Local Conference Call
Klabin S/A (KLBN11)
Resultados do 3T26
29 de outubro de 2026

Operador: Bom dia e bem-vindos à teleconferência da Klabin.

Neste momento, todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e, posteriormente, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas.

Pedimos a gentileza que, em benefício do tempo, cada analista se limite a duas perguntas.

Cabe lembrar que essa teleconferência está sendo gravada e a apresentação será realizada em português com tradução simultânea para o inglês. Todos os participantes podem escolher qual idioma ouvir, selecionando o idioma no botão Interpretação, e idioma da apresentação, clicando em Tela de Apresentação Português, no topo.

Agora, farei um anúncio curto para os participantes que nos acompanham em inglês.

This conference is being conducted originally in Portuguese. To switch, please press the interpretation button on the platform and then select the English language. For English presentation, click on the top to view the English presentation screen.

Eventuais declarações realizadas durante esta teleconferência relativas às perspectivas dos negócios da Companhia, projeções, metas operacionais e financeiras relativas ao seu potencial de crescimento constituem-se em meras previsões baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro da Klabin. Estas expectativas são altamente dependentes das condições do mercado, do desempenho econômico geral do país, da indústria e dos mercados internacionais, portanto, sujeitas a mudanças.

Estão presentes hoje conosco o Sr. Cristiano Teixeira, Diretor Geral; Gabriela Woge, Diretora Financeira e de Relações com Investidores; e os demais diretores da Klabin. Inicialmente, o Sr. Cristiano e a senhora Gabriela farão comentários sobre o desempenho da Companhia no 3T26. A seguir, os diretores responderão às questões que eventualmente sejam formuladas.

Agora, gostaria de passar a palavra ao senhor Cristiano. Por favor, senhor Cristiano, pode prosseguir.

Cristiano Teixeira:

Obrigado. Bem-vindo todas e todos no nosso call de resultados do 3T26.

Antes de trazer os comentários sobre o desempenho do trimestre, eu optei por relembrar alguns conceitos, algumas discussões dos últimos anos, para basear um pouco as nossas conversas, relembrando compromissos e desafios que a gente fez a partir do ano de 2018.

Acho que o primeiro ponto, e o mais importante de todos, é, lá em 2018, quando nós começamos a desenhar o Puma II, levando ele para aprovação em sequência, para proposta, discussão e aprovação no Conselho, ali foi decidido pela Klabin que nós não iríamos aumentar a nossa capacidade de fibra curta, de celulose de eucalipto, e a Klabin tinha um estudo muito profundo – até hoje a gente sempre aperfeiçoou esses dados – baseado no diferencial da fibra longa e do potencial que nós tínhamos de ter duas máquinas de papel competitivas em qualquer geografia do mundo, com alta capacidade de substituição de papéis com menos performance, como, por exemplo, o desempenho da Máquina 27 com papel – aí, sim, 100% eucalipto –, mas a opção por fazer a segunda máquina de cartão baseado em fibra longa.

Então, a gente tem essa consistência desde o início de acreditar no mercado de embalagens, higiene, e sempre se basear nos produtos de alto valor agregado, com alto percentual de fibra longa.

Essa crença continua. Hoje, a gente está cada vez mais seguro da decisão que nós tomamos, e o ponto principal dessa discussão lá em 2018, que foi um grande desafio para toda a Administração, incluindo nós e o Conselho de Administração nas conversas à época, era anunciar um projeto sem ter a madeira ainda adquirida. A árvore ainda não estava adquirida. Esse foi um desafio, mas ali a crença era de que, se nós focássemos nos investimentos industriais e conseguíssemos buscar o sortimento de madeira na região – lembrando que o Paraná é a região mais produtiva do mundo – e é a região que a gente sabe que, no Brasil, são poucas as áreas com uso múltiplo da madeira, exatamente no Paraná e Santa Catarina isso existe. Então, você consegue operar entre aspas, mas você consegue operar com madeira de terceiros com alguma segurança em comparação a outros estados do Brasil, que você precisa construir a sua base florestal.

Mas a gente sempre soube que essa base florestal precisaria ser montada. Então, quando a gente foi a mercado, após a discussão e aprovação no Conselho, a gente deu todo o *disclosure* necessário, dizendo que a gente optou por fazer os investimentos industriais, era aquilo que caberia na Companhia, e que as florestas, a madeira e, obviamente, as terras, a gente buscaria para um primeiro ciclo madeira de terceiros, durante o esse primeiro ciclo, nós também buscaríamos terras – que

são duas coisas, a gente costuma colocar isso na mesma cesta, que são duas coisas diferentes –, e essas terras, que seriam adquiridas durante esse primeiro ciclo de consumo da madeira de terceiros, a gente faria o plantio, a silvicultura, e partiríamos, aí sim, a partir do segundo ciclo, principalmente do Pinus – que é onde eu estou focando aqui – com madeira própria, com uma redução importante da distância média.

Então, por que eu quis fazer essa introdução? Talvez para alguns de vocês seja óbvio, para outros nem tanto, mas isso foi muito importante, uma decisão de alto risco à época, mas, obviamente, toda a área plantada a gente sabia onde estava e sabia que tinha condição, na época, de assumir esse risco. E assumimos junto com o Conselho de Administração.

Esse período segue ainda – lembrando que o ciclo do pinus é um ciclo de 13 a 14 anos –, nós ainda temos um par de anos, provavelmente 27 e 28, já começando a reduzir em 28, mas com alguma pressão de distância. Quando eu falo "distância", eu estou trazendo exatamente essa madeira que nós compramos, a árvore em pé, que vai ser colhida até esse período. E a partir, sim, do 2S28 e, mais importante ainda, em 29, a gente começa a colher a madeira própria.

Eu citei aqui no começo: primeiro, compramos as árvores onde era possível e, durante esse período do primeiro ciclo, compramos as terras – lembro a aquisição da Arauco, que foi uma compra importante, foi importante não ter ansiedade para sair comprando a área da Arauco, foi importante ter tido a calma necessária para essa negociação –, compramos as áreas durante a colheita desse primeiro ciclo, toda essa área, a gente teve uma eficiência muito grande de plantio e começaremos, sim, a colher essa madeira a partir do 2S28 e, reforço aqui, com uma queda importante da distância média a partir do 2S28.

Então, agora, trago aqui um pouco da nossa realidade. A gente atravessou todo esse período, levando a Companhia para uma Companhia de 4,4 milhões de toneladas, com um portfólio de produtos – aí sim, relembro aqui o início da minha fala – quando a gente optou por não fazer fibra curta, a gente já tinha uma reflexão bastante consistente de que a gente preferia a rota da fibra longa, principalmente produtos de mais valor agregado. A gente hoje tem a certeza absoluta de que escolhemos o caminho certo.

O portfólio da Klabin, eu citava para vocês, a gente em breve terá um terço, um terço e um terço – eu falava isso lá em 2018, hoje vocês reconhecem que a Klabin está dividida com esses três blocos de negócios: embalagem, fibras e papéis –, sendo o negócio de fibras bastante baseado, como vocês sabem, em volume. Um terço das nossas fibras são de fibra longa, é uma opção da Klabin, foi uma opção da Klabin sempre começar com um produto Fluff de fibra longa – vou citar um pouco, inclusive, clientes hoje –, que a gente tem muita segurança nessa escolha. Então, um

terço do volume, mais ainda, em resultado, desse terço das fibras é de Fluff de fibra longa.

Nos papéis, uma diversificação cada vez mais importante, aumentando a nossa participação de cartões. Cartões esses que, mesmo hoje – e aí conversa com a fibra – vocês veem um aumento da exportação de cartão, principalmente baseado em fibra curta, que a gente chama de *Folding*, da China para o mundo. Alguns desses fabricantes de cartão na China passando a integrar agora, passando a fazer a sua própria celulose com madeira comprada principalmente do Vietnã, como vocês sabem, o que vai reduzir a importação de fibra curta na China, e eles passam a exportar cartão. Mas esse cartão é um cartão de baixo valor agregado – já citei aqui o nome comercial dele, que é *Folding*.

E, curiosamente, eu já citei em outros *calls* para vocês, a Klabin está ganhando *market share*, eu vou citar nomes aqui hoje de cartão de fibra longa na China. Então, enquanto outros fabricantes do Brasil estão pressionados por importação de cartão, a Klabin não está pressionada nem no Brasil e nem na sua exportação, exatamente por ser cartão de fibra longa. A gente segue cada vez mais consistente, forte, com contratos de dois a quatro anos com os principais fabricantes de embalagens para leite e cerveja do mundo.

Então, dito isso, acho que é importante a gente reforçar em que período da consistência dessa história contada lá em 2018, onde nós estamos, bastante seguros, nós e o Conselho de Administração, nessa trajetória que a gente desenhou, e hoje, mais seguros do que nunca nas escolhas que nós fizemos.

Bom, vou falar um pouco do desempenho do 3T para vocês aqui. Peço desculpa de ter roubado um pedaço aqui da introdução sobre isso, mas eu acho que, de tempos em tempos, é importante a gente reconfirmar a visão da Companhia no passado e aquilo que a gente está entregando no presente.

Bom, o desempenho do 3T foi importante, principalmente – aí sim, eu trago o Fluff novamente. A gente conseguiu, nesse 3T em relação ao 3T25, aumentar o volume, de 106 para 115 mil toneladas, com um aumento importante de preço.

E quais são os nossos parceiros do Fluff de fibra longa? Nós temos parceiros, obviamente, no Brasil, mas principalmente no mundo. A Kimberly Clark é o maior parceiro da Klabin em Fluff de fibra longa, com muita discussão em Pesquisa & Desenvolvimento, contratos de longo prazo, a gente está bastante feliz de, inclusive, ter acabado de fechar um novo acordo com a Kimberly Clark para o mundo, não só para o Brasil; Unicharm também muito importante; Fitesa; e Procter & Gamble. Então, esses são os principais clientes globalmente da Klabin, na Europa, na Ásia, na América Latina, de Fluff de fibra longa, todos com discussões importantes de Pesquisa & Desenvolvimento.

Queria trazer agora um pouco o desempenho na área de papéis, citando, primeiro, cartões. Em cartões, a gente também teve desempenho significativo em relação ao 3T25, nós fizemos 212 mil toneladas, nesse trimestre fizemos 231 mil toneladas, com aumento de preço também e com contratos importantes, longos, com, obviamente, os clientes que vocês conhecem bem: Tetra Pak, um importante acordo agora firmado para dois anos; SIG e todos os demais fabricantes de cartão LPB no mundo. A Klabin, mesmo para os fabricantes chineses de LPB, a gente vende o nosso cartão e bastante próximo desses novos, inclusive alguns dos novos fabricantes na região – isso em leite.

Em cerveja, cada vez mais, a gente é bastante conhecido pelo nosso produto de cerveja, e vocês sabem que as principais marcas do mundo, poderia citar todas, vou citar duas aqui, como Heineken e ABI, mas praticamente a gente está presente em leite, em cerveja e em todos os fabricantes de todas as regiões do mundo, cada vez mais seguro, de novo, fazendo o link com a decisão sobre cartões de fibra longa.

No Kraft, eu queria trazer para vocês um aumento significativo de preço que houve. Aqui eu reputo muito a algo que também já é falado há alguns anos de forma estrutural do setor: a dificuldade que teriam os fabricantes do hemisfério norte, principalmente a América do Norte, com produção de custo caixa alto e cartões de baixa qualidade ou alta gramatura, como se queira colocar.

A Klabin, ela vem desempenhando um papel importante desde o produto inovador, que vocês conhecem bem, que foi o Kraft 100% de eucalipto (o Eukaliner), mas também, com o início da Máquina 28, que é um papel Kraft, que a gente consegue fazer nessa máquina cerca de 200 mil toneladas hoje de alta gramatura, substituindo exportação dos americanos em várias regiões do mundo.

E eu queria citar uma em especial – como cliente, depois falo como países –: a Arizlu, no México, um fabricante independente de caixa, que hoje a Klabin já tem como um parceiro importante no México. O México passa a ser um país importante para Klabin. Outros países históricos que a gente já tem negócios há mais de 40 anos, como Itália, Filipinas, etc., mas hoje a Klabin também está presente no Canadá, na Índia, principalmente na China. Então, lugares que são improváveis no passado, hoje são clientes de Kraftliner com essa nova capacidade que a gente trouxe. E a gente está muito seguro, porque é um papel altamente tecnológico no segmento de containerboard.

A gente está bastante feliz, não só com alguns clientes independentes que nós passamos a abastecer, tanto no México quanto no Canadá, em substituição aos americanos, mas principalmente os clientes tradicionais que nós temos nas outras partes do mundo, como Europa e Ásia e, obviamente, América Latina, onde a gente é certamente o mais importante fabricante de containerboard.

Queria trazer como, referência também a área de embalagens começando pela área de papelão ondulado, citando, de certa forma respeitosa, em agradecimento a clientes importantes com contratos, hoje, mais de 70% da Klabin, da área de embalagens, ela é totalmente contratada com grandes nomes como JBS, Nestlé, M. Dias, Ypê, Minerva, Unilever, Coamo, Natura, praticamente todas as grandes marcas no Brasil vinculadas à Klabin, algumas com 100% do seu volume, contratos com nível de serviço, e a gente está muito feliz, muito sólido na área de papelão ondulado.

A gente fez uma grande mudança nesse setor nos últimos anos consolidando a International Paper, o que possibilitou trazer uma precificação diferente. A Klabin conseguiu mudar o preço em dólar da caixa no Brasil, e isso eu reputo principalmente pela parceria e pela qualidade de serviço que a gente ofereceu para esses clientes. Para quem acompanha o setor, sabe bem que nós mudamos esse setor nos últimos anos.

Obviamente, na área de sacos, é a Votorantim o grande cliente da Klabin, mas nós abastecemos todo o mercado de sacos. Como vocês sabem, a gente tem um *market share* muito alto. Então, eu passo aqui pelos grandes nomes, que a gente tem muito orgulho de falar, que são contratos de dois a quatro anos, relacionamento muito forte, consolidado, uma estratégia baseada em fibra longa, produtos de alto valor agregado, desenhado lá em 2018, na qual a gente vem entregando, com excelência, muito firme naquilo que a gente vai entregar nos próximos anos, mesmo sabendo dos desafios que ainda se encontra pelos últimos 18, 24 meses de madeira de terceiros, mas muito confiante de toda a área plantada próxima da Klabin, com redução de distância média, que a gente começa a colher a partir do 2S28, trará obviamente muito fruto no sentido de redução de custo na Companhia.

No mais, um comentário rápido sobre o El Niño. Acho que a gente não pode passar por esse assunto de forma despercebida. Nós trouxemos esse debate para o Conselho de Administração no final de 2025, quando a gente estava finalizando a peça orçamentária de 26, e a gente ali, obviamente, já tinha identificado, principalmente pelo NOAA, mas por outros institutos, que as boias do Pacífico haviam registrado uma temperatura maior e que isso, sim, poderia provocar um El Niño bastante diferente, não só pela frequência, dado que o El Niño, como alguns de vocês sabem, era de quatro em quatro anos e, esse ano, foi de dois anos, na repetição de dois anos e, nesse, sim, com uma expectativa de ser um super El Niño, parecido com os volumes que a gente viu em 1983 – para quem tiver curiosidade de ir atrás, que foi o outro super El Niño considerado aqui no Brasil.

As discussões de volume de chuvas, especialmente para o Paraná, ela é diferente de outras regiões do Brasil. O Paraná eu digo para o nosso ambiente, setor florestal. Porque conversa com a mesma afirmação de que nós temos a área mais produtiva

do mundo, exatamente pelo volume de chuvas. Essa nossa área no Paraná tem por histórico 1.400 milímetros a 1.500 milímetros, em média, no ano de chuva, e a grande característica, além do solo da região, a outra característica é que essa chuva é bastante distribuída durante o ano, e a gente obviamente opera bem com esse nível de 150 a 200 milímetros de chuva no mês.

O fato é que nós tivemos, em setembro, 350 milímetros de chuva. Nós tivemos em outubro perto de 400 milímetros de chuva, medido no nosso site de Ortigueira, e caminhamos para o mês de novembro com um volume de chuva nessa mesma média, entre 350 e 400 milímetros. Operar três meses a 400 milímetros de média de chuva, portanto, você tendo 80% do volume médio do ano concentrado em três meses, traz uma dificuldade operacional muito grande. O importante é que nós nos atentamos a isso e, mesmo com a peça orçamentária pronta, já tínhamos aprovado os custos e etc., nós fomos ao Conselho de Administração, colocamos a aquilo que era previsto e, de imediato, o Conselho nos orientou a se preparar para esse evento.

Nos preparamos. Nenhuma fábrica da Klabin corre riscos de desabastecimento de madeira, mas, sim, foi um período – e está sendo – bastante desafiante com esse volume de chuvas na região. A gente entende que essas chuvas perdem intensidade a partir de janeiro, mas ela vai ainda impactar o 1T do ano que vem.

Então, esse El Niño, ele é fato, a gente está preparado para ele do ponto de vista operacional. Sim, trouxe impacto de custos para a Companhia. Isso não muda em nada o nosso estrutural, que a gente vê um ganho de distância média importante acontecendo na Companhia dado todas as informações que eu passei para vocês aqui, que nós sempre deixamos bastante claro e foram divulgadas lá em meados de 2018, então nada mudou no estrutural, pelo contrário, a Companhia está cada vez mais segura do portfólio que escolheu, da linha de produtos que escolheu, do seu desafio, que era iniciar uma fábrica dessa, do tamanho que é essa unidade sem ter a as terras disponíveis – na verdade, o que nós fizemos foi ir a mercado comprar madeira com esse desafio do primeiro ciclo –, e a gente chega nesse momento muito seguro do que a gente já entregou e pode entregar.

Então, voltando aqui, desculpa ter feito essa ponte com esses outros assuntos e etc., mas acho que é importante para a gente repactuar algumas coisas.

Eu queria passar agora para Gabriela para detalhar os nossos números e eu volto com vocês dando as perspectivas para o próximo trimestre.

Gabriela Woge:

Obrigada, Cristiano. Bom dia a todos e a todas, e obrigada por acompanhar a nossa teleconferência.

Na página quatro, eu apresento o resultado do trimestre, que refletiu o aumento de preços em todos os segmentos, compensando parcialmente a valorização do real frente ao dólar e a pressão de custos.

O volume de vendas trimestral atingiu 1,064 milhão de toneladas, em linha com o 3T25. A receita líquida no trimestre alcançou R$ 5,6 bilhões, 3% acima do 3T25, refletindo principalmente o aumento em preços de celulose, com destaque para a manutenção do alto *spread* entre o Fluff e a fibra curta, além do incremento de preço do Kraftliner no mercado externo. Contribuem também para o resultado o mix de vendas entre os segmentos e regiões, compensando o efeito do câmbio no período. Nesse contexto, o EBITDA no trimestre foi de R$ 1,9 bilhão, com margem de 33%.

Avançando para a página cinco, o custo caixa total por tonelada no 3T foi de 3,5 mil reais e de 3,3 mil reais por tonelada nos 9M26. No acumulado do ano, tivemos R$ 101 por tonelada de impactos não contemplados no *guidance* relacionados a fatores exógenos, como o El Niño e as pressões sobre os preços de insumos e combustíveis decorrentes do cenário geopolítico. Soma-se a isso a não realização de terras no 3T26.

Parte desses efeitos foi mitigado por iniciativas de redução de custos variáveis, incluindo renegociações com fornecedores e contratos de insumos, com um impacto positivo de R$ 19 por tonelada. Nos custos fixos, o aumento foi de 2,8% em relação aos 9M25, abaixo da inflação do período de 4,6%. Assim, mesmo diante dessas pressões, o custo caixa acumulado permaneceu em linha com o topo do *guidance*.

Mantidas as condições atuais, considerando um próximo trimestre sem paradas e incluindo venda de terras, temos condições de encerrar o ano dentro desse intervalo. Vale reforçar que as variáveis exógenas que enfrentamos ao longo do ano têm se mostrado cada vez mais voláteis. O El Niño vem se intensificando e se prolongando, potencialmente se estendendo para o 1T27. Já os conflitos geopolíticos seguem pressionando os preços de combustíveis e outros insumos.

Além do repasse de preços em todos os segmentos, temos atuado na gestão disciplinada de custos fixos e variáveis. Já a venda de terras incluída no *guidance* é uma decisão que está sob nosso controle. Seguimos monitorando o mercado de maneira bem próxima, mas estrategicamente só realizaremos transações em condições adequadas para a Companhia. Portanto, seguimos trabalhando para entregar o *guidance*, embora existam desafios, como a maior volatilidade nas variáveis mencionadas.

Indo para o slide seis, a Klabin encerrou o 3T26 com dívida líquida de R$ 24 bilhões e alavancagem medida pelo indicador dívida líquida/EBITDA ajustado em dólares de

3,3x, praticamente em linha com o 2T do ano. A Companhia segue focada na disciplina de sua gestão financeira.

Avançando para a próxima página, a liquidez da Klabin segue robusta, encerrando o trimestre em R$ 12,1 bilhões. Essa liquidez é composta por R$ 9,5 bilhões em caixa, suficientes para cobrir 30 meses dos vencimentos de dívida; e o restante considera a linha de crédito rotativo não sacada. O prazo médio de vencimento da dívida ao final do trimestre era de 82 meses e o custo médio em dólares de 5,2% ao ano, refletindo as iniciativas de gestão do endividamento realizadas nos últimos meses.

Indo para página oito, trazemos o fluxo de caixa livre da Companhia, que nos últimos 12 meses totalizou uma geração de R$ 40 milhões, refletindo um maior CAPEX ainda frente aos investimentos na modernização da Caldeira de Monte Alegre. Além disso, o fluxo de caixa foi impactado pelo maior estoque de madeira e compra de madeira em pé diante das iniciativas de preparação para o El Niño.

Passando para o slide nove, os proventos distribuídos aos acionistas nos últimos 12 meses totalizaram R$ 1,152 bilhão. Este montante representa um *dividend yield* de 5,2%. Destaco também o pagamento da próxima parcela de dividendos, em 12 de novembro, no valor de R$ 278 milhões. Com relação ao programa de recompra de ações, desde o seu anúncio, em junho, executamos cerca de 23% do volume aprovado.

Por fim, reforço que a Companhia segue se beneficiando de uma estrutura de portfólio única, que confere flexibilidade operacional e contribui para mitigar a volatilidade de seus resultados ao longo dos ciclos.

Agora devolvo a palavra ao Cristiano, que irá apresentar as tendências dos negócios.

Cristiano Teixeira:

Obrigado, Gabi.

Queria iniciar com uma boa informação – que vai ter um reflexo no 4T, mas – tivemos no dia 15 de outubro o *start-up* da nossa caldeira de recuperação em Monte Alegre. Mais um grande feito para uma unidade histórica com capacidade de produção por volta de 1 milhão de toneladas, com máquinas importantes, com fabricação de LPB e Kraftliner. Sempre foi um site com um desempenho muito importante, até a inauguração do Puma era a grande fábrica da Klabin, e, hoje, com a renovação do site, com a com o *start-up* dessa caldeira, a caldeira do fabricante Valmet, a gente bastante feliz com o *start-up* e com o desempenho que a gente já

vem enxergando nessa máquina. Todos convidados aqui para, quando tiverem interesse, por meio do nosso RI, visitar as nossas operações.

Um pouco do termômetro, então, do mercado para o 4T. Rapidamente – eu vou ser breve aqui, exatamente para deixar, como eu roubei o começo aqui da reunião de vocês deixar, mais espaço às perguntas –, fibra curta, Fluff e cartões, a gente prevê estabilidade, tanto de volume quanto de preços. No Kraftliner, a gente bastante atento a esse ótimo momento do Kraftliner, abriu a boca de jacaré em relação à celulose de fibra curta, por exemplo, eles tinham bastante aderência a esse número, inclusive desafiando os estatísticos aí para entender o porquê dessas coisas, os mercados são diferentes, mas eles tinham aderência nas curvas e abriu realmente a boca de jacaré.

Aqui a gente tem confiança de dizer que essa foi uma construção de um raciocínio que eu cito constantemente para vocês: quando houvesse os fechamentos nos fabricantes americanos, haveria reflexo de preço no mundo de Kraftliner. Isso aconteceu, vocês sabem, os fechamentos de, em média, 4 milhões de toneladas tem ocorrido, isso aconteceu no ano passado e deve acontecer muito perto disso esse ano. Todos esses fechamentos de fibra longa têm trazido – e principalmente em containerboard – pressão dado a redução das exportações americanas, conversa com a abertura de mercados que a gente acabou de citar aqui, como México, Canadá, Índia, China, etc., que a Klabin tem ganhado *market share*.

O Kraftliner segue pressionado. Estruturalmente, a gente acredita sempre nesse produto como sendo um diferencial de preço em relação aos outros containerboards. Eu sou obrigado a lembrar vocês que eu, lá desde 2018, eu sempre falei para vocês – fazendo um paralelo aqui – que haveria prêmio de preço da fibra longa em relação à fibra curta. Lá no início, isso era olhado por alguns com ceticismo, e eu falei: abrirá uma boca de jacaré e essa diferença vai ficar na casa dos US$ 300, que é o que está hoje, já persiste há muitos anos e a gente acredita muito no prêmio da fibra longa, tanto para as fibras quanto para o Kraftliner, alguns baseados em fibra longa também e outros baseados em produtos de alta tecnologia, como vocês conhecem, o Eukaliner.

Então, um importante momento do Kraftliner, a gente aumentou bem o nosso *market share* e a gente está bastante feliz com esse produto, preservando sempre a nossa área de papelão ondulado no Brasil, integrando, sempre fazendo o custo de oportunidade, que vocês conhecem bem.

Rapidamente, a área de papelão ondulado, eu falei bastante dos clientes no início de papelão ondulado principalmente, posição muito forte, muito consistente, a Klabin muito perto das grandes empresas de marca do Brasil. A gente muito feliz com o de ovo – que é um grande produto aí dos últimos anos –, a proteína vermelha, a Klabin passa por todo o portfólio de produtos bastante animado, a gente segue

bastante animado os nossos clientes, nossos parceiros – citei aqui Nestlé e outros –, a gente está muito seguro nessa com o *market share* que conquistamos até aqui e que aquilo que a gente ainda pretende, obviamente, para nossa estratégia dos próximos anos.

A área de sacos, a gente segue bastante forte também, a construção civil no Brasil vem desempenhando bem, mas a gente, obviamente, prevê estabilidade, como colocado aí no desenho de preços para o 4T.

Paro por aqui, peço desculpas pela demora aqui que a gente acabou tomando no início da reunião. Rapidamente, queria convidá-los para o Klabin Day. Espero que vocês possam, de alguma forma, participar. Será uma honra poder tê-los lá participando, não só escutando, mas fazendo perguntas que a gente possa desenvolver lá na hora.

Acho que vamos agora para as perguntas e respostas. Obrigado a todos.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operador: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, clique no botão "Levantar a mão". Devido ao número de participantes na fila, pedimos que seja feita apenas uma pergunta por vez. Para retirar a pergunta da fila, por favor, clique no botão "Abaixar a mão".

Nossa primeira pergunta vem de Lucas Laghi, XP Investimentos. Por favor, Lucas, pode prosseguir.

Lucas Laghi, XP Investimentos: Bom dia, pessoal. Obrigado aqui pelo espaço. Minha dúvida é sobre custo, acho que até nas nossas conversas aqui com investidor, acho que acabou sendo uma preocupação ali do resultado esse *headline* da pressão de custo, mas, assim, até como vocês bem colocaram ali, quase metade acaba sendo resultado dessas iniciativas de El Niño, questão ali de parada de Otacílio, que não deve se repetir também agora para o 4T. Então, efeitos que parecem ser conjunturais.

Então, mais para entender, assim, se somar quase R$ 140-150 por tonelada aqui de pressão de custo desses efeitos, se a gente já deveria ver isso sendo reduzido aí no 4T.

E, pensando de implicação para frente, o que a gente pode pensar aqui das várias *moving parts* impactando o custo nos próximos trimestres? Acho que esse contexto

agora de câmbio depreciado – que até é bom, porque você tem a contrapartida no operacional de receita, que acaba mitigando, mas –, se isso tem uma pressão para frente que a gente deveria esperar, talvez mitigando esses efeitos conjunturais, não se repetindo no próximo tri? Enfim, outros fatores que vocês enxergam como relevantes aqui nessa discussão de custo para frente. Mas mais para entender como pensar, vis-à-vis até o *guidance* de vocês aqui para esse ano, o que seria uma boa referência aqui à medida que a gente vai entrando em 2027. É isso, obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Lucas. Gabi?

Gabriela Woge: Bom dia, Lucas. Agradeço a sua pergunta. Enfim, a gente comentou um pouco aqui no call também, essa pressão importante que a gente sofreu na ponta dos custos, muito relacionada aí com esses fatores que são exógenos à Companhia, mas que, de alguma forma, acabaram impactando aí os nossos últimos trimestres, que são principalmente aí o El Niño e o contexto geopolítico, que tem impactado aí principalmente a parte mais logística aqui das nossas operações.

Nesse contexto, como o Cristiano pontuou no começo, o El Niño veio se intensificando, e aí, um evento que se prolonga também ao longo do ano, a gente está vivendo nesse exato momento períodos bem intensos de chuvas e, pelas nossas perspectivas, a gente imagina que isso, de alguma forma, pode nos impactar também no próximo trimestre, esse que a gente já está vivendo e o próximo trimestre, de 1T27, potencialmente com esses custos mais altos ainda, dada a dificuldade de operação aí com o volume de chuvas.

A segunda pressão vem desse contexto geopolítico, que aí também depende muito de qual que seja a resolução para esse impasse, se ela acontece ou não, enfim. Mas, no fim do dia, na nossa perspectiva mais de curto prazo, Lucas, a gente imagina que a gente deve ter aí um trimestre bastante parecido, um 4T também pressionado por esses dois eventos, então um trimestre muito parecido com o 3T, mas, como você bem pontuou aí, ainda sem paradas, então um trimestre limpo, sem paradas, mas ainda bastante impactado por esses dois eventos.

Então, aí sendo mais pragmática e concluindo aqui a minha resposta, o evento do El Niño a gente imagina que seja algo até o 1T do ano que vem, e esse cenário do contexto geopolítico, algo que se estenda potencialmente aí ao longo do próximo ano.

Lucas Laghi: Beleza, boa. Obrigado, Gabi. Bom dia para vocês.

Márcio Farid, Goldman Sachs: Obrigado, pessoal. Bom dia. Pessoal, me chamou atenção um pouquinho aqui os comentários sobre a potencial redução de compra de terceiros para 2028. Acho que no Projeto Caetê, em 2026, já tinha quase 95% dessa redução sendo capturada já em 2026, tanto para pinus quanto para

eucaliptos, então é só para entender um pouquinho se teve alguma mudança aí de escopo no meio do caminho. O que causou esses dois anos de *delay*? Ou não foi um *delay*, foi algum, eu não sei se teve algum ajuste aí de produção que tenha mudado um pouco, ou seja pelo El Niño, pelo contexto do El Niño ou por alguma coisa operacional?

Mas, enfim, só para tentar entender aí o que fez postergar essa expectativa e qual que deveria ser o ganho marginal aqui para 2028 em termos de redução de compra de terceiros e, eventualmente, potencial melhora de custos também. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Farid. Então, primeiro, você citou o Projeto Caetê, na verdade, o impacto – e a gente teve um ótimo impacto já em 26 e 25 também, a gente teve uma captura muito grande, ainda logo no início desse projeto, e lembrando o porquê aí – é o *aging* da madeira, a idade do corte. Essa madeira, quando você inventaria ela, obviamente você tem sempre duas formas de olhar isso – desculpa a explicação, não é simplista, mas é para separar aqui as coisas –: A madeira, tinha de toda idade e tinha muita madeira já para corte, e ela trouxe um benefício muito rápido, e a gente apresentou e superou, inclusive, as expectativas do *business case* à época.

Uma outra coisa é o plantio e quando eu vou colher, e, obviamente, essa madeira, baseada em pinus, essas áreas baseadas em pinus, o período de corte é mais longo.

Esse acho que esse é o Projeto Caetê, e a expectativa acho que ela foi atendida lá em 26, e a gente sempre reputou como talvez sendo, depois da Fazenda Monte Alegre, a área mais importante adquirida pela Klabin e os benefícios estruturais estão postos.

O ponto que eu trouxe, na verdade, Farid, está lá, remete a 2018, quando a gente falou que seguiria o primeiro ciclo do pinus com madeira de terceiro. O Caetê não deixa de ser madeira de terceiro num primeiro momento, que a gente consumiu, e que só a partir do segundo ciclo, e aí, sim, aí sim, esse segundo ciclo com plantio próprio, que aconteceria a colheita expressiva a partir do 2S28, aí sim a gente teria uma redução – eu prefiro falar em distância média, se você me permite, eu acho que a gente não consegue projetar custos aqui, mas o custo ele é igual para todo mundo, dado que todos vão consumir as mesmas matérias-primas para colher essa madeira, lembrando que pelo menos 50% do custo da madeira é exatamente a logística –, mas, lembrando que, reduzindo a distância média a partir de 28, a gente tem a expectativa de reduzir, nas bases de hoje, em até 25 quilômetros de distância.

Isso tem uma representação importante no nosso custo e essa redução se inicia lá no 2S28 e ela vai continuando para os próximos anos, estabilizando provavelmente ainda em 29. E aí essa distância média fica para essa nossa base de produção e para esse mix de produção, que é importante dizer, como você mesmo citou e você

conhece o setor, tudo depende se eu estou fazendo mais cartão com fibra longa na Máquina 28, eu vou usar mais pinus ou se eu vou usar mais eucalipto.

Mas acho que aquilo que é importante para o momento aqui agora é: os benefícios Caetê vieram, acima daquilo que a gente havia previsto no *business case,* esse fato da redução da distância média e a redução da compra de terceiros está muito fundamentada lá no início do anúncio em 2018, que vai performar com equilíbrio e distância para a gente a partir do 2S28.

Márcio Farid: Show, muito claro. Muito obrigado, Cristiano. Acho que esse número aí de 25 quilômetros ajuda a gente a fazer conta aqui. Muito obrigado.

Rodolfo Angele, JP Morgan: Bom dia. Obrigado aí pelas discussões até agora. Eu queria fazer uma pergunta sobre alavancagem. A gente (acho que vocês também) gostaria que a velocidade da desalavancagem tivesse mais acelerada, então eu queria ouvir de vocês como é que vocês estão vendo isso, qual a expectativa, se tem algum tipo de alavanca adicional, venda de terras ou de ativos, alguma coisa que pode fazer para acelerar esse movimento? Obrigado, gente.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Rodolfo. Vou começar aqui falando um pouco sobre oportunidades, como você disse, mas eu queria dividir a resposta aqui com a minha especialista aqui, com a Gabi, para poder detalhar um pouco mais.

Mas, primeiro, sobre venda de terras ou florestas – eu acho que a gente também vendeu madeira e teve algumas circunstâncias de venda de madeira, a depender da logística, mas –, acho que é importante dizer para vocês que a Klabin, com toda a humildade, falando das duas madeiras, pinus e eucalipto, eu acho que a Klabin, se não é o maior, é um dos grandes especialistas hoje em negociar terras e florestas no Brasil. E essa experiência veio exatamente não só por, historicamente, a Klabin ser um grande operador de madeira no Paraná, inclusive de venda de madeira, muito maior no passado, mas ainda importante, a Klabin segue com muita experiência e a gente foi renovando executivos e aproveitando a experiência e fazendo da gente um grande operador, talvez um grande operador de terras no Brasil sem ser uma empresa com esse propósito.

Mas, dito isso, acho que a gente vem criando valor, muito valor, vocês têm visto os valores pagos e os valores vendidos, sejam da terra, sejam da floresta, e, sim, a gente ainda tem oportunidades. Obviamente, quando chegar a hora, a gente vai detalhar isso para vocês. E oportunidades bastante razoáveis em termos de criação de valor para a Companhia, nunca prejudicando a sua base florestal.

A gente andou fazendo estudos – quando eu falo "estudos", são plantios –, a gente andou fazendo alguns plantios em outras regiões, um pouco, vamos falar dentro da nossa área ainda, mas um pouco mais distante, e isso pode trazer, sim,

oportunidades. Lembrando que o Brasil hoje tem bastante investimento na área de etanol de milho, o Brasil – não preciso aqui ser retórico sobre a capacidade da agricultura brasileira –, como a gente operou nesses últimos anos em áreas próximas à gente, mas não para o nosso abastecimento, a gente ainda enxerga oportunidade com muita criação de valor e, obviamente, quando a gente tiver detalhes disso, a gente vai passar para vocês, tá bom?

Vou pedir para a Gabi me ajudar na resposta.

Gabriela Woge: Bom dia, Rodolfo. Então, só complementando aqui ao ponto do Cristiano na perspectiva mais operacional mesmo e no ciclo de colheita, que é o que a gente vem trazendo para vocês, a gente está se aproximando aí até o final desse ano da conclusão desse *ramp-up* das máquinas, que acho que era um ponto importante para a gente atingir capacidade plena e poder rodar a Companhia *full*. Então, a gente está chegando nesse ponto.

E, em termos de alavancagem, você também já trouxe, a gente gostaria que o ritmo fosse mais rápido, mas a gente está estável aí, vamos dizer, ao redor desses 3,2-3,3x, que a gente divulgou agora, dada a condição de mercado, que traduz aqui um contexto, que a gente também colocou na divulgação, de uma operação rodando sólida, a gente com um desempenho operacional bom, desempenho comercial também melhorou em relação a trimestres anteriores, mas, ainda assim, a gente teve esse impacto de pressão de custos, que acabou, de alguma forma, deixando a gente próximo desse nível de estabilidade.

Então, é como a gente vê as coisas caminhando.

Rodolfo Angele: Obrigado.

Caio Ribeiro, Bank of America: Ok, bom dia a todos. Minha pergunta seria sobre o mercado de celulose. Nos últimos meses, a gente já tem visto duas rodadas de aumento de preço, e eu queria ver se vocês poderiam comentar um pouco quais são os fatores, tendências que vocês estão observando hoje para determinar se o mercado comportaria mais aumento de preço nos próximos meses ou não, e se vocês já veem alguma tendência que está mudando em relação ao que justificou os últimos dois aumentos. Seria essa a pergunta. Muito obrigado, pessoal.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Caio. Nico?

Alexandre Nicolini: Caio, bom dia. Obrigado pela pergunta. Expectativa para o 4T, a gente mantém uma estabilidade nas condições de mercado comparado com o 3T. Vale lembrar que os US$ 20 de aumento na Ásia, que foram anunciados para outubro, foram integralmente implementados. A demanda vem em muito bons patamares. Agora um novo anúncio de aumento de preço para Europa. Europa vem

num momento bom, o 3T é um período de menor sazonalidade, a gente começou a enxergar uma melhora gradual do ponto de vista de demanda na Europa em alguns diferentes segmentos, como *tissue* e especialidades de forma geral, e isso levou a um anúncio de US$ 50 de aumento no preço, passando dos atuais 1.360 para 1.410.

Então, há uma expectativa de uma recuperação gradual dos preços no 4T e estabilidade do ponto de vista de demanda. Os estoques, de forma global, permanecem bastante equilibrados, a gente vê um controle preciso do ponto de vista de oferta. Obviamente, sempre lembrando que o *supply chain* está, de certa forma, prejudicado pelas condições que envolvem a guerra no Oriente Médio. Eu já reforcei no trimestre anterior que o *transit time* tem aumentado em torno de 10 dias, na média, em função de uma desaceleração da velocidade dos navios para diversas regiões, e isso, de certa forma, tem contribuído para um mercado mais equilibrado.

Julia Rizzo, Morgan Stanley: Oi, gente, obrigado por pegar minha pergunta. Eu vou insistir aqui na volta da questão dos custos, porque eu não sei se ficou muito claro para mim. Aqui, os custos extraordinários ou não esperados pelo El Niño, pelo que vocês colocaram no *release*, foi de R$ 111 por tonelada. Isso já antecipou o que vocês imaginam que seja para o 4T e para o 1T, como foi dito pelo Cristiano no início, ou você quer dizer que esses 111 devem permanecer nos próximos trimestres?

Ou então, a pergunta de outra forma é: esses custos extras, a gente deveria esperar a normalização, o *phase out* deles em quanto tempo? Ou, melhor, o que vocês poderiam compartilhar com a gente nesse momento?

E a outra questão que eu fiquei com dúvida é se o custo por tonelada inclui venda de terra e não teve venda de terra no 3T, se isso deveria fazer algum ajuste na nossa expectativa aqui tendo em consideração esse comentário. Eu acho que são essas as minhas questões.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Julia. Eu vou começar e vou passar para a Gabi para falar sobre se é considerada a venda de terra no custo ou não, só para eu não correr risco de errar em alguma tecnicidade aqui.

Mas, quanto ao desembarque dos custos, vou tentar ser mais claro, talvez eu tenha sido realmente confuso na explicação. Na nossa visão, o desembarque desse custo adicional deve ocorrer principalmente no 2T do ano que vem. Só que, no 1T, a gente já vai ver algum impacto. Me explico: eu citei aqui chuvas. Para nós, as chuvas impactam diretamente no custo, me força a colocar mais madeira perto da fábrica, portanto, eu aumento o capital de giro e tenho que tirar madeira em condições, em alguns casos, precárias, exatamente pelo solo encharcado e assim por diante. Por

isso aqui o lembrete de chover em 3 meses (setembro, outubro e novembro) o volume praticamente de 80% do ano.

Dito isso, o que se espera dos especialistas é que essa chuva, a partir de janeiro, comece (meados de dezembro e janeiro, mas principalmente janeiro) a perder intensidade, mas ela segue até provavelmente março. Então, os custos, em função do El Niño – é importante a gente dar nome aos bois aqui –, a gente entende que a gente consegue desembarcar ele totalmente no 2T do ano que vem.

Agora eu peço para Gabi complementar a resposta.

Gabriela Woge: Então, vamos lá, Julia. Então, só complementando com relação aos pontos que o Cristiano já trouxe, qual é o cenário que a gente está prevendo? Ainda que a gente tenha essas mesmas pressões que a gente teve de El Niño e de guerra no 4T, dada as iniciativas que a Companhia vem adotando ao longo do ano e a gente ter se mantido numa base mais baixa do *guidance*, a gente acredita que rodaria próximo a esse topo do *guidance* considerando venda de terras, que, a gente também tinha sinalizado para vocês, é um valor aí aproximado no ano de R$ 250 milhões (não falando em reais por toneladas, mas falando em milhões de reais), a gente executou mais ou menos metade disso.

Então, em esse cenário se confirmando, a gente deve rodar por volta do topo do *guidance*. E o ponto que a gente traz aqui é justamente essas questões do El Niño principalmente, porque a guerra é um cenário que, na nossa perspectiva aqui, pelo menos se mantém, mas no El Niño, especificamente, ele vem se intensificando e vem se prolongando também o período em que as chuvas são mais intensas.

Então, a gente traz desafios aí para o atingimento disso, mas tem cenários onde a gente ficaria muito próximo aí do topo do *guidance*.

Julia Rizzo: Entendi, obrigada.

Daniel Sasson, Itaú BBA: Oi, pessoal, obrigado pela oportunidade e por pegar minha pergunta. Acho que, fugindo um pouquinho do tema aqui de custo, que eu acho que dominou um pouquinho as discussões que a gente teve com os investidores, se a gente puder falar um pouquinho sobre, de repente, papel e embalagens.

A gente viu preços melhores em várias categorias, não se traduziu necessariamente em D-0 e em melhora de EBITDA, tem efeito de custos que vocês já detalharam, mas tem alguma mudança de mix, demanda ou ambiente competitivo que esteja limitando um pouquinho mais a conversão dos aumentos de preço em margem? Se vocês puderem discorrer um pouquinho sobre isso, eu agradeceria. Obrigado, pessoal.

Cristiano Teixeira: Obrigado pela pergunta, Sasson. Eu tenho aqui o Marcos, o Soares e o próprio Douglas estão no call, Marcos e Soares no Uruguai, mas, se precisarem, eles podem entrar aí a qualquer momento, e o Douglas aqui comigo, mas eu vou fazer um comentário talvez mais geral, mas, se não for o suficiente, você repete aí o que você precisa, tá, Sasson?

Daniel Sasson: Combinado.

Cristiano Teixeira: Então, vamos lá. Acho que a gente tem que começar assim: o setor, no mundo mesmo, está sofrendo uma mudança estrutural – eu vou tentar não me alongar muito, mas –, eu acho que essa redução de exportação americana, um pouco até do próprio desempenho do PIB americano. Me explico aqui: o PIB americano, a gente aprendeu nas últimas décadas de que ele era uma *proxy* do PIB, a expedição de caixa, perdão, era uma *proxy* do PIB, muito ligado a essa coisa de consumo em supermercados. Se você ouvir calls de CEOs das grandes empresas americanas, eles sempre reputam como 70-75% da expedição de caixa vinculada a supermercado – claro que diferenças geográficas, mesmo do mercado americano –, mas isso é um fato importante, porque a gente viu um descolamento do PIB, vocês obviamente já debruçaram sobre esse assunto, e esse deslocamento do PIB americano aconteceu principalmente por investimentos em serviços, mais especificamente com tecnologia, e quando você olha o desempenho econômico por expedição de papelão ondulado, consumo supermercado, gasto de cartão de crédito e assim por diante, fazendo as suas análises mais segmentadas, você percebe que os Estados Unidos não têm tido um bom desempenho em expedição de caixa de papelão ondulado e, durante esse período e mais pressionado principalmente em 25 por custos de energia e assim por diante, mão de obra, logística, vocês têm acompanhado o que aconteceu no custo de logística nos Estados Unidos, isso fez com que os americanos reduzissem a produção.

Então, eu só estou, na verdade, dando uma outra forma, estou explicando de uma outra forma que eu sempre falo que isso aconteceria nos Estados Unidos e, de fato, isso aconteceu. Isso muda a dinâmica do mundo porque reduz-se significativamente, pela metade praticamente, a exportação de papel para embalagem dos Estados Unidos.

Indo nessa linha, a gente teve uma regulamentação de toda ordem nos últimos anos sobre as aparas. Essas aparas tiveram proibições de ir de um país para outro, e a dinâmica de aparas também mudou. Por exemplo, um país como a China, que não era um grande coletor de aparas, passou a coletar aparas e passou a ser um grande fabricante de papel reciclado. Essas coisas se conversam, como vocês sabem, essa substituição de fibra virgem por reciclado, a exportação e assim por diante.

Então, acho que toda essa dinâmica, eu vou parar por aqui, porque realmente eu tenho até medo de deixar essa conversa muito etérea aqui. Mas mudou muito a

dinâmica do mundo essa alocação de fibras de exportação de fibra virgem, de onde está sendo produzida a fibra e assim por diante.

Para nós, aqui no Brasil, eu vejo a gente se reposicionando, especificamente, obviamente que é a Klabin, a gente se reposicionou trazendo Kraftliner de baixa e alta gramatura em função da Máquina 27 e 28, que fez da gente um importante *player* desse setor, podendo substituir esses papéis, que eu falei, com características específicas em algumas geografias do mundo, e aí, sim, com bastante criação de valor em dólar.

Eu vou deixar de lado aqui a questão da valorização ou desvalorização do real, mas, em dólar, a gente está falando de US$100 de aumento só nos últimos 12 meses.

Então, essa dinâmica dos papéis de containerboard – tentando trazer um pouco para o nosso mundo de papelão ondulado no Brasil –, como vocês sabem, a gente opera muito com essas oportunidades do mundo, a gente está fazendo, em média, exportação de 40-45 mil toneladas de Kraft por mês, e a gente sempre olha essa oportunidade, mantendo isso estrutural no tempo, vis-à-vis a nossa competitividade do papelão ondulado no Brasil, usando mais ou menos papel de terceiros, que é sempre uma alternativa para Klabin.

Em relação a preço, na minha opinião e visão aqui, em cima de fatos, o preço do Kraftliner aconteceu, acho que o mercado americano, dada essa minha explicação inicial aqui – espero que eu consiga fazer o *link* para vocês do assunto e não tenha sido muito complicado, mas – se o mercado americano voltar a ter desempenho, não de PIB absoluto, mas de PIB per capita na baixa renda, se o mercado americano voltar a ter consumo de supermercado importante, isso vai ter efeito na expedição de caixa.

Se a expedição de caixa nos Estados Unidos bater um, dois anos aí com 1,5-2%, que 1% já seria significativo, vai ter um problema de papel nos Estados Unidos, e eu acho que, havendo essa condição, eu acho que a gente precisa entender o como seria o mundo daqui um par de anos. Claro que a gente precisa pensar num mundo mais estável do que está hoje, mas se a gente ver o PIB americano – o PIB que eu falo da baixa renda – realmente melhorar nos próximos anos, se houvesse essa possibilidade dado toda essa contextualização geopolítica, mas se isso acontecesse, na minha opinião, há uma escassez de papel nos Estados Unidos, principalmente fibra virgem, e acho que aí tem um potencial de valorização do Kraftliner da Klabin, por isso que a gente está mantendo esse volume de exportação de 40 mil toneladas em média.

Quanto a cartões, vou tentar ser rápido aqui – peço desculpa de novo pela resposta longa –, o cartão vem sofrendo muito, eu vou ter que repetir aqui, com esse cartão *Folding* feito de eucalipto na China. Com essa substituição, eles deixaram de

comprar a fibra em fardo e passaram a comprar essa fibra em cavaco, principalmente do Vietnã, ou seja, eles integraram a produção.

Esses fabricantes de cartões de *Folding*, de baixa (vamos falar) *low-end* do setor, não tem perspectiva de melhora. Para mim, até esse volume ser realmente consumido no mundo, ele vai continuar impactando bastante os fabricantes. Então, fabricante de cartão *Folding* no mundo, na minha opinião, vai sofrer. A exceção, obviamente, são tarifas que possam, porventura, vir a ser colocadas, mas, numa visão mais estrutural, mais de longo prazo, acho que o cartão *Folding* chinês passa a ser um novo capítulo nessa história de papéis para embalagem.

No entanto, eu queria relembrá-los que a Klabin não se dedica ao cartão *Folding*. A Klabin, obviamente, vende, principalmente em combo para alguns clientes, mas a Klabin se dedica para cartão de fibra longa – e a gente pode, num momento adequado, discutir sobre fibra longa na China, na qual não é uma ameaça, não é uma ameaça. Então, baseado em cartões de fibra longa, a gente tem ganhado *market share* e esse cartão vai ganhar valor no tempo.

Quando eu falo de prêmio – eu sempre falo prêmio nas fibras –, eu não gosto muito de especificar se é o Fluff de fibra longa, se é o próprio Kraft ou cartão, porque, na verdade, qualquer produto que use fibra longa por necessidade de umidade e outras características que esse produto tem, qualquer produto que use fibra longa terá prêmio. Já tem em alguns casos, vocês têm percebido, e terá mais prêmio no futuro.

Se eu fui muito genérico, peço desculpas, mas é isso.

Daniel Sasson: Não, perfeito, Cris, ajudou bem. Obrigado.

Operador: Senhoras e senhores, devido ao tempo disponível, encerraremos agora a sessão de perguntas e respostas e a teleconferência da Klabin S.A. Agradecemos a participação de todos e desejamos um bom-dia. Obrigado.