

Investimento Braskem Idesa, com 75% da brasileira, muda perfil da receita, com mais de 50% no exterior

Braskem inaugura petroquímica de US\$ 5,2 bi no México

Stella Fontes
De Nanchital (México)

A Braskem, principal produtora de resinas das Américas, inaugura nesta quarta-feira a maior petroquímica do México, com investimento total de US\$ 5,2 bilhões, o maior aporte privado realizado no país nos últimos 15 anos. Com capacidade de produção de 1,05 milhão de toneladas por ano de polietileno, o Complexo Petroquímico do México consolida a liderança da companhia brasileira também nesse mercado.

Com quase o dobro do tamanho da vice-líder Pemex, a unidade mexicana reduz a distância entre a Braskem, quinta maior produtora mundial de resinas, e a Sabic, da Arábia Saudita, que é a quarta no ranking global das principais resinas termoplásticas.

Do investimento total, US\$ 3,2 bilhões foram levantados por meio de projeto finance. O BNDES, banco de fomento brasileiro, participou com US\$ 623 milhões.

A operação da Braskem Idesa, na qual a companhia brasileira detém 75% de participação e a mexicana Idesa outros 25%, muda a composição das vendas da Braskem, que passa a gerar nos mercados internacionais mais da metade de suas receitas. Após o investimento, a companhia passa a contar com capacidade de produção de 8,7 milhões de toneladas por ano de polietileno, polipropileno e PVC, em 40 unidades industriais, das quais 29 no Brasil, cinco nos Estados Unidos, duas na Alemanha e as quatro do México (cracker mais três linhas de resina).

"Com o México, atingimos 51% de produção dedicada ao mercado externo [considerando-se as exportações]", ressaltou o presidente da petroquímica brasileira, Fernando Musa.

Neste momento, segundo Musa, a ênfase da companhia é atingir 100% da capacidade de produção no complexo, que neste ano deve produzir 600 mil toneladas de polietileno, 10% das quais destinadas à formação de estoques. Esse foco, porém, não impedirá a petroquímica de avaliar futuras oportunidades de ampliação, uma vez que o mercado mexicano continuará deficitário. Segunda maior econômica da América Latina, o México tem um mercado de 2,1 milhões de toneladas por ano de polietileno e cerca de dois terços desse volume são importados. A produção no complexo da Braskem e da Idesa não será capaz de atender a toda a demanda local.

Projeto representa mais uma etapa no processo de internacionalização da Braskem, diz Musa, presidente da companhia

"Sem dúvida, o fato de o mercado mexicano continuar sendo deficitário nos leva a buscar novas oportunidades de investimento no México. Esse tipo de projeto costuma oferecer oportunidade de deságilamento", comentou Musa. O contrato de fornecimento de matéria-prima com a Pemex, porém, cobre as

1,05 milhão de toneladas por ano da capacidade nominal atual e uma expansão significativa exigiria um acordo adicional.

A comercialização do polietileno produzido no México vai adicionar US\$ 1,5 bilhão ao faturamento da Braskem quando o complexo estiver operando em plena capacidade anual, de acordo com o presidente da Braskem Idesa, Roberto Bischoff. Para este ano, a contribuição para as receitas da companhia deve ficar entre US\$ 650 milhões e US\$ 700 milhões, acrescentou o executivo, que também responde pela vice-presidência da unidade América Latina Braskem. Metade das vendas será direcionada ao mercado mexicano e a outra metade, exportada. "Nossa estratégia geral é: Europa, mercado norte-americano e costa oeste da América do Sul", afirmou Bischoff.

"Vamos alavancar toda a infraestrutura da Braskem [para comercializar o polietileno mexicano]", acrescentou. Em um período de três a cinco anos, a Braskem Idesa planeja ter 80% a 90% da produção total do complexo destinada ao mercado local.

Para escoar o polietileno produzido em Nanchital, cidade que fica no coração da indústria petroquímica mexicana, no Estado de Veracruz, foram investidos US\$ 100 milhões em uma plataforma logística que combinada ferrovia e rodovia. A Braskem Idesa conta com 1,3 mil vagões de trem, que podem ser abastecidos dentro do próprio complexo, para levar a resina até cinco operadores logísticos instalados em



"A estratégia é: Europa, mercado norte-americano e costa oeste da América do Sul", disse Bischoff, da Braskem Idesa

importantes regiões consumidoras do país, que então distribuem o produto por via rodoviária. Se exportado para os Estados Unidos, o polietileno do complexo leva dois dias para chegar à costa leste americana de trem.

Segundo Musa, a conclusão do investimento no México representa mais uma etapa crítica no processo de internacionalização da Braskem, que está estudando a implantação de mais uma fábrica de polipropileno nos Estados Unidos. Caso decida levar adiante o projeto, o investimento pode chegar a US\$ 250 milhões. Essa estratégia de internacionalização leva em conta a necessidade de diversificação geográfica dos ne-

gócios e a busca por matérias-primas mais baratas. No Brasil, a Braskem utiliza sobretudo a nafta petroquímica, que é mais cara, enquanto no México o complexo está baseado em gás natural, com preço referenciado no competitivo mercado americano.

Musa ressaltou que as fábricas que produzem polietileno a partir do etano estão entre as mais competitivas ao redor do mundo, com destaque hoje para a Arábia Saudita e o Oriente Médio, seguidos muito de perto pelos Estados Unidos. "No Brasil, a queda do petróleo aumentou a competitividade relativa da nafta, mas o etano ainda é muito mais competitivo. Hoje, o custo de produção com etano es-

tá entre US\$ 250 a US\$ 300 por tonelada mais baixo", ressaltou.

Conforme Musa, olhando para a frente, novos investimentos em aumento de capacidade dependem de uma conjunção de matéria-prima disponível e competitiva e mercado crescente em termos de demanda. No ano passado, o mercado brasileiro de resinas caiu 7% em volume e a Braskem projeta, inicialmente, recuo semelhante neste ano. "Talvez com os novos sinais de que a economia pode estar melhorando, a queda pode ficar em 6%. Vai depender muito de como situação econômica mundial evoluir", acrescentou.

A repórter viajou a convite da Braskem

Consolidação em papel deve ter nova onda neste ano

Cenário

De São Paulo

A indústria papelera do país deve ser palco de novas operações de fusão e aquisição ainda em 2016. Enquanto a consolidação entre os produtores de celulose permanece no campo das intenções, no segmento de papel é muito provável que grandes nomes se envolvam em negócios, beneficiando-se da

crise econômica que atingiu fortemente as finanças de determinados produtores de papel, cartão e caixas de papelão ondulado e reduziu os preços dos ativos.

A direção da Suzano Papel e Celulose já indicou ao Valor que olhará oportunidades de compra de ativos na América Latina, sem entrar em detalhes sobre o segmento pretendido. Mais recentemente, em encontro promovido pelo Santander com re-

presentantes das maiores companhias brasileiras do setor, a Suzano afirmou que "possíveis atividades" de fusão e aquisição envolveriam empresas domésticas de celulose, estrangeiras integradas de papel e celulose ou uma empresa de papéis sanitários da América Latina.

No mesmo encontro, a direção da Klabin sinalizou que estuda a aquisição de um concorrente no segmento de caixas de papelão ondulado para ampliar a participação de mercado, que gira em torno de 15%. Além da Klabin estão duas empresas originariamente brasileiras, mas hoje com controle internacional: WestRock (dona da Rigesa) e International Paper (que comprou a Jari Celulose, Embalagens e Papel, do grupo Orsa).

A partir de 2013, a Klabin realizou uma série de ampliações na produção de papéis para embalagens, entre reciclado, kraft e papel-cartão, elevando a 2 milhões de toneladas por ano a capacidade total instalada. Ao mesmo tempo, a companhia executou o maior investimento de sua história, de R\$ 8,5 bilhões, para erguer e colocar em operação a fábrica de celulose de Ortigueira (PR). A intenção é, em breve, anunciar uma nova máquina de cartões, mas o projeto pode ser adiado diante das incertezas de mercado, sobretudo no que tange ao câmbio.

Na realidade, para a indústria papelera, o ano já começou ativo após a PSA voltar a ser um grupo rentável e que, entre outros objetivos, prevê chegar a uma margem de lucro da operação automotiva de 6% até 2021. Como consequência do programa de reestruturação que enxugou custos e aposentou modelos não rentáveis, a PSA informou em março que voltou a ter lucro na América Latina, embora o Brasil ainda cause prejuízo.

das maiores produtoras europeias de embalagens, anunciou a compra de duas empresas brasileiras, a Inpa Embalagens e a Paema Embalagens, em operações cujo valor combinado chegou a € 186 milhões.

A operação marcou a entrada da Smurfit Kappa no Brasil, depois de algumas tentativas frustradas, mas pouco alterou o topo do ranking nacional de caixas de papelão ondulado, liderado com folga pela Klabin, ou a rotina das maiores nesse segmento. Conforme a direção da Klabin, a chegada de um novo concorrente, com larga experiência nesse mercado, foi saudável e a companhia não provocou "marolas" em sua entrada.

No mesmo dia, a fabricante de cartões Ibema concluiu a compra

da fábrica de Embu (SP) que pertencia à Suzano, em operação que resultou na entrada da segunda companhia no quadro de acionistas da Ibema, com 49,9% de participação. O negócio também teve reflexo no comando da empresa, que foi assumido em janeiro pelo engenheiro Giuseppe Mussella. Nei Senter Martins, até então presidente, assumiu uma cadeira no conselho de administração.

Pouco antes, na semana anterior, a sueco-finlandesa Stora Enso anunciou a venda da totalidade de sua participação (de 80%) na fábrica de papel para revistas (LVC) Arapoti, no Paraná, para a chilena Papeler Bio Bio. A mesma Bio Bio já havia assumido, em 2014, a totalidade das ações da Pensa, a única fábrica de papel impressa no Brasil.

Para nós, sucesso é não que trairão. E arte.

VENTO HARAGANO
ARTE DE FAZER CHURRASCO
AV. REBOUÇAS, 1001 - JARDINS - SÃO PAULO - SP - TEL. (11) 3083-4265
WWW.VENTOHARAGANO.COM.BR

F.L
RESIDENCE

More no melhor endereço de São Paulo

Av. Brig. Faria Lima 4.300

Entrada pela Rua Elvira Ferraz, 250.
Tel. (11) 3246 5450

Curtas

Metas da PSA

Após ter alcançado no ano passado o primeiro lucro desde que começou a consolidar os resultados na região, a PSA Peugeot Citroën traçou como meta triplicar seus ganhos na América Latina até 2021. Nos próximos cinco anos, a montadora vai lançar 16 novos modelos com o objetivo de dobrar as vendas em mercados latino-americanos. As metas fazem parte do plano global lançado após a PSA voltar a ser um grupo rentável e que, entre outros objetivos, prevê chegar a uma margem de lucro da operação automotiva de 6% até 2021. Como consequência do programa de reestruturação que enxugou custos e aposentou modelos não rentáveis, a PSA informou em março que voltou a ter lucro na América Latina, embora o Brasil ainda cause prejuízo.

Nova divisão da PSA

Ontem, a PSA anunciou a criação de um departamento dedicado ao negócio de veículos utilitários das duas marcas do grupo na América Latina. O objetivo é desenvolver uma nova estratégia comercial num segmento em que as marcas francesas têm pouca presença na região, mas que na Europa desfrutaram de uma participação de 20%. Em estruturação, a nova área será comandada pelo atual diretor comercial da Citroën, Frédéric Chapuis — executivo franco-brasileiro há mais de 20 anos no grupo. A montadora diz ver forte potencial de crescimento nessa categoria, citando oportunidades em mercados como Chile e México, além de Brasil e Argentina. Dos 34 modelos a serem lançados mundialmente pela empresa até 2021, oito serão utilitários.

Mudanças na Embraer

A Embraer informou ontem que, a partir de julho, John Slattery assumirá o cargo de presidente da unidade de aviação comercial da companhia no lugar de Paulo César Souza e Silva, que vai deixar a função para assumir a presidência da companhia. A nomeação faz parte das mudanças na diretoria executiva da fabricante de aeronaves com o fim do ciclo de Frederico Curado, que ficou na presidência da empresa por um período de nove anos. Curado deixará o comando no fim deste ano, após um período de transição que começa no início de julho. Slattery ocupa desde novembro de 2012 o cargo de diretor comercial. Ele foi contratado pela Embraer em março de 2011 como vice-presidente da área de financiamento de vendas e gestão de ativos.

