás, perceberíamos que quando pegamos: uma floresta que já foi plantada, a mão de obra, e a energia térmica e energia elétrica, praticamente, fechamos o custo da chapa de fibra. Isso mais ou menos quer dizer que, enfim, qualquer que seja o câmbio, se estiver como está agora, na faixa de R\$ 3,10 ou se tivesse na faixa de 2015 a R\$ 4,00, não teríamos diferenças substanciais no custo de produção da chapa de fibra. Então, isso nos dá um conforto do ponto de vista de hedge. Evidentemente, que é muito melhor se não tivéssemos adiantado o câmbio e pudesse obter os R\$ 4,00, se é que vai chegar nesse patamar, do que os R\$ 3,00. Mas, enfim, não nos preocupa porque o custo de produzir essa chapa, o m² é o mesmo.

Na parte de investimentos, esse ano eu acabei não trazendo, mas no ano de 2016 fechamos em torno de R\$ 90 e poucos milhões. Neste ano, gastamos ainda mais focados na parte realmente de, somente sustentação, ou seja, deixar nossas fábricas em ordem, fazer a manutenção do que for necessário e repor as nossas florestas. Então, estimamos que, nesse ano, iremos investir em torno de R\$ 78 milhões, que é menos do que o ano passado, mas enfim, dentro desse cenário de estarmos otimizando os recursos da Companhia.

Esse slide, como os outros, mas enfim, tem um caráter informativo, não tem muitas conclusões que possamos tirar dele, mas é bastante importante. Vimos lá atrás que um percentual significativo, a maioria da receita da empresa advém das indústrias de base florestal. Então é importante conhecer um pouco desses números. Como mencionei, temos 79 fazendas, são 46 mil hectares, todas no estado de São Paulo. Do lado direito, essa tabelinha dá o raio médio de abastecimento para as fábricas. Temos as florestas mais próximas de Botucatu e mais distantes de Salto, por outro lado, temos Salto mais próximo dos grandes centros de consumo, do porto, mas um pouco mais distante das florestas. Na parte inferior do lado esquerdo, temos o programa de



plântio. Nesse ano, cumprimos quase 6 mil hectares. Percebemos que, a partir de 2013, as barras que eram uniformes, tinham uma cor só, elas passaram a ter duas cores. Uma parte disso, a parte mais clara, é o que chamamos de manejo, que começamos a fazer a partir de 2014. E a parte mais escura são florestas novas, plantadas. Então, quando entramos cortando uma floresta, temos duas alternativas: ou deixamos esse eucalipto rebrotar, coisa que não fazíamos até 2013 ou erradicamos esse toco e fazemos uma nova floresta. Percebemos que dependendo da área, do clima, do tipo de clone, há uma relação interessante entre eventualmente alguma perda que possa se ter de produção, mas o custo de não ter que se fazer nova floresta. Então, não só nós como várias empresas do ramo florestal, passaram a ter essa prática de condução em vez do replântio. Do lado direito, temos informação do nosso processo de reciclagem. Temos crescido bastante nessa área. Isso aí é uma coleta que fazemos de resíduos de madeira ao redor da fábrica de Salto e sabemos que lá a energia térmica é muito importante. Se formos olhar lá a composição de custo e hoje fazemos toda essa energia térmica com material reciclado, sem comprar cavaco de ninguém e sem pegar nenhum tipo de floresta nossa plantada para essa finalidade.

Esse é o nosso último slide. Esse slide é o mesmo que mostramos o ano passado. Terminamos a nossa apresentação com esse slide e também neste. Isso foi o que nos propusemos nesse mesmo período a fazer em 2016, foco absoluto nas exportações. Mexemos no nosso parque fabril, nos adequamos para trabalhar fortemente nas exportações, procuramos enxugar nosso portfólio, trabalhamos na questão do manejo florestal e esse comentário que eu fiz sobre a questão da recondução de florestas em detrimento de florestas novas, que isso significa menos gastos. Focamos absolutamente na parte de manutenção e fizemos um trabalho de revisão de custos, serviços e estrutura, que podemos perceber um pouco aí, talvez mais nitidamente nas questões de despesa administrativa e obviamente também dentro do próprio custo, que os aumentos de preços não foram tão significativos, mas conseguimos um ganho de margem. Então, eu diria que cumprimos boa parte daquilo a que nos propusemos em 2016, e isso fez com que chegássemos agora em 2017 com uma empresa mais leve, mais enxuta, mais competitiva, que eu sinceramente, acredito que temos alguns elementos para assim pensar, que espero que irá encontrar um mercado mais favorável, um cenário mais favorável para esse 2017, se não assim de uma forma espetacular, mas pelo menos sentimos que de fato que a curva fletiu, os discursos estão menos pessimistas. Eu tenho até aqui, por exemplo, nesse ano, tenho as informações aqui da ABIPA, perdão, do IBÁ, que é a associação que congrega todas as empresas que produzem painéis no Brasil. Estamos, nesse ano, com uma variação positiva em relação ao ano passado, tomando janeiro e fevereiro, de 11%, então é bastante interessante e mais ainda quando pensamos que boa parte dessa variação veio do mercado interno. O mercado interno, nesse ano, está crescendo 8% em relação ao ano passado, nesse período agora de janeiro e fevereiro. Quer dizer, então, eu acho assim, se essas expectativas não são espetaculares, pelo menos, de forma responsável, elas são melhores do que aquelas que tínhamos no ano passado, e acredito que, como empresa, estamos mais bem preparados.

Então, era isso. Fico à disposição para eventualmente alguma questão que os senhores tiverem. Obrigado.



PAULO VALACI - CITIBANK – Bom dia a todos. José Antonio, obrigado pela apresentação. Você poderia comentar um pouco sobre o ambiente competitivo da indústria de painéis? Sabemos que tem esse excesso de oferta, e eu imagino que agora, com o câmbio mais próximo de R\$ 3,00 ficaria mais difícil manter os níveis de exportação. Lembramos que antigamente o discurso era que o painel não viajava, o câmbio resolveu isso quando chegou próximo dos R\$ 4,00 e agora eu queria entender o que é que deve sustentar os níveis atuais de exportação, se o mercado lá fora está aceitando mais o painel brasileiro e se com R\$ 30,0 ainda consegue se exportar numa margem melhor do que no mercado local. E dado esse cenário, a dificuldade de exportar e o excesso de oferta no mercado doméstico, qual seria a expectativa para ambiente de preço de painel para 2017?

JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO – De fato, o câmbio que estávamos aí próximo de R\$ 4,00 sem dúvida ajudava e vamos dizer assim, viabilizava uma série de produtos e também de mercados. Da mesma maneira que, fazendo uma analogia do que aconteceu conosco, eu posso fazer uma analogia com nossos competidores. Tínhamos uma convicção de que teríamos um crescimento da exportação mais significativo. Mais uma vez, quem nos acompanhou ao longo do ano, por algumas ocasiões falei que as nossas expectativas seria terminar o ano com nossa receita, com a exportação representando 20% da receita e estamos terminando com 15%. O que aconteceu é que esse câmbio na faixa de R\$ 3,10 fez com que suspendêssemos alguns dos nossos projetos. Alguns projetos que tínhamos que eram viáveis no câmbio de R\$ 4,00, deixaram de ser no câmbio de R\$ 3,10. Mas, enfim, há uma sustentação que eu diria, entendo que da nossa parte e imagino que também dos nossos concorrentes, nesses patamares agora atingidos, acho que dificilmente, mesmo nessa taxa de câmbio, eles voltarão para trás. O que eu acho é que iremos perder um pouco da velocidade. Se olharmos o crescimento, o setor não era tradicional exportador e sempre fomos. Então, tivemos um crescimento importante, mas foi menor do que os percentuais experimentados pelo setor. Eu acredito que, estou tentando me lembrar de cabeça, em torno de 60% de crescimento, o setor teve nas exportações, e que esse ritmo, sem dúvida nenhuma vai cair. Nesse patamar de câmbio, esse ritmo não se sustenta. Mas acho que esse volume que está sendo colocado lá fora, que também por coincidência é em torno de 14% a 15% da produção brasileira, continuará acontecendo. Acho que isso não retorna. E é bastante importante, porque estamos falando de mais ou menos em torno de pouco mais de um mês de produção. Se tiver que voltar para o mercado interno que, mais uma vez, não acredito, só para efeito de raciocínio, isso sem dúvida traria aí uma instabilidade de preço, uma competição muito acirrada e faria com que caíssem. Esse cenário específico de preços, acabei não comentando e tinha anotado para falar, estamos com programa de aumento de preços agora em pleno março, incrementando preços em alguns tipos de painéis nossos, e agora em abril fecharemos esse circuito com alguns painéis que não estão sendo corrigidos em março. É um movimento, evidentemente cada empresa faz esse movimento de *per si*, que está acontecendo de forma geral



no mercado. Então, não sei até que ponto se sustenta, ou por quanto tempo, mas enfim, vamos ter algum efeito aí no 2T, não nesse 1T, que já estamos em final de março, mas vamos estar aí trabalhando com patamares de preço não só nós, como o restante do mercado, melhores do que no 1T.

SANDRA PERES – COINVALORES – Bom dia. Eu gostaria de saber toda essa reestruturação que vocês fizeram ainda tem mais para reduzir mais a parte de custos e despesas?

JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO – Obrigado pela pergunta. Sim. Uma parte, vamos dizer assim, uma maior parte, já foi feita em 2016, e outra está acontecendo agora, nesse início de 2017. Já é o terceiro mês que estamos fazendo essa redução. No fundo era, talvez, até do ponto de vista do ambiente, era melhor ter feito isso de uma maneira única, mas como disse, isso tem uma implicação de custos. Na verdade, isso tem um custo e temos que acabar optando por um conservadorismo, do ponto de vista de caixa, e fazer isso de maneira paulatina. Isso está, continua aí nos primeiros 2 meses, 3 meses do ano e continuará aí pelo menos até o final do primeiro semestre, quando esperamos ter concluído toda essa reestruturação de área. Do ponto de vista de margem, não temos mais modificações. Quando olhamos, vamos lá para cima um pouco na parte de margem, não há grandes alterações. Alguma mexida ainda na fábrica de Salto, mas não há grandes alterações. Teremos talvez um reflexo maior nas chamadas despesas administrativas e comerciais.

LUCAS FERREIRA – JP MORGAN – Bom dia. Como é que você avalia o começo de 2017? Como tem sido a evolução das vendas no começo desse ano? Vocês começaram num tom mais otimista ou não? O que você tem escutado dos clientes de vocês? Se puder falar por canal: indústria, revenda, como está o ânimo do pessoal no começo de 2017? E sobre esse aumento de preço, isso na verdade é uma recomposição de perda de preço no final do ano passado? Vocês já estão enxergando um potencial para aumentar preço, eventualmente ter um ganho de margem nesse 1S?

JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO – É o que eu comentei, não temos nenhuma virada espetacular. Começamos o ano sem dúvida nenhuma, não só nós como setores que participamos, com mais ânimo. Isso está nítido no setor de painéis, peguei até uns números do IBÁ, vemos que quando olhamos um pouquinho para trás, vimos que o setor não perdeu tanta produção, quando debruçamos, vemos que não perdemos tanta produção, porque começamos a exportar, mas o mercado interno estava afundando. Quando olhamos, são só dois meses, mas quando olhamos os dois meses primeiros desse ano, percebemos que estamos crescendo também agora no mercado



interno. Então, tem aí, vamos dizer assim, uma expectativa um pouco mais otimista. Nós, como associação, temos uma empresa contratada que faz toda uma varredura do segmento de painéis, indústria moveleira e revenda. Então, ela começa conosco, olha nossos estoques, nossa produção, depois vai para indústria moveleira, olha estoque, a produção, a venda, vai pra revenda, faz a mesma coisa, depois vai para o magazine. Ao longo de 2016, o setor enxugou muito a taxa de estoques. Terminamos 2016 com estoques, na parte do varejo, da revenda e da indústria moveleira, bem enxutos. Como estamos com essa expectativa, e acho que não só nós, mas o mercado como um todo, de melhora, pelo menos nesses primeiros meses do ano ter uma recomposição desses estoques. Quer dizer, se esse tipo de crescimento vai continuar, vai depender um pouquinho do próprio dinamismo da economia. Eu diria que agora foi assim, o pessoal batendo no raso, do ponto de vista de abastecimento, de situação operacional de estoque, comprou para se recompor com expectativa de que viveremos dias melhores. Se esses dias melhores não vierem pode ser que tenhamos alguma barrigada no meio do ano. Você me perguntou de preço. Preços: acho que podemos sim alimentar a ideia de que vamos ter preços melhores. Está longe de recompor as margens que já tínhamos no passado. Ele vai ajudar um pouco a diminuirmos um pouco das perdas de rentabilidade que tivemos ao longo desse período, principalmente, de 2013 para cá. O outro segmento que atuamos, o segmento de tintas, não tem muita diferença. É um segmento que está, vamos dizer assim, andando de lado, ao contrário de painéis, não teve aí um começo de ano muito diferente, mas está positivo. Segmento de pisos: tivemos crescimento importante ano passado, se não me engano acho que foi 11% no último trimestre. Continuaremos a crescer com pisos. Temos aí um produto, uma marca bem conceituada, estamos conseguindo mais Market Share e a nossa expectativa é continuidade de crescimento.

LUCAS FERREIRA – JP MORGAN – Mais uma pergunta. Vocês conseguiram expandir margem no ano passado, já foi um ganho excelente, mas qual a perspectiva para vocês desse ano, quando vocês fazem orçamento para 2017, esperam que consigam ganhar margem ainda esse ano também? Vocês acham que vai ter evolução gradual de margens ao longo de 2017 ou não?

JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO – Foi mais ou menos assim que construímos o nosso orçamento. Eu não tenho exatamente um percentual, mas temos aí, na última linha EBITDA, uma expectativa, de um EBITDA superior a esse que fizemos agora em 2016, no aspecto de quantidade de reais e de percentual. De fato esperamos uma melhora gradual do ambiente ao longo de 2017 que vai propiciando resultados melhores, nada espetacular, mas melhores ao longo do ano.

SANDRA PERES – COINVALORES – Oi, eu novamente. Pensando um pouco em exportação, seria interessante comprar ou fazer uma aquisição, uma joint venture, alguma coisa assim, no mercado lá fora?



JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO – Bom, responder sim ou não, interessante, acho que depende um pouco da estratégia de cada empresa. Eu não, vamos dizer assim, do ponto de vista de solução, para nossa atividade local, eu não acho que faça diferença. Isso pode ser até uma estratégia de crescimento da empresa como organização, mas às vezes você faz uma aquisição de determinado mercado, ou de um determinado tipo de empresa que você traz uma sinergia nova para o seu negócio atual. Eu não vejo muita, pelo menos aquisição de dentro do nosso setor lá fora que pudesse trazer assim diferencial significativo para nós localmente. Essa falta até de uma maior explanação para você reflete até que esse é um assunto do qual não tratamos muito, quer dizer, é algo que não está no nosso radar.

LUCAS FERREIRA – JP MORGAN – Mais outra pergunta. Acho que os investidores estão olhando para esse setor eventualmente bens duráveis ou material de construção, então na verdade, já pensando em 2018, 2019, dado que esse ano ainda vai ser um ano de, está todo mundo muito alinhado, numa melhoria gradual de volumes, algo muito lento ainda, acho que está todo muito entender qual é o normalizado, o novo normal, que essa indústria pode chegar. Eu sei que é um exercício um pouco de futurologia, depende de muitos fatores, mas talvez tentando trazer a discussão mais para o setor de painéis, sobre oferta e demanda, imaginando um cenário mais otimista, em que a demanda volte a crescer, um PIB mais forte em 2018, enfim, 2019. A minha preocupação é que ainda existe muita capacidade ociosa a se preencher, existem até alguns projetos novos a entrar no mercado, enfim, não sabemos exatamente quais deles que vem e quando que vem, mas enfim, parece que tem talvez três novos projetos, e algumas plantas que pararam operação, algumas linhas que pararam operação no ano passado. Eu queria entender de vocês o que, na verdade o que eu quero entender é o cenário de oferta e demanda, como é que vocês acham que se comportaria o mercado num cenário mais forte? Tem demanda que parou, aliás, produção que parou que poderia voltar a operar num cenário de demanda melhor? Vocês acham possível ter mais competição de novos players, novas plantas nos próximos, digamos, 2-3 anos?

JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO – Então, o que tem de mais significativo do ponto de vista de plantas que estão paradas, prontas e paradas, é as duas plantas da Duratex em Itapetininga. São plantas muito boas, novas que estão paradas, um volume muito expressivo. Difícil um pouco fazer qualquer tipo de pensamento em relação à estratégia que eles tem. Com relação a novas plantas, há algumas que estão por vir, quer dizer, há uma planta no Mato Grosso, uma planta de MDF, entende-se que é uma realidade, é um grupo que já tem floresta plantada e está aí talvez para meados de 2018, acho eu, talvez final de 2018, para dar início à operação. É uma planta acho que em torno de uns 40 mil m³. Se tem notícia também de uma planta no norte, da Floraplac, que já opera, que é uma nova de MDF e também dessa ordem. Esse é um mercado que está um pouco mais isolado, vamos falar assim, dos grandes consumos do centro-sul. Então, continuamos tendo um cenário de oferta que preocupa, não tem nada que possamos imaginar,

Transcrição do 4T16



alguns mais otimistas, alguns nem tanto, mas dificilmente você pode imaginar um cenário de crescimento de demanda que pudesse estar absorvendo esse volume, principalmente esse volume da Duratex que está desativado, que pudesse absorver esse volume. Acho que acontece é que, de um lado, não talvez de maneira um pouco mais lenta, mas continuamos com esse crescimento de exportação, e do outro acho que o mercado tem criado mecanismos, tem aprendido a trabalhar dentro desse cenário desafiador de excesso de oferta e tem entendido que, não adianta também querermos colocar toda a produção no mercado, porque isso acaba redundando em preços muito menores. O mercado não é elástico, infelizmente, talvez se pegarmos, por exemplo, o mercado de automóveis, talvez seja muito elástico. Se você tirar 15% ou 20% do preço de um carro, acho que começa a vender bem mais. Mas se tirar 15% do preço do painel, isso na ponta vai fazer pouca diferença e não vai mudar o mercado, e 15% a menos, por exemplo, no resultado das empresas é desastroso. Acho que isso está bem assimilado por todas as empresas do setor, depois de tantos anos de dificuldade. Então não vejo, mesmo num cenário em que a demanda não nos ajude tanto, deterioração de preço, mesmo num cenário adverso.

Se não tiver perguntas também do pessoal da internet, acho que podemos dar o aviso de encerramento.

OPERADORA – Lembrando que para fazer perguntas basta digitar *1.

JOSÉ ANTÔNIO GOULART DE CARVALHO – Bom, não tendo mais perguntas. Mais uma vez agradeço a presença de todos. Obrigado. Obrigado também por quem nos acompanhou através da web. Enfim, tem aí, acho que não está mais, no final da apresentação de vocês tem o nome do time de RI. Estamos sempre à disposição para qualquer dúvida ou questão adicional. Muito obrigado e bom dia a todos.