



**Local Conference Call
Klabin S/A (KLBN11)
Resultados do 1T26
7 de maio de 2026**

Operadora: 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, 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.

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 conosco hoje 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 Sra. Gabriela farão comentários sobre o desempenho da Companhia no 1T26. 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, bem-vindo a todos ao nosso call de resultados referente ao 1T26.

Tivemos um evento importante nesse 1T, evento esse caracterizando aí 80% de execução da nossa caldeira de recuperação de Monte Alegre, equipamento importante, sabem vocês, o mais importante de um *site* desses de cozimento de fibra frente a um planejado de 76%. Mesmo com toda a dificuldade de fazer isso em uma parada geral, todas as “ligações” (que a gente chama) dessa nova caldeira foram feitas com sucesso. A gente está bastante motivado e com uma expectativa de que essa caldeira inclusive entre antes e tenha o seu *start-up* antes do planejado.

Então, evento muito importante, vocês obviamente observaram isso no CAPEX, mas estamos aí lembrando, estamos no último ano de CAPEX desses transformacionais que a gente tem feito na Companhia, nesses grandes ciclos de investimento que nós tivemos nos últimos nove anos, e esse é o último equipamento, e a boa notícia é que o andamento está acima do planejado.

Quanto aos mercados, destacando aqui em Celulose, principalmente o Fluff, tivemos 30% mais venda na APAC (Ásia Pacífica) e também no Brasil, com um aumento de vendas de Fluff nesses dois mercados bastante significativo para a gente – e logo à frente eu comento um pouco das expectativas, bom momento para o Fluff também em preços.

Quanto aos Papéis, destaque forte aqui. Não sei se vocês se recordam, aqueles que quiserem podem recorrer ao último call, eu comentei que a cerveja vinha desempenhando muito bem, a gente falou no último call, já dando referência para o início do ano que cerveja teria, por meio do produto chamado Carrier, que é o produto específico para isso, esse mercado vinha desempenhando bem. Desde o final da Covid, a gente sempre relatava que esse produto teve um aumento expressivo de consumo e depois de uma queda, e ele volta para números positivos, números que a gente obtinha antes da pandemia, e praticamente a gente dobrou a venda nesse 1T em relação ao 1T25 desse produto específico.

Também destaque ainda em Papéis para Kraftliner, multiplicamos por quase 8x a nossa exportação para a Ásia. Esse mercado foi, vamos colocar assim, pela medida que os americanos reduziram a produção e, por consequência, as suas exportações, a Klabin atuando muito bem nesse mercado, referindo, principalmente aqui, especificamente na China, mas também para outros mercados na região.

E para a Papelão Ondulado, sem dúvida alguma, continua sendo o nosso destaque, vem assim nos últimos anos e não foi diferente nesse 1T, consolidando o ganho de meio ponto de *market share* em meio a todas as dificuldades, a gente bastante fortalecido em Brasil, com praticamente 70% de nossa carteira de papelão ondulado com contratos de 3 a 5 anos, mostrando aí, principalmente, a nossa resiliência de resultados nesse período.

Lembro vocês, a gente acompanha bem de perto as 15 mais importantes empresas de papel e celulose do mundo. Vocês estão acompanhando os resultados, praticamente tivemos, na média, uma queda de 20% no EBITDA dessas empresas que nós acompanhamos trimestre contra trimestre, 26 contra 25, foi um período bastante difícil, mas assim a gente acredita que todas as empresas do setor, não é diferente aqui para nós, a gente enxerga recuperação de preço em praticamente todos os mercados, o que deve, obviamente, repassar os custos de energia, obviamente logística, que todos sofreram nesse 1T.

Mas a gente enxerga uma onda de repasses, obviamente, na sua recomposição, algumas com mais eficiência, outras com menos eficiência. A Klabin certamente vai buscar repassar os custos para o 2T. Isso já começou, já fizemos alguns anúncios e o nosso compromisso com os acionistas segue firme nessa recomposição, principalmente do nosso EBITDA.

Obrigado, sigo aqui para a Gabriela e na sequência volto com os faróis.

Gabriela Woge:

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

Na página 4, apresento o resultado do trimestre, que refletiu a estabilidade operacional de nossas plantas e a continuidade do *ramp-up* das máquinas de papel.

O volume de vendas trimestral atingiu 1,016 milhão de toneladas, 12% superior ao 1T25, com crescimento em todos os negócios. A receita líquida no trimestre alcançou R\$ 4,9 bilhões, aumento de 2% na comparação anual, favorecido principalmente por maiores volumes e maior preço de papelão ondulado, que mais do que compensaram o efeito da valorização do real frente ao dólar.

Nesse contexto, o EBITDA no trimestre foi de R\$ 1,7 bilhão com margem de 34%, refletindo a apreciação do câmbio de R\$ 0,59 no período e a parada geral de manutenção de Monte Alegre nos custos da Companhia.

Avançando para a página 5, o custo caixa total por tonelada no 1T26, incluindo os efeitos da parada geral, foi de R\$ 3.342,00, estável em relação ao mesmo período do ano passado. Esse desempenho é reflexo da redução em custos variáveis e G&A na comparação anual compensado por maior custo de fibras, além do efeito da parada geral de manutenção programada no trimestre, já mencionado.

Indo para o slide 6, a Klabin encerrou o 1T26 com dívida líquida de R\$ 24 bilhões e alavancagem medida pelo indicador dívida líquida sobre EBITDA ajustado em dólares de 3,3x, uma redução de 0,6x na comparação com o 1T e estável em relação ao trimestre anterior. A Companhia segue focada em sua trajetória decrescente de alavancagem de forma disciplinada, confirmando a execução consistente de sua estratégia e o fortalecimento da estrutura de capital.

Avançando para a próxima página, a liquidez segue robusta, encerrando dezembro em R\$ 11,5 bilhões. Essa liquidez é composta por R\$ 8,9 bilhões em caixa e o restante em linha de crédito rotativo não sacado. O prazo médio de vencimento da dívida ao final do trimestre era de 85 meses e o custo médio em dólares de 5,1% ao ano, uma redução de 0,6 p.p. em relação a março de 25 como reflexo das iniciativas de gestão do endividamento realizadas ao longo dos últimos meses.

Indo para a página 8, trazemos o fluxo de caixa livre da Companhia. Nos últimos 12 meses, apresentamos geração de fluxo de caixa livre ajustado de R\$ 1,1 bilhão, enquanto no 1T, o fluxo de caixa livre ajustado foi negativo em R\$ 102 milhões, dada a calendarização de pagamentos e os investimentos com a modernização da caldeira de Monte Alegre no período.

Passando para o slide 9, os proventos distribuídos aos acionistas nos últimos 12 meses totalizaram R\$ 1.181 bilhão. Esse montante representa um *dividend yield* de 5,2%. Destaco também a declaração antecipada de dividendos aprovada em 25, tendo em vista as regras de transição previstas na legislação. O pagamento da segunda parcela de proventos, no valor de R\$ 278 milhões, será realizado em 20 de maio de 26.

Por fim, ressalto que a Klabin segue atuando com disciplina na execução de sua estratégia comercial, garantindo a consistência de seus resultados ao longo dos ciclos.

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

Cristiano Teixeira:

Muito bom. Rapidamente, então, para a gente poder partir para o bate-papo com vocês, mas está aqui, obviamente, no nosso termômetro de mercado – lembrando que a última coluna é a nossa expectativa de recuperação de preços ou não para o trimestre subsequente a esse call, o qual a gente está passando agora.

Destaque para a Fibra Curta, a gente já enxerga o preço médio do 2T acima do 1T, então destaque aí, estamos bastante confiantes. No Fluff também, bastante confiantes, bastante confiantes na recuperação de preços, que já vem acontecendo, e no próprio Kraftliner, também inicia aí o seu processo de recuperação. A gente também tem acompanhado anúncios mundo afora do *containerboard*. Então, esses são os principais destaques desse nosso termômetro para o 2T.

Podemos seguir para as perguntas e respostas.

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 a Levantar a mão.

Para retirar a pergunta da fila, por favor, cliquem no botão Abaixar a Mão.

Rafael Barcelos, do Bradesco BBI: Bom dia e obrigado por pegar as minhas perguntas. A minha primeira pergunta é em papel cartão.

Cristiano, a gente viu nesse resultado que as vendas no mercado interno foram boas. Quando a gente olha ali preço médio, no que a gente consegue ver, não foi muito forte. Então, se você puder comentar aqui um pouco.

E, assim, quando a gente olha o seu termômetro, você mostra um avanço de volume de vendas. Eu entendo que deveria ter o impacto da parada de Monte Alegre, um impacto positivo de volume para frente, mas se puder comentar um pouco mais como que a Empresa está orbitando nesse mix de cartões, Kraftliner, se tem alguma atualização sobre o nível de volume de cartões que a Empresa tem potencial para entregar neste ano e como estão as condições gerais de mercado, que esse foi um mercado que se provou um pouco mais desafiador, queria pegar um pouco de cor aqui de como vocês estão vendo as principais tendências.

Daí, minha segunda pergunta é em custos. Esse ponto de custo acaba sendo um dos pontos sempre bastante discutidos aí com investidores e, recentemente, a gente teve todos esses impactos do conflito do Oriente Médio, e Klabin aqui não é uma exceção, também imagino que vai ter algum impacto. Então, se vocês puderem comentar um pouco mais como que vocês estão vendo impacto em custo, qual que é a capacidade, eu sei que em determinados produtos de papéis de embalagem vocês têm alguns contratos, em preço, eu não sei a capacidade da empresa de conseguir repassar esses aumentos de custo, pode ser interessante discutir um pouco aqui também. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Rafael. Vamos começar com o Soares, a Gabi também entra aqui na sequência para falar de custos, e eu complemento se tiver alguma necessidade.

José Soares: Bom dia, Rafael. Obrigado pela sua pergunta. Em relação a preço de cartão, obviamente, pelo aspecto cambial, a gente vê os preços estáveis. No mercado interno, nós conseguimos uma estabilidade de preço. O preço internacional, boa parte dos nossos preços são contratados, portanto, em dólar a gente não pode fazer nada. Alguns contratos a gente poderá reajustar no 2S, mas a grande maioria está contratado para o ano. Então, daí você vê os preços de cartão *flat*.

Agora, olhando para o mercado interno, a gente anunciou um ajuste de preço agora para o 2S, é um processo lento, obviamente, a gente vai trabalhar para chegar próximo do anúncio, é 6,6%, os clientes estão sendo comunicados, e vamos começar essa batalha.

A gente sabe que não é simples, é um processo negociado caso a caso, cliente a cliente, mas o fato é que a gente está nesse processo de recuperação de preço no

mercado interno repassando os custos, observando que o último aumento de preço que nós fizemos em papel cartão no mercado interno foi em maio de 2024. Portanto, nós temos aí um IPCA acumulado que deve ser agora negociado com os clientes.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Soares. Gabi?

Gabriela Woge: Bom dia, Rafael. Bom, responder à sua pergunta com relação aos custos, todos esses impactos que certamente a guerra traz não só para nós, mas para todas as empresas no mundo todo, o que a gente avalia aqui para a Klabin é o impacto do diesel, principalmente no mercado interno, quando a gente fala principalmente na questão do frete florestal, custo logístico, etc., e óbvio que aqui a gente depende um pouco da política de preços que vai ser adotada pela própria Petrobras e o impacto que isso tem aqui para nós dentro da tarifa rodoviária, que hoje é mais ou menos, na nossa perspectiva aqui, perto de 40%.

Com relação ao frete externo, a gente também tem o impacto do preço do petróleo, principalmente porque a gente tem um volume grande sendo exportado via contêineres.

Acho que vale reforçar aqui que, numa perspectiva de custos, a gente não vê nesse momento nenhum risco de desabastecimento, nem nessa questão dos principais insumos aqui da Companhia, e a gente vem trabalhando, já desde o começo do ano, em renegociações com fornecedores, enfim, para poder, de alguma forma, minimizar esses impactos, e algumas negociações já foram feitas inclusive aí antes do começo da guerra, de forma que, pelo menos em algum aspecto, a gente consegue manter o número que a gente tinha previsto aí dentro do nosso *guidance*.

E aí, alternativas de mitigação desse custo, ela vem por algumas iniciativas internas na Companhia de buscar redução de custo variável e G&A, que inclusive já se refletiram nesse nosso resultado aqui do 1T, e a gente tem sempre também a prerrogativa de repassar, de alguma forma, esse custo aí nos preços, como o Cristiano comentou aqui no começo da apresentação.

Cristiano Teixeira: Acho que a boa notícia – então, só em cima do que a Gabi falou e um pouco do que o Soares comentou, mas –, primeiro, Gabi, essa questão dos custos, 40% da tarifa então é diesel, sabemos que a política da Petrobras não é do repasse imediato, então também temos que acompanhar como será a política de preços de diesel da Petrobras neste ano de eleição. Com o forte impacto na inflação, talvez isso não seja repassado integralmente, tá? Isso é só uma observação, mas, obviamente, a gente está atento a isso.

Quanto aos contratos e repasses de preço, eu vou trazer só uma referência, com a entrada do Figueira, nós entramos em meados de 24, operamos 25 inteiro, a gente tanto aumentou a nossa carteira de clientes como aumentamos bastante o volume de papelão ondulado para os clientes que já operavam com a Klabin, fizemos

contratos, ganhamos *market share*, como eu citei, não só em relação ao Figueira, mas tivemos também aumento de capacidade no Ceará, na unidade de Horizonte.

Então, isso tudo se deu em um ambiente bastante difícil. Onde outras empresas tinham aumentado capacidade, a Klabin ganha *market share*, consegue impor sua política de preços, principalmente baseado em nível de serviço para esses principais, os grandes exportadores do Brasil estão muito próximos da Klabin, o setor alimentício como um todo e principalmente aqui o ramo de proteína.

Então, sim, a gente repassa na confiança de que o nosso nível de serviço é valorizado pelos nossos clientes. Obrigado.

Rafael Barcelos: Obrigado, Cristiano. Só como *follow-up* aqui, então eu estou entendendo que, mesmo com essas pressões de custo, vocês ainda acreditam que dá para orbitar custo próximo ao *guidance* proposto no início do ano, certo?

E aí, um *follow-up* em cartões, vocês têm só algum comentário aqui de mercado no sentido de como a gente pode pensar esse volume de cartões e esse mix com Kraft aí para o ano? Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado. Quanto ao *guidance* de custo exato, a gente continua seguro no nosso *guidance*.

Eu vou pedir para o Soares comentar, eu só vou fazer uma introdução aqui em cartões. A Máquina 28, como sabem, faz um volume ainda de Kraft, mas tem sido importante para a gente, avaliando as oportunidades do mercado, o Soares vai detalhar isso, só queria trazer uma novidade, que há muito tempo a gente não cita aqui, mas a gente começa a enxergar – eu sei que a sua pergunta foi sobre cartões, mas é que esbarra, como você sabe, no assunto Kraft para a gente fazer na Máquina 28 e daí a informação é importante –, a gente começa a enxergar, no exercício que a gente faz aqui recorrentemente de planejamento comercial e produção, o preço do Kraft atingindo níveis de preço de transferência interna.

A gente vem há um par de anos, praticamente, com a transferência interna sendo mais atrativa do que a venda marginal do Kraft, e a venda marginal do Kraft começa a ultrapassar o preço de transferência, que é uma ótima notícia, faz com que a Klabin se volte a mercado para comprar papéis. Lembrando que isso não acontece há pelo menos dois anos. Então, isso a gente considera um fator estrutural importante de recuperação dos mercados.

Rafael Barcelos: Certo, obrigado.

José Soares: Com relação a cartão, à demanda, a gente tem visto uma ligeira melhora, principalmente nos Estados Unidos, que vinha andando bastante de lado no cartão. Europa, pequenos sinais, ainda muito pequenos. E no resto do mundo – e aqui no Brasil, principalmente –, a gente vê um cenário um pouco melhor.

Obviamente, o 2S no Brasil é onde a gente cresce bastante em volume, mas esse ano, ajudado pelo clima e ajudado pelo mercado de cerveja, a gente já começou um 1T mais forte do que normalmente ocorre, e o 2T a gente está também vislumbrando uma melhora também na demanda aqui no mercado interno.

E a gente não pode esquecer que a gente está *rampando* no mercado internacional com o cartão LPB. A gente tem vários clientes que homologaram o produto ao longo do ano passado, os volumes ainda não foram tão expressivos. Esse ano, esses volumes para mercado internacional do cartão LPB, exceto os clientes já tradicionais da Companhia, os novos clientes começam agora a *rampar* volume de forma bem mais expressiva do que foi até então.

Então, a Máquina 28 vai ganhando agora a participação à medida que esses clientes novos vão entrando na carteira e o volume crescendo.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Soares. Obrigado, Rafael.

Rafael Barcelos: Perfeito, muito obrigado.

Márcio Farid, Goldman Sachs: Obrigado pela oportunidade e desculpem o barulho aqui no *background*.

Dois pontos aqui. O primeiro, eu acho que em alavancagem, obviamente, tem algumas condições de mercado que atrapalham um pouco a geração de caixa esse ano, entre custo, FX. Acho que o custo vocês deram uma clareza boa para a gente aí, custo, FX. Mas, de qualquer maneira, quando a gente faz a conta aqui considerando o pagamento de dividendos aí na casa de 15% do EBITDA, parece que sobra pouco para desalavancagem.

Então, tentar entender se tem alguma discussão, se eventual, de novo, alguma mudança na política de dividendos ou na política de alavancagem, ou como que tem encaminhado o potencial para novas vendas de ativos, *sale-leaseback*, que vocês fizeram no passado? Como que está o capacho de continuar fazendo isso?

E o segundo ponto, em celulose, se vocês puderem comentar um pouquinho como é que tem visto aí o mercado recentemente. Acho que no termômetro de vocês, vocês colocaram como sendo positivo pensando para o 2T porque você tem um carregamento aí do 1T, mas, obviamente, os dois últimos anúncios de preço, pelo menos para a fibra curta na China, foram bem mais afiadores. Fluff aparece como sendo um destaque positivo do trimestre. Enfim, vou deixar espaço aí para você, Cristiano, ou o Nico, se tiver presente e puder comentar um pouquinho do mercado de celulose para a gente. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Farid. Então, veja, esse momento sobre alavancagem – a Gabi está aqui do meu lado, ela complementa aqui se for o caso, o Nico também aqui vai elaborar sobre celulose, a gente já deu os destaques, e ele vai dar maior cor –, a gente precisa enxergar bem o contexto das coisas. Peço licença por uma

retrospectiva aqui: a Companhia veio por um ciclo de investimento muito forte, a Companhia modernizou praticamente todas as suas fábricas, principalmente aquelas que têm as caldeiras de recuperação e digestores e assim por diante, pátio novo, renovado, no nosso último equipamento, como eu citei aqui no começo, a caldeira de recuperação de Monte Alegre – para quem conhece esse *site*, nos últimos três anos, praticamente, a gente tirou muita coisa do *site*, o *site* está enxuto, está leve, e ainda começa com uma caldeira, no final desse ano, com um rendimento muito melhor que o atual, trazendo mais 40 anos para aquele *site* –, então nossa conversa é uma conversa sempre de uma modernização do nosso parque de máquinas, é incrível, talvez um dos mais modernos do mundo hoje.

Pegando o nosso mix de produtos, olhando os cartões, o Kraft, a celulose, eu sempre lembro que até hoje nós temos a única máquina de celulose Fluff desenhada para este produto.

Então, a gente está bastante satisfeito, isso tem trazido benefícios de custo e trarão ainda muito mais, o volume, uma vez a Companhia tendo atingido todos os seus volumes, principalmente na Máquina 28, vem muita eficiência, muita produtividade na Companhia aí pelos importantes anos aí na frente.

E aí, eu só emendo que os próximos anos, eu disse também já aqui em outras oportunidades, nós estamos na última *tranche* de investimento transformacional, que é essa caldeira de recuperação. Então, a previsão de CAPEX da Companhia, eu sempre disse aqui para vocês, não temos nenhum estudo transformacional na Companhia no momento, portanto não tem CAPEX, não tem nenhum tipo de discussão de M&A – certamente essa pergunta virá –, a Companhia não tem nenhuma discussão nesse sentido.

A Companhia está preparada para uma geração de fluxo de caixa livre muito forte a partir de janeiro de 27. A gente ainda fecha esse ano com um desembolso importante, da ordem de R\$ 700 milhões, que, portanto, vai consumir parte dessa geração de caixa e, obviamente, com efeito na alavancagem. Sim, temos um ciclo ruim de preços em vários dos produtos, vocês acompanham isso.

No entanto, a gente tanto vê um ciclo de recuperação – claro que o nível de recuperação vai depender dos mercados, mas –, tanto a gente vê nível de recuperação (trazendo assim a minha avaliação da desalavancagem), nível de recuperação de preço, produtividade da Companhia aumentando, equipamentos importantes feitos, nenhuma previsão, o que traz uma geração de fluxo de caixa livre e uma desalavancagem muito forte a partir do ano que vem.

Então, nenhuma necessidade de nossa política estar em funcionamento com ampla segurança aqui do nosso lado, maturidade de dívida seguro, nenhum risco para mudança da nossa política de dividendos e bastante confiantes na desalavancagem. Inclusive aqui, lembro que tivemos um *outlook* positivo da agência agora, que entendeu isso. Acho que, aos poucos, é importante vocês irem olhando o modelo

da Empresa e, aos poucos, vocês vão conseguir também compreender o que a agência de risco compreendeu.

Nico?

Alexandre Nicolini: Márcio, bom dia. Obrigado pela pergunta. Falando um pouco do mercado de fibra curta, a nossa visão segue construtiva agora para o curto prazo. O suporte para preços vem mais de uma oferta mais disciplinada, com atraso de capacidades, restrições pontuais de produção e também o impacto das paradas gerais no 1T e no 2T, que acabam sustentando um pouco melhor essa dinâmica de preços.

Eu já tinha comentado no 4T25 que a gente também enxerga um aumento no *transit time* de navios, dado que as Companhias marítimas têm reduzido a velocidade dos navios em função de consumo de combustível e também de emissão de CO2, dado que alguns desses navios têm idade avançada, o que acaba alongando a cadeia logística e reduz também a oferta efetiva no curto prazo.

Obviamente, a China continua sendo um ponto de atenção, determinando os estoques e demanda marginal. Mas como vocês bem sabem, a nossa exposição à China é uma exposição pequena. No nosso ponto de vista, o 1T a gente teve até inclusive uma venda maior para a China, mas dado a oportunidades que apareceram, seja do ponto de vista de preços, seja do ponto de vista de custos logísticos, mas a gente acompanha a China, obviamente, bem de perto, sabendo que os nossos mercados principais são os mercados maduros, tanto de Europa, Estados Unidos e, obviamente, a nossa posição relevante no Brasil.

Na fibra longa, o cenário segue, de fato, mais desafiador. Mas, também como vocês sabem, a nossa exportação de fibra longa é praticamente inexistente, focada no Brasil, em segmentos nichos que não de produção de papel. Os estoques seguem elevados, os níveis de preço, obviamente, acabam esbarrando no *gap* com fibra curta, principalmente na China, mas ainda na Europa a gente enxerga um *gap* mais relevante, razão pela qual os preços na Europa e nos Estados Unidos têm avançado de forma mais consistente.

Então, de forma geral, a gente vê um mercado mais equilibrado para fibra curta, ainda sem um cenário de superciclo, mas com uma dinâmica mais saudável e sustentável para o setor.

Falando mais especificamente do Fluff, a gente passou a enxergar uma recuperação desse mercado no início deste ano. Os aumentos de preços vêm sendo efetivados sem nenhum tipo de resistência, a demanda segue bastante sólida. Obviamente, existem impactos referentes à oferta. Nós tivemos o fechamento da fábrica de Coosa Pines, nos Estados Unidos, que isso trouxe um impacto relevante para o setor, ou para o segmento, e a gente vai ver isso refletido a partir do 2S, e também paradas de manutenção de duas grandes linhas dos Estados Unidos, que acabou

restringindo a oferta e fazem com que esse mercado agora passe, como o Cristiano comentou, a enxergar um aumento de preços mais efetivo a partir do 2T deste ano.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Nico.

Márcio Farid: Tá ótimo. Obrigado, Cristiano. Obrigado, Nico.

Daniel Sasson, Itaú BBA: Oi, pessoal. Obrigado pela oportunidade e por pegarem minhas perguntas. Minha primeira pergunta é para o Nico. Nico, a realização de preços de celulose no trimestre foi um baita destaque positivo – parabéns aí para você e time –, e vocês mencionaram no *release* que a Klabin usou a flexibilidade comercial geográfica para colocar volumes em mercados com condições comerciais melhores, né?

Você pode comentar um pouquinho mais? Acho que a Gabi até falou um pouco por cima no discurso inicial dela sobre as vantagens logísticas e estruturais que, de repente, fazem com que a Klabin consiga acessar esses mercados mais nichados de forma eficiente e aí ter um retorno marginal.

E, ainda nesse sentido, vocês até comentaram no trimestre passado que vocês fecharam bem alguns contratos de transporte via container, o que de repente é uma vantagem competitiva mais estrutural, o que talvez tenha sido uma coisa mais oportunística que vocês aproveitaram bem. Acho que é uma parte bacana essa da logística que a gente acaba entrando pouco no detalhe.

E aí a minha segunda pergunta, Gabi, se você puder falar um pouquinho sobre a caldeira de Monte Alegre. O Cris até comentou que de repente o *start-up* pode até ser um pouco antecipado versus o 4T desse ano, que é o *target*. Mas, com o comissionamento se aproximando, a gente queria entender um pouquinho quais são os ganhos concretos em termos de eficiência energética, redução de emissões, capacidade operacional que a nova caldeira traz versus a atual, se existe potencial para *debottleneck* aqui na produção de papel cartão em Monte Alegre.

Como vocês enxergam o impacto dessa nova caldeira no custo caixa a partir de 27 versus o custo caixa da caldeira atual, que está aí no fim da vida útil? Enfim, acho que essa pergunta é interessante porque parece, como o Cris falou, um ponto de inflexão importante, relevante para a geração de caixa com o CAPEX acabando aí, de repente ganho de EBITDA e CAPEX para baixo. Então, entender um pouco, tentar quantificar, um pouco os ganhos com a nova caldeira acho que é bacana do nosso lado. Obrigado, pessoal.

Cristiano Teixeira: Já passo para o Nico, mas, pegando o assunto da caldeira ainda, claro que essa caldeira traz melhora de rendimento importante para a fábrica de Monte Alegre assim que as coisas estiverem maduras, para a gente, de fato, confirmar se vai ter antecipação, e as previsões, a gente vai dividir isso com vocês.

É importante dizer que o ganho de EBITDA especificamente pela caldeira se olhar na Companhia como um todo, esse ganho de EBITDA é marginal porque ele melhora o rendimento da unidade e ele não traz capacidade nova. Então não é dali que vem a desalavancagem. A desalavancagem vem, obviamente, pelo final de ciclo de CAPEX. Então, portanto, essa Companhia tem capacidade segura para gerar de R\$ 1,5 a 2,5 bilhões de fluxo de caixa livre em ritmo normal, a depender do EBITDA. E essa desalavancagem acontece muito forte a partir do ano que vem, exatamente por essa razão, pelo fim desse ciclo.

Quanto à caldeira, sem dúvida melhora a emissão de CO2 na unidade. A gente deve, em breve, convidá-los para conhecer essa caldeira em Monte Alegre, aí vocês vão ter exatamente onde ela foi construída, temos uma sede administrativa nova também no *site*, o *site* está bastante renovado. E para quantificar isso, assim que a gente estiver firme com esses números, a gente traz. Mas lembrem, esse ganho é marginal, tá? O ganho de EBITDA vem ainda, obviamente, o ponto principal é do *ramp-up* da Máquina 28 ou do mix de produtos exatamente da Máquina 28, e a desalavancagem vem principalmente pelo fim do ciclo de CAPEX.

Nico?

Alexandre Nicolini: Oi Sasson. Bom dia, obrigado pela pergunta e pelos comentários. É uma combinação de fatores estruturais e de oportunidades de mercado. Como você sabe, a gente tem duas linhas de celulose no mesmo *site*, de fibra curta e fibra longa, e isso dá uma flexibilidade para a gente relevante para direcionar o mix conforme a demanda e a atratividade de cada mercado.

Além disso, como a Gabi já tinha pontuado, a gente tem uma estrutura logística diferenciada. A Klabin hoje é o maior exportador de *dry container* do Brasil. Nós temos contratos firmados tanto em *breakbulk* como em *container*, e isso amplia o nosso acesso a mercados mais nichados e clientes de maior valor agregado, especialmente aqueles que demandam volumes menores. A venda da Klabin é bastante pulverizada e isso faz com que a gente tenha uma competitividade adicional do ponto de vista de acessar esses mercados mais linchados com maior frequência de entrega e também maior confiabilidade logística.

Somado a isso, obviamente, há uma disciplina comercial no sentido de fazer o melhor gerenciamento da receita, e essa combinação da flexibilidade produtiva, capacidade logística e gestão comercial, permite a gente priorizar mercados com melhor retorno marginal, como a gente tem visto principalmente no Fluff, e não apenas de forma oportunística. Então, é uma combinação de fatores em geral que traz o resultado como vocês enxergaram.

Daniel Sasson: Perfeito. Obrigado, pessoal.

Guilherme Rosito, Bank of America: Tudo bem? Bom dia, pessoal, obrigado por pegarem a minha pergunta. Minha primeira pergunta é em Kraft. Eu queria entender – mas, Cristiano, acho que você e o Soares comentaram em alguma das

respostas, mas só entender – no farol, quando você bota o volume de vendas *flat*, perto de uma leve queda, é porque a ideia de vocês é no próximo trimestre integrar mais Kraft ou aumentar o mix de cartões da MP28? E se puder comentar um pouco também do mercado de Kraft.

E a minha segunda é talvez um pouco mais de longo prazo. Vocês comentaram que não tem nenhum CAPEX transformacional no curto prazo, mas o projeto de Santa Catarina é uma coisa que a gente vem discutindo há algum tempo, a gente já discutiu alguns desenhos em termos de capacidade, produtos e, recentemente, saíram algumas notícias de um projeto na Argentina que parece ter um desenho e capacidade de produtos bastante semelhante com as últimas opções que a gente teve em Santa Catarina.

Então, é mais para entender como é que vocês veem esse potencial projeto, se muda alguma coisa na cabeça de vocês para frente em termos de alocação de capital, de desenho desse projeto em produtos ou capacidade. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Guilherme. Eu vou pegar a questão do CAPEX e já passo para o Soares aqui para discorrer para a gente sobre o Kraft. Quanto ao *site* novo, à construção, o projeto do Fluff de Santa Catarina, absolutamente *on hold* agora. Não há nenhuma previsão de discussão desse projeto.

Como você bem sabe, Papel e Celulose precisa ter esses estudos no *pipeline*, mas não há nenhuma expectativa no momento de discussão desse tema no ano inteiro no Conselho, não será levado por nós. Portanto, a gente está bastante confiante, seguro e discutido isso no Conselho de Administração, é seguir desalavancando a Companhia e nenhuma previsão de investimento, nenhum estudo de investimento será proposto para o Conselho de Administração esse ano. Estamos bastante seguros com essa orientação aqui, tá?

Soares, do nosso lado, vai comentar sobre o mercado de Kraft.

José Soares: Guilherme, obrigado pela pergunta. Olhando lá para os indicadores de Kraft, você viu ali em volume uma redução. Basicamente aquilo, para o trimestre, a gente tem um aumento da nossa transferência interna. O nosso negócio de caixa está demandando mais papel, portanto, eu preciso reduzir o volume de exportação, e a gente vem com uma carteira hoje bastante robusta, nós estamos hoje com praticamente 50 dias de pedidos em carteira e nós precisamos trazer isso para um nível mais confortável e melhorar o nível de atendimento para os clientes.

O mercado está muito apertado. A gente tem hoje demanda praticamente em todas as geografias, exceto o Oriente Médio, por razões óbvias. Então, a gente está trazendo uma redução de volume para, primeiro, melhorar o nível de serviço e, segundo, atender o nosso negócio de papelão ondulado. A transferência vai ser maior para o nosso negócio de caixas.

Cristiano Teixeira: Para não ficar incoerente aqui a conexão das coisas, eu comentei que a venda marginal, portanto, os produtos mais baixos em Kraft que são exportados, o preço médio, obviamente, quando acontece essa circunstância do preço marginal começar a bater nesse preço médio de transferência, é quando a gente começa a ter expectativa de falar “vamos a mercado comprar papel para poder internar esse papel no papelão ondulado, ou até com nosso próprio papel reciclado, e libera a exportação para continuar esses níveis que a gente vem performando”. E a tendência que a gente enxerga é essa hoje, mas não ao ponto ainda... a gente não tem essa confirmação, isso depende do desempenho do mercado de caixas e bem como do desempenho dessa venda marginal do Kraft.

Mas a visão é que isso aconteça. No entanto, pelos contratos que nós temos com papelão ondulado, esses contratos nos obrigam a cumprir os volumes. Enquanto não tiver papel novo na nossa cadeia, quando o Soares fala “apertado”, é “está faltando papel na cadeia”. Então, enquanto a gente não solucionar e trazer papel para essa nossa cadeia, é aí que a gente privilegia sempre contratos com grandes exportadores brasileiros na área de papelão ondulado.

José Soares: Cris, só acrescentando também que outro fator é que a Máquina 28, como eu disse em uma outra pergunta, ela está ganhando espaço em cartão. Então, a gente tem menos Kraft disponível na Máquina 28, portanto, quando você soma tudo isso, dá aquela indicação, ou seja, demanda forte, mas a nossa entrega será menor em Kraft, por todas essas razões. Melhor a Kraft e mais transferências internas.

Cristiano Teixeira: Isso, e que são boas notícias. Tanto o mix da Máquina 28 quanto o volume de papelão ondulado indo bem, bem como esse preço marginal do Kraft melhorando. São todas informações boas. Obrigado, Guilherme.

Guilherme Rosito: Super, claro, Cristiano e Soares. Obrigado.

Guilherme Nippes, XP: Bom dia a todos, obrigado pela oportunidade. Eu tenho duas perguntas aqui. A minha primeira vem relacionada a custo, especificamente a custo de fibras. Ali no *release*, vocês comentam que o custo aumentou principalmente pelos eventos climáticos que aconteceram ao longo do ano passado e também, obviamente, o impacto dos problemas logísticos globais.

A minha pergunta aqui é, se vocês pudessem quantificar um pouco melhor o quanto desse impacto de custo de fibra foi desses problemas operacionais e quando a gente deveria ver esses custos, de certa forma, um pouco mais normalizados? E, ainda nesse ponto de custo de fibra, quanto que desse aumento veio pelo efeito da guerra? Então, o aumento do custo do diesel, se vocês puderem quantificar um pouco melhor isso aqui, eu agradeceria.

E a minha segunda pergunta vem do lado de embalagem. Vocês comentaram ali que a expectativa, até no termômetro, é um aumento relevante aqui do volume de vendas, e a gente vê aqui um resultado do 1T que veio de certa forma mais

resiliente, a queda da Empapel sugeriria ali uma queda um pouco maior, mas vocês conseguiram compensar, de certa forma, ganhando um pouco de *share* ao longo do trimestre.

Minha pergunta aqui é, como é que vocês estão vendo a evolução de demanda olhando para frente e, se, de certa forma, do lado de preço, esse preço de *containerboard* que vieram um pouco mais baixos mais uma queda de preço de apara, poderia, de certa forma, pressionar papelão ondulado daqui para frente. Essas são as minhas perguntas. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Perfeito. Vamos começar com a Gabriela, depois o Douglas.

Gabriel Woge: Vamos lá, Guilherme. Obrigada pela sua pergunta. Com relação ao custo de fibras, a gente já vem sinalizando nas últimas divulgações que a gente enfrentou no ano passado, principalmente, algumas questões climáticas na florestal, que acabaram elevando o custo de fibras quando a gente olha numa base de comparação versus o mesmo trimestre do ano anterior, e que se estabilizaram aí nesse patamar mais alto.

Então, na florestal, todos os ciclos são muito longos, o problema ambiental climático, no fim do dia, ele foi superado, mas a gente ainda vem sofrendo as consequências, e por isso o nosso custo ele segue nesse patamar mais alto na comparação anual.

Com relação aos impactos da guerra, a gente comentou aqui recente na pergunta anterior, principalmente para a operação florestal, dado o custo logístico, a questão do diesel aqui no Brasil é bem relevante, a gente teve um impacto ainda no 1T mais limitado, que a depender do que vem pela frente, ou enfim, dos próprios repasses aqui que a gente comentou também da Petrobras, aí fica difícil quantificar, mas a gente prevê um impacto maior para o 2T do que a gente viu no 1T.

De toda forma, como a gente vem tratando esse tema, a gente busca, de novo, compensações aqui dentro do nosso custo para manter o nosso *guidance* do custo caixa, então qualquer aumento de custo aqui a gente vai procurar essas compensações, seja por iniciativas de redução de outros custos ou via os repasses aqui que a gente vem buscando também.

Cristiano Teixeira: Muito bom. E aí, só corroborando um pouco nessa questão de eventos climáticos, a gente está se preparando para detalhar bastante no Klabin Day, mais para o final do ano acho, praticamente faz em outubro ou novembro, e a gente vai trazer bastante informação sobre produtividade futura da Klabin, a gente está bastante otimista, e em outras regiões do mundo oportunidades, ameaças. A gente vai trazer bastante esse assunto sobre florestas e eventos climáticos.

E nessa questão climática, vocês estão acompanhando, a gente teve especificamente no ano passado um problema mais ligado à umidade da madeira, as nossas unidades têm que ter uma umidade... não é umidade por chuva, mas é

mais por tempo que ela tem que ficar estocada. Tivemos um desequilíbrio aí, isso acontece em operações logísticas complexas. E tem também – obviamente, a gente está bastante atento, discutiremos se ocorrer – mais previsões de chuvas, que vocês devem estar acompanhando, e isso também vai fazer com que a Klabin se prepare com o aumento dos nossos estoques no entorno da fábrica, etc., tudo isso garantindo, principalmente, o abastecimento seguro das nossas unidades.

E, na média, isso pode trazer algum impacto de custo, ainda, por enquanto, não material, na nossa avaliação, mas a gente está acompanhando. Mas o mais importante de tudo isso é a gente muito seguro que o nosso raio médio na região, o raio médio, depois da aquisição dos ativos da Arauco, estruturalmente falando, é um raio médio na região mais produtiva do mundo das duas fibras, tanto eucalipto quanto pinus, no momento que o mundo todo sofre com fechamentos de capacidade em pinus, como vocês bem sabem, nossa produtividade aumentando de forma segura para os próximos anos, com um raio médio estrutural muito baixo.

Agora, questões circunstanciais de mais ou menos chuva, esse impacto sempre vem, mas com efeitos no estrutural praticamente nulos.

Douglas?

Douglas Dalmasi: Bom dia, Guilherme. Obrigado pela pergunta. A gente vem de alguns anos bons, muito bons, do papelão ondulado, principalmente pós-pandemia, mudanças estruturais. O papelão ondulado do Brasil é o sexto maior mercado do mundo, e a Klabin tem um quinto desse mercado, então é um mercado importante como tamanho e a Klabin tem uma alta participação, e a gente vê esse desempenho bem, principalmente, pós-pandemia. A gente não vê nada que mude esse desempenho.

E no 1T, o mercado se comportou super bem, crescimento próximo a 2,5% olhando para a Empapel, e para a Klabin foi melhor ainda. E a Klabin, dando um mergulho na Klabin, ela tem alguns diferenciais que fazem ela ter esse desempenho. Então, o Cris já mencionou alguns deles aqui nas falas anteriores, então você pega proteínas e frutas, são mercados que crescem acima da média de mercado, principalmente na exportação, e a Klabin tem fibra virgem e se diferencia, então consegue, com a alta participação nesse mercado e com esse desempenho, ter crescimento acima do mercado.

A gente percebeu também, nesse 1T, setores como o alimento industrializado, higiene e limpeza e bebidas, aí mais ligado a fatores macroeconômicos do Brasil, com desempenho forte, e a gente conseguiu também crescer melhor que o mercado. Outro fator importante desse 1T, a gente viu as grandes marcas, os *brand owners*, crescerem melhor do que o ano anterior, e a Klabin tem uma alta participação nessas grandes marcas, o que impulsiona o nosso volume.

Também crescemos nossas bases de clientes novos com a ajuda da entrada do Figueira e do Horizonte, novas capacidades, nível de serviço melhor, crescemos

nossas bases de clientes. Então, a gente teve esse desempenho que o mercado foi bem e nós melhores do que o mercado.

Para frente, a gente olha o nosso desempenho indo bem. O mercado, a gente estima que o mercado cresça algo como 2, um pouco melhor que 2, como foi agora no 1T, estimativa Klabin, e a gente deve ter um desempenho ligeiramente melhor que isso por esses fatores que eu citei anteriormente.

Sobre preço, a gente vê preços continuando com repasse alinhado com a inflação para o restante do ano. Então, a gente tem fatores aqui, contratos e também estratégias aqui, que fazem com que a Klabin consiga por mix, ou mesmo por esse crescimento de setores que trazem preços melhores e margens melhores, trazer preços alinhados com o repasse da inflação.

Guilherme Nippes: Perfeito, super claro. Obrigado.

Cristiano Teixeira: Obrigado, Douglas.

Operador: Senhoras e senhores, não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra ao Sr. Cristiano Teixeira para as considerações finais.

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

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