



**Local Conference Call
Klabin S/A (KLBN11)
Resultados do 1T25
8 de maio de 2025**

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 esta 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*, o 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 English presentation screen.

Eventuais declarações realizadas durante essa 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. Essas 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 conosco hoje o senhor **Cristiano Teixeira**, Diretor Geral, **Marcos Ivo**, Diretor Financeiro de Relações com Investidores e os demais diretores da Klabin.

Inicialmente, o Sr. Cristiano e o Sr. Ivo farão comentários sobre o desempenho da Companhia no 1T25. A seguir, os diretores responderão às questões que eventualmente sejam formuladas.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Cristiano. Por favor, Sr. Cristiano, pode prosseguir.

Cristiano Teixeira:

Obrigado a todos, bem-vindos à nossa teleconferência referente ao 1T25.

Começando em comentários sobre o nosso desempenho operacional, no slide três, a gente teve um desempenho de 906 mil toneladas em vendas, desses 38% na área de celulose, 34% na área de papéis e 28% na área de embalagens. Esse número, eu comentava no passado com vocês recente, que a gente, quando tiver em rotina, vai em volume, está parecido um terço, um terço, um terço.

Vocês vão ver nos novos slides que eu trouxe, para frente, que a Klabin, olhada anualmente, ela tem mais a característica de um terço, um terço, um terço. Aqui a gente sazonalmente tem um período de volume de embalagem no 1T normalmente abaixo daquilo que a gente atinge a média do ano, quando o pico é atingido, principalmente no 2T e no 3T.

Mas voltando, o nosso desempenho chama atenção aqui pelo nível de integração que nós temos nas nossas áreas de papéis Containerboard de 62%, esse número ele tem uma variação, que eu sempre comento com vocês, a depender dos preços internacionais de papéis. Aqui é a forma que nós encontramos para demonstrar sempre para vocês a nossa flexibilidade podendo operar tanto nas nossas áreas de embalagem quanto nas nossas áreas de sacos, com a conversão na nossa área de papelão ondulado e na nossa área de sacos, no sentido de integrar mais papéis a depender do custo-benefício dos mercados internacionais, portanto, dos preços internacionais.

Outra curiosidade é que no segmento que a gente classifica aqui como Papéis e Mercado, que são os cartões e os Kraftliners, essa tendência do volume de cartões – lembrando sempre do *ramp-up* da máquina 28 – é a gente ter um volume maior de cartões no futuro, exatamente com os contratos que, assim que entrarem em vigência por homologação de produtos e também pela própria curva de *ramp-up* da máquina, a gente sempre fala que o CAPEX está feito e a gente está num processo agora de incremento de EBITDA por esse volume exatamente do *ramp-up*.

Isso, em acontecendo até a gente atingir a normalidade da Companhia, a tendência é o volume de cartões aumentar em relação ao volume de Kraftliner, pelo menos nesse slide operacional.

Falando um pouco do resultado, portanto do EBITDA aqui, a curiosidade que eu lembro vocês aqui, a área de Papéis e Embalagem representando 63% do total, área de Celulose 37, papel importante. Nesse gráfico de pizza, especificamente no resultado de celulose, queria chamar a atenção do desempenho da área de Fluff, que em resultado já é um terço do nosso resultado de celulose. Ele representa 12% no volume de celulose, mas representa 30% no nosso resultado dado o fato da

gente ter a fibra longa e poder acessar mercados de alto valor agregado – também vou falar um pouco mais sobre isso em alguns slides que eu trouxe para vocês, que considero novidade para alguns.

Então, indo para o slide quatro, aqui a gente classifica um pouco, traz visualmente para vocês, a gente tem provocado uma mudança na forma de se comunicar com vocês, mas sempre de forma cautelosa, primeiro falando um pouco do desempenho operacional, esse slide três ele substituiu aquela fala inicial e a gente trouxe isso uma coisa mais visual, não que vocês não tenham grande facilidade de lidar com esses números, mas, quando a gente vem para o slide quatro, é uma evolução dessa nova forma de se comunicar com vocês, de novo e fazendo sempre a referência, indo de forma cautelosa para que a gente possa se comunicar cada vez melhor, mas aqui no slide quatro a gente relembra os produtos que a gente opera em cada segmento, trazendo aqui a marca dos nossos parceiros, na qual a gente tem muita honra e muito orgulho de estar divulgando.

Então, na Fibra Curta, aqui a gente tem geralmente os principais clientes, mas podemos trazer aqui um foco também na diversificação de produto, a gente vai evoluir essa apresentação para mostrar também inovações. Mas, então, nos logos referentes ao produto fibra curta, as marcas na qual a gente abastece. Aqui uma curiosidade, no lenço, por exemplo, da Kleenex, além da própria fibra curta no produto, tem o cartão que também é da Klabin nessa referência.

No Fluff, grande referência aqui às grandes marcas, principalmente dos produtos feitos de fibra longa, a diversidade do produto é incrível dado exatamente à facilidade de a gente poder operar com um produto de maior valor agregado no setor de Fluff. Então, aqui a gente faz a referência à alta performance das fibras, a gente vai trazer o *market share* para vocês sempre interagindo de forma muito transparente, 50% do *market share* de Fluff no Brasil – a gente sempre vai trazer os *market shares* de mercado brasileiro aqui, tá? –, parcerias de longo prazo com clientes estratégicos, a gente trabalha sempre e busca cada vez mais contratos de longo prazo, o nosso grande diferencial exatamente pelo fato de a fibra longa poder ser um *one-stop-shop* para produtos de higiene, onde a gente consegue fornecer tanto a fibra longa quanto a fibra curta nos nossos produtos, a presença exatamente nos segmentos premium – de novo ressaltando a questão da fibra longa, lembrando que estrategicamente nós, no ano passado, concluímos a compra de uma grande gleba em fibra longa aqui no Brasil, que aumentou a nossa competitividade para o nosso portfólio de produtos –, e homologado, como eu já citei, nas principais marcas globais.

Indo para o slide cinco, agora eu trago um pouco de referência aos nossos cartões, na parte de cima. A gente sempre cita para vocês o grande portfólio, aqui a gente poderia ter cartão, é um produto extremamente diversificado quando se refere a produto em prateleira, nós trouxemos alguns dos importantes aqui. E, obviamente, o nosso Containerboard, que é um produto extremamente dinâmico no mercado, a gente abastece fabricantes de papelão ondulado do Brasil e do mundo, não só papelão ondulado, hoje o Kraftliner tem outros destinos, e a Klabin ela é presente

há mais de 50 anos em vários mercados no Brasil e no mundo, sendo um fornecedor de matéria-prima para os convertedores no mundo todo.

Aqui eu trago referência ao nosso posicionamento sempre em mercados premium, o nosso *market share* no mercado local de cartões, 40%, nosso *market share* em Kraftliner é de 60%, o fato de a gente ter a fibra virgem também com participação de fibra longa, podendo participar de produtos como produtos para *beverage*, para cerveja, leite, assim por diante, que tem um diferencial muito grande exatamente pela fibra longa.

Somos fortemente associados ao setor de alimentos e bebidas, um portfólio, no geral, exatamente por tendência de consumo, sempre com constante crescimento e também parcerias de longo prazo.

Por fim, nessa minha primeira participação, no slide seis, trago as nossas unidades de Embalagens, a nossa unidade de embalagem com segmentos de sacos industriais e papelão ondulado. Em primeiro, sacos industriais, também com clientes que a gente tem grandes parcerias de desenvolvimento na área de sacos, com muito desenvolvimento com os nossos clientes, desenvolvimentos importantes que, na medida que a gente for trazendo mais informações para vocês, inclusive de inovação, isso vai ficar mais claro para vocês.

E na área de papelão ondulado, essa diversificação incrível que vocês conhecem do setor, fazendo, em partes, o papel de transporte dos produtos para os supermercados, mas hoje cada vez mais também com componente de marca, a Klabin é parte dessa solução por trazer o papel Kraftliner com maior qualidade de impressão e o produto cada vez mais tendo presença nas prateleiras também.

Aqui destaco, então, uma das maiores produtoras de sacos industriais do mundo, é a nossa referência como fabricante, temos 50% do *market share* aqui no Brasil, 22% do *market share* de papelão ondulado – lembrando que a gente na outra unidade de negócio de papéis Containerboard também vendemos para os nossos concorrentes, temos um posicionamento em setores exportadores e resilientes, sempre ligados a alimentos ou construção civil, carteira de clientes bastante diversificada – a participação de um cliente na nossa carteira, a gente administra isso e sempre trata isso de forma muito pulverizada, na qual um cliente não pode fazer um efeito importante na Klabin, a gente segue isso há muitos anos –, qualidade em nível de serviço reconhecido, nós temos vários sistemas de embalagens, como, por exemplo, na área de frutas, fumo e outros, na qual a gente coloca equipamento nas fábricas dos nossos clientes, prestando um serviço completo, inclusive fazendo a embalagem final com equipamentos da Klabin. E, por fim, a forte presença no e-commerce, principalmente nas duas grandes casas de e-commerce no Brasil. A Klabin tem uma representatividade muito alta no seu abastecimento de caixa.

Ok, nesse momento eu passo para o Marcos Ivo, volto daqui a pouco para a gente concluir essa primeira fase da apresentação.

Marcos Ivo:

Obrigado, Cristiano! Bom dia a todos e a todas. Na página sete, detalhando um pouco mais aí o resultado do trimestre, o volume de vendas foi de 906 mil toneladas no período, uma queda de 2% em relação ao 1T24. Essa redução ela é explicada pelo menor volume de produção decorrente de eventos pontuais para manutenção já sanados. Destaco que as fábricas operam normalmente, inclusive com todas as máquinas de papel Containerboard em produção, conforme destacamos no nosso *release* de resultados.

A receita líquida no 1T do ano atingiu R\$ 4,9 bilhões, um aumento de 10% na comparação anual. Esse aumento foi puxado pelo maior preço de Kraftliner e embalagens e pela desvalorização do real frente ao dólar, reforçando aqui a importância do modelo de negócio da Klabin nos vários momentos de mercado.

Já o EBITDA ajustado alcançou R\$ 1,9 bilhão no 1T do ano, crescimento de 13% em relação ao mesmo período de 2024, com margem EBITDA ajustado de 38%, o que representa um incremento de 1 p.p. versus o 1T24.

Avançando para a página oito, o custo caixa total por tonelada foi de R\$ 3.335,00 no trimestre. O custo caixa no período foi impactado pelo menor volume de produção. Seguimos trabalhando e confiantes no *ramp-up* de produção do Puma 2 e também nas nossas iniciativas para otimização de custos. Reforço nosso compromisso com o *guidance* de custo caixa total por tonelada para o ano de 2025, conforme fato relevante que publicamos no dia 10 de dezembro do ano passado.

Indo para o slide nove, a Klabin encerrou o 1T25 com dívida líquida de R\$ 30,5 bilhões, redução de aproximadamente R\$ 2,8 bilhões em relação ao final de 2024. Essa redução é substancialmente explicada pela valorização do real em relação ao dólar, pelo recebimento da primeira parcela do Projeto Plateau e também pelo fluxo de caixa livre positivo no 1T.

Já a alavancagem, medida pelo indicador dívida líquida sobre o EBITDA ajustado em dólares, encerrou o trimestre em 3,9x, estável em comparação com o 4T24 e dentro dos parâmetros estabelecidos na nossa política de endividamento financeiro.

Avançando para a próxima página, número dez, a liquidez da Klabin segue robusta, encerramos março com R\$ 9,3 bilhões em liquidez. Essa liquidez é composta por R\$ 6,5 bilhões em caixa e o restante em linha de crédito rotativo não sacado. Seguimos com bom perfil de dívida, o prazo médio de vencimento da dívida ao final do trimestre era de 88 meses e o custo médio da dívida em dólar de 5,7% ao ano.

Indo à página 11, a Klabin entregou um sólido fluxo de caixa livre no trimestre, positivo em R\$ 492 milhões. Esse resultado evidencia o momento atual da Companhia, que tem total foco no *ramp-up* de produção do Puma 2, na disciplina de custos e CAPEX e com a consequente geração de fluxo de caixa livre e

desalavancagem. Nos últimos 12 meses, o fluxo de caixa livre ajustado foi de R\$ 3,6 bilhões, representando um *free cash flow yield* de 14%.

Por fim, passando ao slide 12, os proventos distribuídos aos acionistas nos últimos 12 meses totalizaram R\$ 1,477 bilhão. Esse montante representa um *dividend yield* de 5,8%. Destaco também a aprovação em 6 de maio pelo Conselho de Administração de dividendos no montante de R\$ 279 milhões, que serão pagos no dia 22 de maio.

Agora devolvo a palavra ao Cristiano, que trará mais detalhes sobre as tendências dos negócios.

Cristiano Teixeira:

Obrigado. Então, a gente parte aqui para o último slide dessa primeira parte, depois a gente segue para as perguntas e respostas. Vou relembrar novamente, essa é uma forma, um termômetro que a gente pretende transmitir aqui da melhor forma possível e transparência a leitura do mercado e o desempenho que a gente espera da Klabin, no caso, para o 2T25 em relação ao 1T25.

Nessa primeira coluna, na qual a gente intitula mercado, é uma visão mais neutra da Klabin, simplesmente olhando para o mercado, entendendo qual a tendência, como a gente enxerga o comportamento. Aqui não é uma referência explícita sobre preço ou volume, mas uma combinação dos dois, é simplesmente o fato de como o mercado está sendo visto, comentarei aqui a primeira coluna. As demais colunas, volume de vendas e preços, aqui sim, a gente procura dar a referência do desempenho da Klabin no 2T em relação ao 1T.

Então, começando pela primeira coluna, ou como a Klabin enxerga o mercado. O mercado de fibra curta, por tudo que a gente tem acompanhado, principalmente e trazendo como a grande referência desse setor no momento, a China com dificuldade de exportação, exatamente por consequência da política tarifária implementada nesses últimos 45-60 dias, deve apresentar alguma dificuldade de exportação para os Estados Unidos. Como o mercado chinês vai se comportar, se isso vai ser consumido internamente ou se vai ser exportado para outros mercados do mundo, acho que essa é a grande pergunta, mas no momento a gente enxerga uma tendência negativa na parte baixa da neutralidade, como a gente chama aqui, em relação ao que a gente está vendo nesse 1T, portanto, uma tendência de piora de mercado.

Isso deve ser obviamente iniciado na China e se isso vai contaminar outros mercados ou não, isso depende exatamente para onde segue essa política tarifária, portanto, pouca informação ou pouca visibilidade aqui para a gente poder comentar.

Quanto ao Fluff, exatamente o resultado é o oposto, mas pelo mesmo motivo. O grande exportador de Fluff para a China, que é aqui os Estados Unidos, com

dificuldades exatamente pela política tarifária. A Klabin, nesse momento, e qualquer outro fabricante de fibra longa no mundo, surge como uma alternativa, portanto, uma tendência de melhora, principalmente no embarque para a China. A China é o *driver* principal do mercado de celulose, sem dúvida alguma, no que se refere a mercado, consumo, e os efeitos aqui são contrários. A fibra curta, pelo fato de sair da China produto acabado para os Estados Unidos, a gente enxerga uma perspectiva pior do que a de hoje, enquanto o Fluff enxerga uma perspectiva melhor exatamente porque o produto terá que ir para a China e países como o Brasil, por exemplo, serão beneficiados.

Quanto a papéis, especificamente em cartões, a gente enxerga neutralidade. Esse é um mercado ainda também sob análise dos efeitos do tarifaço. Nesse curto prazo a gente não está vendo esse efeito, mas provavelmente, se isso continuar, quando a gente for trazer aqui referências do 3T, em continuando esse tarifaço, terá efeito em cartões, a própria China deve colocar cartões de baixo valor agregado – quando eu falo baixo valor agregado é por tecnologia, cartões que são mais commodities podem ser colocados em outras regiões do mundo para compensar também a exportação dos Estados Unidos –, esse efeito tem uma inércia maior do que a celulose da fibra curta, mas a ver, também precisamos esperar aqui.

Como a Klabin está exposta aos cartões de fibra virgem, e aí sim, fazendo a referência de maior valor agregado principalmente por tecnologia, nesse caso o efeito talvez seja, para a Klabin, até positivo.

Quanto ao Kraftliner, aqui a grande pergunta é se os Estados Unidos entrou em recessão ou não. A gente enxerga a expedição de papelão ondulado nos Estados Unidos no 1T com queda. Se isso vai se reverter em exportação de Kraftliner, num primeiro momento, esse volume de exportação não tem acontecido o que acontecia normalmente, essa comunicação era direta, cai a expedição de caixa nos Estados Unidos, aumenta a exportação de Kraftliner no mundo com efeito em preço.

Isso não está tão óbvio assim, até por paradas de produção de Containerboard nos Estados Unidos, mas certamente esse produto americano será colocado em mercados alternativos à China, por exemplo, dando seguimento ao mesmo comentário que eu fiz, principalmente na celulose dos produtos exportados dos Estados Unidos para a China.

Quanto a embalagens, ainda na primeira coluna, embalagens o segmento ele é muito claro, que o pico de consumo acontece na transição do 3T para o 4T, lá para setembro-outubro, mas inicia agora no 2T. As pontas, o 1T e o final do 4T, são os volumes mais baixos e o 2T e o 3T, frente à transição do 3T para o 4T, é onde a gente atinge o pico de consumo para as festas de final de ano em papelão ondulado. Então a gente enxerga uma demanda melhor no 2T em relação ao 1T, aqui simplesmente pela sazonalidade. Sacos industriais, a gente enxerga neutralidade.

Comentei essa primeira coluna, repito, desculpa a repetição, mas para ficar claro, eu falei sobre a primeira coluna, visão de mercado, como a gente chega a mercado

independente de Klabin. Quando a gente comenta agora, a partir desse meu comentário agora, da segunda e terceira coluna, eu estou falando do desempenho de Klabin.

Então, em Klabin, iniciando pela celulose de fibra curta, no volume de vendas, a gente tende a fazer um volume, portanto, a gente sai da neutralidade, começa a ter um aumento de volume aí em relação ao 1T, aqui simplesmente por efeito de embarque, o mesmo motivo também para a Fluff, a gente tende a embarcar mais no 2T em relação ao 1T simplesmente por questões operacionais e de compromisso com clientes, a tendência é fazer um volume maior.

Cartões da mesma forma, a Kraftliner da mesma forma. A única exceção, por neutralidade, não por queda, mas a gente enxerga na área de sacos em relação ao 1T, ele é o único segmento que a gente deve fazer um volume de embarque parecido com o que a gente fez no 1T, e todos os outros segmentos da Klabin tendem a ter aumento de volume em relação ao 1T.

Quanto a preços, portanto parto agora para o final da apresentação e essa última coluna do slide 13, a gente enxerga a neutralidade na Klabin de fibra curta – lembrando que a Klabin tem um volume no qual a gente consegue concentrar mais em mercado interno e Europa, baixa exposição no caso da China para fibra curta –, quanto ao Fluff, a gente enxerga uma melhora de preço inclusive na Klabin, onde o *backorder* ou o *backlog* vai ser de preços um pouco piores, saem da Klabin e começam a entrar os preços melhores, a gente enxerga, portanto, uma melhora na Klabin.

Cartões, a maioria dos nossos clientes são em contratos, portanto, a gente enxerga neutralidade, são preços mais estáveis na Companhia no longo prazo. Kraftliner, por aquele comentário que eu havia feito de onde a gente enxerga os Estados Unidos colocando esse adicional de papel que deixa de ser exportado para a China, também na Klabin, como a gente trabalha com *backorder* baixo, a gente já deve sentir o efeito de preço nos embarques marginais, o que tem um efeito no preço médio da Klabin também, pelo menos neste momento.

Em papelão ondulado, são grandes contratos e alguns vencimentos do contrato, apresenta uma ligeira melhora no 2T em relação ao 1T, aqui são compromissos já formalizados com nossos clientes. E em sacos por mix, a gente enxerga um pouco abaixo da neutralidade, alguma tendência de piora em relação ao 1T muito mais por mix do que por queda de preço de produto. Ao contrário, a gente vem conseguindo colocar – a grande referência é papelão ondulado, mas isso também compreende em sacos – inflação nos nossos preços, especificamente sobre papelão ondulado já faz alguns anos.

Gostaria, por favor, que vocês fizessem uma análise do preço em dólar do papelão ondulado nos últimos anos e a recomposição de preço tem se comportado muito positivamente. Isso é alinhado, se fizéssemos aqui uma análise mais estratégica, isso é alinhado com o que tem acontecido de consolidação do setor, lembramos

que tivemos consolidação da International Paper, no passado pela própria Klabin, passado recente, tivemos consolidação da Westrock pela Smurfit agora mais recente. O mercado tem se consolidado, o preço em dólar do papelão ondulado tem se mostrado mais competitivo no Brasil em relação a outros períodos que a gente enxergava no passado e a recomposição de preços com o prêmio em cima da inflação tem acontecido.

A gente tem conseguido ganhar a *market share* e convertido a maior parte dos nossos papéis, mostrando a estabilidade, bem como na área de cartões, a estabilidade dos preços na Klabin.

Encerro aqui essa primeira parte, partimos agora para 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, cliquem no botão Levantar a Mão. Para retirar a pergunta da fila, por favor, clique no botão Abaixar a Mão.

Rafael Barcelos, Bradesco BBI: Bom dia a todos, obrigado por pegar minhas perguntas. Minha primeira pergunta é para o Cristiano. Cristiano, gostaria de ouvir um pouco mais a sua visão sobre o momento operacional da empresa. Se você pudesse comentar um pouco mais sobre essa parada de manutenção não recorrente da operação de celulose e, sobretudo, o quanto vocês esperam de produção para o ano.

E ainda nessa questão de performance operacional, como tem sido a avaliação de vocês da performance da MP28? E aqui especificamente, eu gostaria de entender um pouco mais sobre o mix de produção da MP28 que vocês esperam para o ano, principalmente o quanto aí de volume de cartões a gente pode esperar tendo em vista os desafios mercadológicos que vocês mesmos comentaram sobre o aumento das importações chinesas. Enfim, então essa é a primeira pergunta.

A segunda pergunta seria mais sobre papelão ondulado, daí mais para o Douglas. Chamou a atenção que no termômetro de mercado na apresentação de vocês, vocês indicam a demanda como neutra, mas quando a gente olha *vis-à-vis* o termômetro do trimestre passado, parece que a expectativa de demanda melhorou um pouco, né? Então, Douglas, se você pudesse discutir um pouco mais o quanto que esse ambiente de juros mais altos está ou não afetando a carteira de pedidos. Como vocês têm percebido aí o sentimento dos clientes? E aí se essa leitura de que melhorou mesmo a percepção de demanda está correta ou é mais uma questão sazonal?

E por fim, até se for possível, o Cristiano comentou agora há pouco sobre essa questão de recomposição de preço, mas também houve aí ao longo dos últimos anos uma recomposição de margem da indústria de papelão ondulado. Se puder

comentar um pouco da dinâmica de aparas, acho que pode ser interessante também para a gente entender rentabilidade. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Rafael. Vou deixar o Douglas aqui de prontidão, começa a responder a primeira questão. Do ponto de vista operacional, a gente tem uma boa expectativa para o ano, Rafael. A despeito dos problemas que tivemos aí no início do ano, a gente enxerga 200 mil toneladas de produção total na Klabin em 2025 em relação ao ano de 2024. Portanto, uma perspectiva positiva.

Os problemas pontuais acontecem, isso não se restringe à Klabin, vocês conhecem bastante o setor, são sites complexos, queria lembrar vocês que temos um site dos mais complexos do mundo, que é o site de Ortigueira, o site que a gente reputa como um dos mais competitivos do mundo em todos os produtos que opera, mas, sim, traz dificuldades no início, principalmente de operação de uma máquina da complexidade da máquina 28.

Não há nada estrutural, isso está solucionado, isso foram questões temporárias, tanto é que vocês viram na apresentação do Marcos Ivo, quando ele se refere à busca do *guidance* de custo caixa do ano, permanece, a gente deve seguir buscando e vamos entregar, ao final do ano, a referência de custo caixa entre R\$ 3.100 e R\$ 3.200, superando pontualmente o que a gente viu no 1T por exatamente essas questões operacionais, que se solucionam no decorrer do ano.

Portanto, teremos um bom ano do ponto de vista operacional, com 200 mil toneladas na Klabin maior do que 2024.

Desempenho da máquina 28 indo bem, a máquina é uma máquina tecnológica, a máquina em cartões com o maior número de sensores, não só da Klabin, mas uma referência mundial hoje, uma máquina extremamente moderna, uma máquina preparada para fazer produtos da maior tecnologia, como vocês bem sabem, por exemplo, o *liquid packaging*, que é o *high-end* do nosso setor. A máquina segue com a transição, iniciamos com Containerboard nessa máquina, estamos fazendo a transição para cartões na medida que a homologação tem acontecido, nenhuma preocupação, muito pelo contrário, a Klabin é uma empresa robusta, uma empresa hoje, comparando aí, olhando décadas, uma empresa muito mais robusta, muito mais diversificada olhando em portfólio de produtos, cartões brancos, cartões marrons, estamos homologados nas principais marcas do mundo em todos os nossos produtos.

A Klabin se apresenta muito robusta operacionalmente, custo caixa cada vez mais competitivo e com visão cada vez melhor transmitida para vocês, para que vocês possam fazer as suas contas. Portanto, momento positivo operacional da Klabin.

Rafael, vou passar para o Douglas fazer os comentários sobre o lado de papelão ondulado.

Douglas Dalmasi: Obrigado, Cris. Bom dia, Rafael. Eu vou dar um passo atrás e falar um pouquinho de 24 para contextualizar 25. Então, em 2024, o mercado cresceu bastante, cresceu, em metros quadrados, mais de 5%, e nós crescemos mais de 6%, nós ganhamos *market share* na Klabin, né? E aí como que nós estamos vendo 2025? Então, a gente está vindo de um mercado com patamar alto de consumo, o ano começou mais estável, com uma ligeira queda nos primeiros dois meses, mas em março a gente já viu crescimento, aí o mercado – eu estou falando daí Empapel – fechou estável no 1T, o que é um sinal muito bom, porque o ano passado teve um patamar bastante alto de crescimento em relação a 23.

A Klabin, nesse 1T, nós conseguimos, pelo nosso portfólio, crescimento de *market share*, crescemos mais que o mercado, enquanto o mercado, como eu falei, estável, nós crescemos 1.6, e como que nós estamos vendo o preço? Preços, a gente conseguiu repor a inflação e ganhar margens, repor bem acima da inflação e recomposição de margem, e isso tem acontecido nos últimos anos.

Então, trimestre mais fraco do ano, mercado estável, Klabin crescendo mais, passamos bem por esse momento mais fraco. Os próximos trimestres e meses e o ano, com o Brasil com essa taxa de desemprego baixo, renda, dessa forma, não estamos vendo problema. Pelo contrário, os próximos trimestres são mais fortes e nós estamos vendo um ano muito bom, então com continuidade de repasse de preço acima da inflação, um mercado nos próximos trimestres mais forte do que o 1T e nós ganhando *market share*, ou seja, a gente está vendo 2025 um ano muito bom para embalagens.

Rafael Barcelos: Perfeito, muito obrigado.

Tathiane Candini, JP Morgan: Tudo bem, gente? Bom dia. Obrigado por pegar minhas perguntas aqui. A primeira, eu queria só fazer um *follow-up* da pergunta anterior, quando a gente está falando de estabilidade operacional da parte de celulose. Obviamente que a gente entende que essas instabilidades elas são recorrentes e podem acontecer em tri, mas ela foi um pouco mais expressiva nesse tri.

Se eu não estou enganada, teve ali uma parada de manutenção no final do ano sobre essa máquina. Existe alguma chance de antecipação dessa parada de manutenção, pensando nessa instabilidade maior que aconteceu no tri? Ou se não, ela realmente já foi resolvida e o *schedule* se mantém?

E minha segunda pergunta é pensando um pouco na parte de alavancagem. A gente viu uma redução expressiva da alavancagem da empresa nesse tri e aí eu queria entender, eu acho que foi um tópico que a gente exauriu muito no último ano nas nossas últimas conversas do tri, mas eu queria entender se existe alguma mudança no posicionamento sobre novos investimentos ou quais parâmetros vocês estão acompanhando, ou se realmente a visão é que apenas pensando em mais investimentos a partir de 2027? Obrigada, gente.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Tathiane. Não há nenhum motivo ou razão para antecipar a parada, muito pelo contrário, planejamento normal. A perda de produção, como falei, acontece e isso não é restrito à Klabin, mas isso não há nada estrutural, nenhuma preocupação e não haverá nenhuma mudança em planejamento, até porque não há nenhum motivo para isso.

Quanto à visão, vamos falar de alocação de capital, novos investimentos, não, nada muda, a gente segue na linha de desalavancagem, bastante seguro no fluxo de caixa livre que geraremos nos próximos 18, 24, 36 meses, vai ser robusta a geração de caixa da Klabin e, portanto, o fluxo de caixa livre e a desalavancagem vai acontecer exatamente por essa razão. Nenhuma mudança na visão da Companhia.

Tathiane Candini: Super claro, obrigada.

Daniel Sasson, Itaú BBA: Obrigado a todos, bom dia. A minha primeira pergunta é para o Nicolini, que está mais quietinho hoje. Nico, a gente até tem visto nas últimas semanas uma movimentação importante aqui dos produtores de celulose, inclusive alguns deles anunciando quedas de preço e principalmente o preço da celulose no mercado de *resale* abaixo ali de US\$500.

Se você puder comentar um pouquinho sobre as dinâmicas que você tem visto e talvez principalmente se você acha que os níveis mais baixos de preço de celulose, talvez os 550, apontados por alguns produtores, ou talvez os 500 do *resale*, seriam suficientes para estimular um pouco a volta dessa demanda, principalmente da China. Acho que esse é um ponto importante, ou se você acha que o problema é um pouco maior, mais de incerteza sobre o que vai acontecer com os níveis de produção na China no contexto de *trade war* e é uma questão menos relacionada à *affordability* de fato, né? Acho que isso seria interessante.

E a minha segunda pergunta, acho que vocês já falaram um pouquinho sobre a máquina MP28 e essa expectativa de conversão de Kraftliner para cartão. Cris, se você puder de repente só lembrar a gente o que falta para a homologação com os principais clientes de vocês, ou com o principal ali é sair? Eu acho que a expectativa já era, de repente, um pouco disso já ter acontecido, e aí aquela curva que a gente usava para estimar o *shift* de Kraftliner para cartão que vocês deram em algum momento em 2023, 2024, e tinham até acelerado, mas de repente pode demorar um pouquinho mais.

Queria entender hoje quão confiantes vocês estão com essa migração acontecendo o mais rápido possível para um produto de maior valor agregado. Obrigado, pessoal.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Sasson. O Nico está quietinho porque vocês não tinham perguntado ainda, mas está aqui do meu lado e vai responder para vocês e eu retomo na segunda pergunta.

Alexandre Nicolini: Bom dia, Sasson. Obrigado pela pergunta. Como o Cristiano colocou, o momento ele é mais desafiador e de maior cautela na China devido às circunstâncias atuais das tarifas, porém, o ajuste de preços feito por um produtor latino-americano no mês de abril ajudou a fazer com que os volumes para aquele mês fluíssem melhor do que foi março.

Com relação ao *resale*, eu já coloquei aqui outras vezes, o volume *treidado* no *resale* é um volume baixo, ele pode seguir até como uma referência, mas é um volume baixo na comparação com o volume que vem de mercado.

Falando de preços agora para o curto prazo, a gente não enxerga uma queda muito mais abrupta do que a gente vem vendo, não abaixo dos US\$500, por exemplo, e por algumas razões: Uma delas, é primeiro a questão que envolve o preço da fibra longa. Os níveis de preços atuais da fibra longa na China, já são níveis de preços que não trazem margem para produtores nórdicos ou canadenses, e isso deve de alguma forma limitar ou *setar* um piso para a fibra curta. Esse processo é conhecido e a gente vê isso e acompanha isso no decorrer dos últimos anos.

Caso o preço da fibra longa caia mais do que a gente está prevendo, e que a gente não enxerga isso agora, isso vai causar fechamento de capacidade. A gente já viu um produtor nórdico de grande porte anunciar uma parada de cinco semanas para manutenção e também removendo volume de mercado justamente porque os preços atuais já não trazem uma margem específica para esse produtor, que inclusive tem uma fábrica nova e bastante competitiva.

E um outro ponto que eu acho que é importante é, a despeito do custo marginal de produção na China estar abaixo de US\$500 hoje, isso é válido para produtores com maquinários novos. Os produtores com máquinas antigas ainda têm um custo marginal de produção acima dos US\$500. Caso o preço atinja esse patamar, a gente enxerga produtores integrados passando a consumir celulose de mercado ao invés de consumir celulose própria.

Então, o cenário, sim, é desafiador, é de mais cautela, mas a gente não enxerga uma queda muito mais abrupta daquilo que a gente já vem enxergando agora.

Daniel Sasson: Perfeito, Nico. Desculpa aqui o *follow-up*. Uma queda muito mais abrupta, você está se referindo ao preço de 550 anunciado pelos seus concorrentes na América Latina ou pelos 500 do *resale*?

Alexandre Nicolini: 500 do *resale*.

Daniel Sasson: Perfeito, obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Nico. Sasson, quanto à máquina 28, eu vou resgatar da seguinte forma, a gente está dentro do *Business Plan* que foi apresentado para vocês de *ramp-up* e homologação da máquina, o que aconteceu é que nós tínhamos uma expectativa em algum momento de melhora, eu vou relembrar vocês que isso

não foi um direcionalmente só de Klabin, acho que todos os mercados, principalmente americano, tiveram uma mudança na expectativa do volume de cerveja pós-pandemia, então havia, sim, uma expectativa maior.

Entre o *Business Plan* e essa expectativa que a gente acabou criando, a gente deu esse sinal que poderia ser uma melhora. O que nós estamos dizendo para vocês é que a gente volta para o nível de *Business Plan*, portanto essa melhora entre agora e o *Business Plan* a gente talvez não consiga entregar. Mas, sim, vamos entregar o *Business Plan* de *ramp-up* da máquina.

Quanto à homologação dos produtos, a gente já tem uma série de produtos homologados em cartões na máquina 28, bastante coisa nova aí, inclusive nós traremos talvez já na próxima reunião com vocês, no próximo *call* com vocês, a gente vai mostrar inovações e teremos muitas inovações para serem exatamente mostradas a partir da máquina 28.

Agora, sim, temos produtos de alta dificuldade de homologação, esse nível de dificuldade de homologação e de exigência dos nossos clientes é o que faz da Klabin uma empresa diferente aí há pelo menos 40 anos trabalhando com um *liquid package*, por exemplo, é isso que faz com que esse produto tenha uma dificuldade de entrada de novos fabricantes, deixando esse produto restrito a poucos fabricantes do mundo e a Klabin, sem dúvida, é um dos principais.

Essa parceria com clientes segue muito boa, com viagens recentes do *top management* da Klabin com o *top management* dessas empresas. A homologação segue muito bem, com nível de exigência alto e é isso que vai dar o diferencial da Klabin em relação às demais no futuro próximo.

Daniel Sasson: Perfeito, Cris. Super obrigado.

Caio Ribeiro, Bank of America: Bom dia a todos, obrigado pela oportunidade. Bom, minha primeira pergunta seria sobre o mercado de Fluff. Eu queria explorar um pouco mais o efeito das tarifas que foram anunciadas pela China contra os Estados Unidos e, levando em conta que boa parte da capacidade de Fluff está nos Estados Unidos e a China importa um volume considerável desse Fluff, vocês comentaram que veem o Fluff da América Latina se beneficiando, mas vocês veem algum efeito que possa ser refletido de prêmios crescentes no preço regional de Fluff da América Latina contra fibra curta? E como que isso impactaria as decisões de mix de produção de Fluff versus fibra longa de vocês esse ano? Essa seria a primeira pergunta.

Em segundo lugar, explorando um pouco mais a questão da desalavancagem e a estratégia de alocação de capital da Companhia, entendo que o foco hoje é desalavancar, mas se vocês puderem nos dar um pouco mais de cor sobre qual nível de alavancagem que vocês esperam atingir antes de considerar uma futura expansão. Qual seria o *timing* que hoje vocês enxergam que vocês atingiriam esse patamar? E se algo muda também em relação aos produtos que vocês consideram

mais atrativos expandir tendo em vista o ambiente de tarifas que estamos vivendo, que acabam mudando bastante a dinâmica dos produtos que vocês têm exposição. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Caio. Iniciamos aqui então com o Nico.

Alexandre Nicolini: Oi, Caio. Bom dia. Obrigado pela pergunta. Como o Cristiano comentou aqui na apresentação dele, 80% da produção de Fluff está na América do Norte, então obviamente isso tem um impacto imediato nas exportações daqueles países, tanto os Estados Unidos como o Canadá para a China, e isso alavancou de certa forma as vendas de Fluff de outros produtores do Brasil e também de outras geografias, como a Europa, por exemplo.

Esse movimento não é restrito à China somente, porque as questões que envolvem as tarifas para outras geografias, como a Europa, por exemplo, ainda não estão muito claras. Então, vários desses produtores de absorventes, de produtos de higiene de forma geral, seguem procurando por alternativas que não só os americanos, isso vem se refletindo em vários aumentos de preços que se iniciaram desde meados do final do ano passado até agora esse mês de abril, e a tendência segue ainda como uma tendência positiva do ponto de vista de subida de preços.

Isso não refletiu ainda nos nossos trimestres devido aos *carry overs* que a gente já comentou aqui anteriormente, mas ele vai se refletir não só a partir do segundo como também no 3T desse ano. Então, a expectativa ela segue muito boa, é um mercado que tem se provado bastante resiliente nos últimos anos. Do ponto de vista de capacidade, a gente praticamente já está no limite do nosso mix entre Fluff e fibra longa em fardos, a flexibilidade que nós temos, que a gente sempre pontua aqui, é o fato de a gente poder alocar os volumes da melhor forma possível, aqueles volumes que não estão contratados, de forma a rentabilizar a operação da melhor forma possível.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Nico. Caio, quanto à desalavancagem, vou ser factual, nós temos a nossa política de endividamento, a Klabin terá – e vocês vão ver cada vez mais – consistência, tanto em dar *guidance* quanto segui-los e a política, obviamente, é a maior referência de ciclos que vocês podem enxergar no futuro. Ela acabou de ser revisada e isso faz com que a Klabin inclusive esteja esticando a corda para nós mesmos, garantindo a melhor forma e governança da questão da alavancagem na Companhia.

Quanto ao futuro, portanto, então nesse momento segue a visão de desalavancagem nesse horizonte de 18 a 24 meses e quando atingirmos, de forma segura, o cumprimento da nossa política, a gente obviamente deve trazer investimentos para o nosso Conselho de Administração. Lembrando que a Klabin é competitiva em todos os produtos que ela faz, mas, sem dúvida, talvez a maior referência hoje que a gente pode trazer, o que é alinhado, nesse momento a gente não é oportunístico falar, porque isso a gente já fala há um tempo, nós acreditamos firmemente na fibra longa. A Klabin, na aquisição dos ativos de fibra longa, ratifica

aquilo que a gente diz há muito tempo, somos uma empresa diferente de qualquer outra empresa na América Latina, exatamente pela capacidade de fazer produtos de um portfólio altamente complexo, exatamente pela fibra longa.

O Fluff é talvez, junto com o LPB, as grandes referências pelo fato de poder ter a fibra longa. Mais especificamente, o Fluff ainda é a nossa visão de ciclo de investimento futuro na Klabin e aí o momento obviamente chama mais atenção ainda desse produto. A Klabin é uma empresa bastante competitiva em custo caixa, talvez a mais competitiva do mundo em Fluff, com um produto de alto valor agregado de fibra longa e homologada nas principais marcas do mundo com um prêmio sobre a fibra curta recorde e que tem se estabilizado nesse nível mais alto.

Então, sim, a gente acredita no prêmio da fibra longa sobre a fibra curta, sim, a gente acredita no desenvolvimento do pinus especificamente na região na qual a gente opera. Pouca chance nesse momento, talvez poderia se dizer quase nenhuma de desenvolver pinus fora da nossa região, e a gente tendo adquirido um grande volume de área dedicada a pinus reforça o nosso interesse de investimento nesse setor no futuro.

Portanto, visão de 18 a 24 meses, seguir desalavancando, sempre cumprindo a nossa política de endividamento, olhando uma visão estratégica. Sim, estamos preparados, quando for a hora, para trazer propostas para o Conselho de Administração para investimento em Fluff de fibra longa exclusivamente no sul do Brasil.

Caio Ribeiro: Perfeito, está claro. Obrigado, Cristiano, Nico.

Caio Greiner, UBS: Olá, bom dia a todos, obrigado. Duas perguntas, pessoal. A primeira, sobre as vendas de madeira que vocês fizeram, a gente notou que subiu bem nesse trimestre. Queria que, se possível, vocês pudessem comentar um pouco mais sobre essa estratégia, a gente entende que isso tem a ver com a aquisição dos ativos excedentes de Caetê, mas também queria que vocês elaborassem um pouco mais o que a gente pode esperar nos próximos trimestres, se isso é um nível que está razoável, que deveria ser mantido. E também, se vocês puderem comentar sobre que nível de margem que vocês estão tendo nessas vendas também, ajudaria bastante a gente.

Segunda pergunta, sobre cartões, até podendo trazer o Soares para discussão, eu sei que o Cristiano comentou no começo do *call* sobre a demanda fraca, vocês têm comentado sobre isso, só que no *release* especificamente vocês também falaram sobre entrada de importação de cartões da China. Queria, se possível, se vocês pudessem elaborar um pouco mais sobre esse tema, quais linhas de produto que vocês estão vendo na entrada, que preço, isso a gente entende a dinâmica global, que estamos vendo um pouco mais de exportação e devendo ver um pouco mais exportação da China, mas a gente também sempre escutou que os produtos chineses não necessariamente competiam com os produtos da Klabin.

Não sei se era uma percepção equivocada que a gente tinha, então queria escutar um pouco mais de vocês e, de maneira geral, se vocês estão vendo isso como uma preocupação. Quando a gente começa a ouvir falar em importação aumentando vindo da China, a gente, até por acompanhar os outros setores, como o aço, começa a ligar um certo sinal de alerta. Então, eu queria ouvir um pouco mais de vocês sobre esse tema. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Caio. A gente começa então com o Marcos Ivo e na sequência o Soares. Obrigado.

Marcos Ivo: Caio, venda de madeira sempre fez parte aí das operações da Klabin. Naturalmente que esse volume cresce e diminui a depender da disponibilidade da madeira que nós temos com aquele sortimento, o pedaço da madeira que a Klabin não usa e vende a terceiro.

Na sua própria pergunta, você já colocou um elemento aí importante da resposta, o processo de expansão florestal que a Klabin fez no Paraná, mas também em Santa Catarina, e aí no Paraná com destaque à aquisição do ativo da Arauco, ele naturalmente aumentou a nossa autossuficiência, o que por consequência aumenta o volume de madeira que a Klabin tem para vender a terceiros, tá?

É inerente a essa venda de madeira ela não ter uma linearidade porque depende da floresta que você está cortando. A fazenda que você está cortando ela pode ter mais ou menos madeira com o diâmetro a ser vendida terceiro. A gente consegue ter uma boa visibilidade naturalmente do ano, porque você tem um planejamento florestal que está sempre seis a nove meses à frente, então olhando o ano de 2025, na média, a gente deve ter o mesmo volume de venda/receita com venda de madeira a terceiros ao longo dos trimestres desse ano, igual nós tivemos no 1T25, tá bom?

Sobre margem, a gente não abre a margem desse produto, mas claramente ele tem a margem EBITDA maior do que a média da Klabin pela natureza do produto.

Eu vou passar aqui para o Soares.

José Soares: Bom dia, Caio. Obrigado pela pergunta. Falando da demanda, o 1T sazonalmente é mais fraco em cartão. Esse ano a gente viu esse processo um pouco mais acentuado porque no 4T a gente imagina que houve um pouco de antecipação de compras porque nós tínhamos uma recomposição de preços de vários contratos em janeiro e é natural que os clientes de novembro e dezembro forcem um pouco os pedidos para escapar um pouco do aumento no início do ano.

Então, isso é um fator que contribuiu para esse desempenho de cartão no 1T, que já é sazonalmente mais fraco, e mais o efeito da cerveja, que o Cristiano comentou, que não foi tão forte como se esperava. Então, basicamente o efeito demanda foi isso.

E a sua pergunta com relação à China, realmente, a gente observou de novo em janeiro um pico muito alto de importações de cartão chinês, a média vinha aí na casa de 7-8 mil toneladas mensais, em janeiro bateu em 16 mil toneladas. Isso foi, eu diria, assim, o mercado já estava numa sazonalidade baixa, com mais essa importação, deu esse reflexo todo aí num trimestre bem mais fraco do que se esperava.

Em fevereiro, a gente já viu essa importação chinesa caindo, ela já voltou para um nível de 9 mil toneladas. O número de março eu ainda não tenho aqui, mas o que a gente imagina é que não há nem mercado para um volume muito superior a essa faixa de 7-8 que a gente vinha observando, talvez até 16 mil toneladas são explicadas por uma antecipação de uma tarifa que viria a acontecer já no processo dos Estados Unidos com China, e obviamente, os produtores chineses devem ter saído, se antecipando a isso, aumentando as ofertas mundo afora.

Então, nesse 2T a gente está vendo já o mês de abril e o mês de maio numa situação muito mais próximo do que costumava ser. É um pouco essa a sensação no momento.

Caio Greiner: Soares, se eu puder só um *follow-up*. Esses cartões que estão entrando, eles competem diretamente com o produto da Klabin? E eles estão entrando num nível de preço que é significativamente abaixo do que vocês praticam ou relativamente vocês continuam sendo competitivos com o nível de preço atual? Obrigado.

José Soares: Numa faixa do mercado menor, sim, mas na faixa maior, onde a gente precisa de fibra longa, nos produtos que o Cristiano citou, no leite, na cerveja, nos produtos congelados, nos detergentes em pó, nós temos uma série de produtos que, sem a fibra longa, é muito difícil conseguir performance.

Agora, naquele segmento que o *end user* pode fazer uma troca mais rápida, é aí que esse cartão entra. Ele obviamente entra via distribuidor, os gráficos pequenos e médios são os que estão acessando esse produto, obviamente com dificuldades de importação, de abrir carta de crédito, pagamento, você acaba tendo geralmente o canal do distribuidor, que também coloca margem.

Então, o preço de entrada é na casa hoje de US\$750, por aí. Mas obviamente, quando você chega no preço final, a diferença não é tão grande em relação aos preços praticados hoje no mercado.

E uma outra informação importante, Caio, que a gente acabou não citando aí nas perguntas anteriores, é que a máquina 28 hoje ela está próxima de 50% em cartão, o mix dela hoje está já atingindo aí a casa dos 50%, e obviamente, a gente tem agregado produtos nela que não cartão, mas com margens iguais ou superiores à de cartão num mercado mais competitivo se a gente fosse buscar venda pela venda.

É um pouco essa mensagem que a gente queria passar da questão também do mix da máquina 28.

Caio Greiner: Muito obrigado, Soares e Ivo.

José Soares: Valeu.

Cristiano Teixeira: Muito obrigado. Obrigado a todos.

Operador: Senhoras e senhores, encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Cristiano Teixeira para as considerações finais.

Cristiano Teixeira: Obrigado a todos e até o próximo call. Um abraço.

Operador: A teleconferência da Klabin S/A está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom-dia. Obrigado.