



## A MELHOR CELULOSE E PAPEL

### Soporcel

Empresa papelreira destaca-se na solvabilidade e liquidez geral

A companhia da Figueira da Foz afastou para terceiro lugar a Celbi, depois de oito anos no pódio. Em segunda posição ficou outra empresa do grupo de Queiroz Pereira, a Portucel – Empresa Produtora de Pasta e Papel, que se destacou na rentabilidade das vendas, com 26,7%. A Caima afirmou-se como a primeira no crescimento dos lucros e a Portucel Viana na rentabilidade do activo. O maior aumento das vendas foi o da Celbi.



Adriano Silveira, da Soporcel, empenhou-se no aumento da eficiência da empresa

## DE PASTA E CAL

Apesar de as vendas terem recuado, os lucros da companhia subiram em flecha, impulsionados da redução de custos

Texto Helena C. Peralta

Depois de 12 edições sem vencer o ranking das melhores no sector da celulose e papel, a Soporcel regressa de novo ao pódio. A empresa, que pertence ao grupo Semapa, liderado pelo empresário Pedro Queiroz Pereira, manteve-se sólida em quase todos os indicadores e rácios utilizados.

Os 610 milhões de euros facturados em 2007 representaram uma ligeira quebra, quando comparados com os 617 milhões de 2006, mas a redução de custos, a melhoria da eficiência e o aumento da produtividade valeram-lhe um crescimento dos lucros. O resultado líquido passou de 73,3 milhões de euros para 127,2 milhões.

“O volume de negócios caiu 1% devido à reestruturação do grupo Portucel Soporcel, pois perdemos os activos florestais, que passaram para a Portucel Florestal. Se esta reorganização não tivesse acontecido teríamos crescido 4%,” explica Adriano Silveira, administrador do grupo com o pelouro industrial.

A boa performance da empresa está aliada à implementação de um programa de aumento de eficiência e melhoria de produtividade. Os investimentos de 150 milhões de euros realizados nos últimos anos cinco anos favoreceram os ganhos: uma nova caldeira de recuperação e o aumento da capacidade do forno de cal foram algumas das modernizações que de-

ram frutos no exercício de 2007. Também um novo descascador de madeira – utilizado na preparação da pasta de papel, feita à base de eucalipto – e a instalação de uma turbina de alta eficiência permitiu o aumento da produção de energia de biomassa. A Soporcel investiu recentemente neste tipo de geração, reaproveitando os resíduos florestais, reduzindo assim custos da factura eléctrica e encaixando receitas com a venda da electricidade à EDP.

### EXPORTAÇÕES AUMENTAM

Mesmo em época de crise internacional, a Soporcel conseguiu aumentar ligeiramente as exportações de papel para a Europa. Com activos modernos e eficientes, uma integração total de pasta e papel e uma política comercial agressiva e diferenciada, o grupo português tornou-se um player mundial de peso. A marca premium Navigator é uma das mais conceituadas do mundo, e está presente em 60 países.

As vendas para o exterior representam cerca de 92% da sua produção, sendo os seus principais destinos a Espanha, a França, a Alemanha, o Reino Unido e os Estados Unidos. Este último é o seu maior cliente, já que consome cerca de 100 mil toneladas das 780 mil que produz.

No primeiro semestre de 2008, a actividade da Soporcel manteve-se estável face ao ano anterior.

As melhores ano a ano - Celulose e papel																
1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Stora Celbi	Renova	Soporcel	Soporcel	Stora Celbi	Papel do Prado	Stora Celbi	Papel do Prado	Celbi	Celbi	Celbi	Celbi	Celbi	Celbi	Celbi	Celbi	Soporcel



## CELULOSE E PAPEL

500  
MAIORES & MELHORES

# RENTABILIDADE EM ASCENÇÃO

A recuperação do preço da pasta e papel e o aumento das exportações permitiram uma melhoria dos indicadores financeiros do sector. Empresas registaram fortes lucros

Texto **Helena C. Peralta**

**A**s empresas produtoras de pasta e papel têm razões para sorrir: os resultados líquidos do sector cresceram 26,6%, em 2007. Ainda que as vendas globais das papeleiras tenham crescido apenas 7,4%, a rentabilidade foi elevada, atingindo 241 milhões de euros, regressando ao nível de 2000.

A subida dos preços da pasta e papel – em queda nos últimos anos – e um aumento de 3,2% das exportações contribuíram de forma muito positiva para esta *performance*, explica Paulo Canaveira, da Celpa, associação das empresas do sector. Também o consumo nacional, que registou um incremento de 30%, teve um impacto positivo, ainda que este represente apenas uma ínfima parte das suas vendas.

O aumento da procura fez-se sentir em quase todos os segmentos, revela o especialista. O papel de jornal, por exemplo, cresceu quase 30%, seguido do papel *couché*, usado nas impressões gráficas, e do cartão canelado.

As empresas portuguesas fortaleceram a sua posição no mercado europeu, ganhando quota. Verificou-se, pois, uma redução de cerca de 2% da capacidade de produção instalada, porque alguns grupos internacionais atravessam dificuldades e fecharam fábricas. O grupo finlandês Stora Enso – ex-dono da Celbi e líder

mundial da pasta e papel –, por exemplo, desinvestiu nos Estados Unidos, alienando toda a sua operação industrial naquele território à Cerberus Capital por 147 milhões de euros.

## INVESTIMENTOS EM GRANDE

Portugal encontra-se, ainda, em contraciclo com esta realidade europeia, porém, não se sabe até quando poderá durar a bonança. Para já, as companhias nacionais, como a Portucel, Soporcel, Celbi, Renova e Caima, estão bem posicionadas internacionalmente. Com activos modernos e sinergias resultantes da integração vertical, como é o caso do grupo Portucel Soporcel – a maior empresa do sector, com uma facturação superior a 1000 milhões de euros –, encontram-se preparadas para enfrentar os desafios futuros.

Os investimentos realizados em Portugal nestes últimos anos têm sido avultados. A Soporcel, por exemplo, gastou mais de 150 milhões de euros em modernização das suas fábricas. O grupo Portucel, recém-adquirido pelo empresário Pedro Queiroz Pereira, tem duas das maiores máquinas de papel do mundo, registando importantes sinergias e economias de escala, e prevê investir mais 2 mil milhões de euros. Destes, cerca de 900 milhões ficarão em Portugal, 500 milhões dos quais numa nova máquina de papel, em Setúbal.

As maiores			
N.º de ordem	Exame 500	Empresa	Vendas 2007 *
1	28	Soporcel	610 612 149
2	38	Portucel	523 495 342
3	119	Celbi	178 630 600
4	131	Portucel Viana	169 336 692
5	227	Renova	103 813 909
6	365	Portucel Embalagem	71 199 777
7	412	Inapa Portugal	65 179 888
8	484	Caima	56 318 269

Classificação das empresas por ordem decrescente de vendas.  
\* Valores em euros.

As melhores em EXAME			
N.º de ordem	Exame 500	Empresa	Pontos
1	28	Soporcel	569
2	131	Portucel Viana	542
3	119	Celbi	491
4	484	Caima	462
5	38	Portucel	422
6	227	Renova	302
7	412	Inapa Portugal	212
8	365	Portucel Embalagem	204

Pontuação com base em oito critérios: crescimentos das vendas e dos lucros, rentabilidades das vendas, do capital próprio e do activo, solvabilidade, liquidez e valor acrescentado bruto por vendas.

O restante será investido no Brasil, Moçambique e Uruguai. Também as empresas da Altri, detida pelo empresário Paulo Fernandes, a Celulose do Caima, a Celtejo e a Celbi, estão a investir em força. A Celtejo iniciou o branqueamento da pasta de papel, utilizando madeira de pinho, uma novidade em Portugal. A Celbi anunciou igualmente a aplicação de 425 milhões de euros na ampliação da fábrica da Leirosa, na Figueira da Foz.

## EMPREGO EM QUEDA

Contudo, e apesar dos investimentos realizados, é curioso de notar que a força de trabalho caiu 1% no sector, passando-se de 3253 trabalhadores, em 2006, para 3222 no ano passado. A crescente robotização poderá explicar a redução de mão-de-obra nesta indústria.

Em queda está também o consumo de combustíveis fósseis, bem como o de electricidade, devido ao aumento de 2,2% do consumo de energia de biomassa. O grupo Portucel foi um dos que investiu em centrais energéticas, tendo por base os resíduos florestais, produzindo já 3% da energia consumida no país.

Para o final deste ano não são esperadas novidades no sector, já que o exercício decorre idêntico ao do ano anterior. Até quando os bons ventos? ■

25%

foi o crescimento dos resultados operacionais das empresas do sector. Este acréscimo esteve em linha com o dos lucros, que também chegou aos 26%.