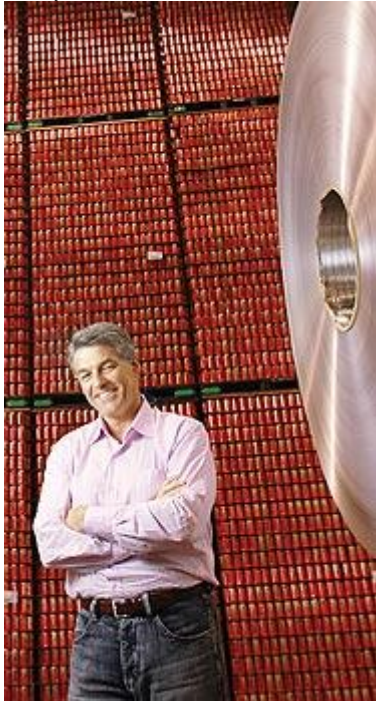


## **Alumínio: Novas fábricas vão produzir 1 bilhão de latas**

Davilym Dourado/Valor



**Rinaldo Lopes: aumento da produção movido pelo mercado de cerveja**

VALOR ECONÔMICO - Nos vinte anos em que é feita no Brasil, a fabricação de latinhas de alumínio passou por mudanças no produto, com a redução de peso e a criação de formatos diferenciados, e agora assiste uma fase de mais investimentos dos fabricantes em unidades industriais no país. Entre 2008 e 2009, três empresas do segmento - Crown Cork, Latapack-Ball e Rexam - investiram quase US\$ 300 milhões para a construção de novas plantas e expansão de linhas de montagem. A capacidade de produção no país passou de 14,4 bilhões de unidades por ano, em 2008, para 16,8 bilhões de unidades, em 2009.

"Em 2010, a capacidade produtiva deve aumentar em mais 1 bilhão de latas com a abertura de novas fábricas", garante Renault Castro, diretor executivo da Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade (Abralatas). A lata de alumínio, usada no Brasil basicamente para cervejas, sucos e energéticos, era feita a partir de três peças - fundo, corpo e tampa. Nos últimos anos, passou a ser finalizada com apenas duas partes: tampa e corpo, encurtando o tempo de fabricação. O peso também foi reduzido e as unidades ficaram 16% mais leves. "Hoje, um quilo de alumínio fornece 74 latas. Em 1992, com a mesma quantidade, só era possível fabricar 64 unidades", diz Castro.

Na área de vendas, as notícias também são boas. Apesar da crise de 2009, do verão chuvoso do início do ano - que atrapalha o mercado de bebidas - e do início da lei seca no trânsito, as entregas de latas de alumínio apresentaram um crescimento de 11% em 2009, em relação a 2008. "A indústria de bebidas cresceu de 8% a 9% e mais produtos, como sucos e energéticos, estão aderindo às latas."

Este ano, a capacidade de produção de latas de alumínio deve passar de 16,8 bilhões de unidades para quase 18 bilhões. "Fabricantes como Crown Cork e Latapack-Ball estão abrindo novas fábricas e ampliando linhas de produção", explica Castro.

A Latapack-Ball, joint-venture entre a brasileira Latapack e a americana Ball, considerada uma das maiores fornecedoras de latas de cerveja do mundo, abriu no fim do ano passado uma terceira fábrica no Brasil. A unidade de Três Rios (RJ), avaliada em US\$ 110 milhões, pode entregar 750 milhões de latas por ano, com planos de chegar a 1 bilhão de unidades/ano. A empresa anunciou a expansão da fábrica de Jacareí (SP), aumentando a capacidade de produção para 2,6 bilhões de latas/ano, e a ampliação de uma planta de tampas em Simões Filho (BA).

"O mercado de cervejas é o maior propulsor do aumento de produção do setor de latas", explica Rinaldo Lopes, presidente da Crown Cork no Brasil, que atende clientes como AmBev e Kaiser e se prepara para abrir uma quarta fábrica no país.

A empresa possui três unidades fabris localizadas em Cabreúva (SP), Estância (SE) e Manaus (AM). A fábrica paulista tem capacidade instalada de 2,5 bilhões de latas/ano, enquanto a unidade de Sergipe pode entregar 1,2 bilhão de latas por ano. A planta de Manaus, especializada em tampas, produz 3,7 bilhões de unidades/ano e, a partir desse ano, vai aumentar a produção em 30%, graças a um investimento de US\$ 5 milhões.

A nova fábrica, em Ponta Grossa (PR), resultado de um investimento de R\$ 140 milhões, vai funcionar a partir do primeiro trimestre de 2011, com capacidade para montar 1 bilhão de latas/ano. A produção será dirigida para clientes do Sul e Sudeste e deve entregar latas tradicionais (de 350 ml) e latões (de 473 ml). "Há uma mudança nos hábitos de consumo da população jovem, com uma maior adesão aos energéticos fabricados no Brasil, que têm a mesma qualidade dos similares importados."

Os fabricantes de latas de alumínio também têm observado um aumento da demanda por latas com rótulos temáticos, produzidas para festas e eventos, e em formatos diferentes. A Rexam, outro fabricante do setor, com nove plantas no Brasil, detectou que 44% dos rótulos desenvolvidos pela empresa em 2008 foram temáticos.

**Transformados: Fabricantes do segmento de folhas e chapas projetam crescer no mínimo 5% em 2010**

## **Um retorno aos bons níveis de 2008**

VALOR ECONÔMICO - A recuperação da economia já está estimulando fabricantes de chapas, perfis, cabos e fios de alumínio a investir na produção. Empresas como a CBA, da Votorantim Metais, Novelis, Alcoa e Prysmian tocam ou avaliam projetos da ordem de centenas de milhões de dólares.

A Novelis, única fornecedora da América do Sul de chapas para latas de bebidas, vai submeter à matriz um projeto para ampliar sua capacidade de produção de 400 mil para 600 mil toneladas anuais em sua unidade de Pindamonhangaba (SP), avaliado em US\$ 300 milhões. De acordo com o diretor de marketing, vendas e planejamento da América do Sul, Mauro Moreno, o Brasil é o segundo mercado de latas em alumínio para bebidas, perdendo apenas para os EUA.

A indústria de embalagens, puxada pelas latas, foi o único dos mercados do alumínio que, de janeiro a setembro de 2009 - segundo a Associação Brasileira do Alumínio (Abal) - apresentou alta no consumo doméstico em relação a igual período de 2008: 4%, por conta do aumento do poder aquisitivo da população.

Segundo Moreno, em 2009, tirando embalagens, a queda de vendas foi de 20% e o mercado em geral começou a reagir mais fortemente a partir de setembro, impulsionado pelas desonerações fiscais para eletrodomésticos.

"Em 2010, esperamos crescimento acima de dois dígitos para todos os mercados da empresa", revelou Moreno. As latas têm enorme potencial de expansão. A Novelis já fornece chapas para a produção de latas de alimentos, como atum, o que pode abrir mercados.

Nessa linha, a empresa estuda a aplicação do alumínio em embalagens de pet food e desenvolve parceria com fabricantes de autopeças para usar a chapa com sua tecnologia Fusion (que funde na mesma placa várias ligas de alumínio, aumentando a eficiência do material e seu uso no lugar do aço inox) na fabricação de radiadores.

Já a Alcoa, mais focada em perfis extrudados para a construção civil - que hoje absorvem 60% do volume produzido - e aplicações industriais (que ficam com 40%), opera a plena capacidade, cerca de 60 mil toneladas anuais de perfis. A empresa está instalando uma nova prensa na fábrica de Tubarão (SC), que começa a operar em 2011 e agregará 15% à capacidade total. Os investimentos ultrapassam US\$ 10 milhões, segundo o diretor da divisão de extrudados da Alcoa América Latina e Caribe Luís Augusto Barcelos Barbosa. Este ano, as vendas para o setor industrial devem crescer 10%, voltando aos níveis de 2008, considerado um ano excelente. Vendas na construção civil sobem mais: 25%.

A Alcoa, que desenvolve novos produtos - como uma linha de esquadrias específica para o programa do governo Minha Casa, Minha Vida - também está, segundo Barbosa, apostando em itens de maior valor agregado, como janelas automatizadas, com isolamento térmico ou acústico, voltados para o mercado de alto padrão.

A Alcoa prevê crescimento de 5% no mercado de folhas, destinadas à produção de embalagens descartáveis, de alimentos e sucos. Opera no limite, que é de cerca de 27 mil toneladas ao ano. Por isso, novos equipamentos estão sendo instalados para agregar de 5% a 10% neste volume.

Na Votorantim Metais a perspectiva para 2010 também é positiva. Segundo o diretor do negócio alumínio, Marco Antonio Palmieri, a expectativa é que o mercado, especialmente para perfis, embalagens e chapas, se recupere aos níveis de 2008, quando o consumo doméstico de produtos transformados foi de cerca de 1,1 milhão de toneladas, segundo a Abal.

A fábrica da CBA, no município de Alumínio (SP), é verticalizada: faz desde o processamento de bauxita até a fabricação de produtos fundidos e transformados, como lingotes, tarugos, vergalhões, placas bobinas, chapas, folhas, perfis, telhas e cabos, além de gerar energia para consumo próprio.

De acordo com a Abal, a queda do consumo doméstico de transformados de alumínio em 2009, o que inclui chapas, perfis, produtos fundidos, cabos e outros deve ficar em 10% em relação ao 2008. Barbosa, da Alcoa, que também é coordenador setorial de extrusão (perfis) da associação, acredita que o setor de perfis - cuja produção se divide em partes praticamente iguais ao atendimento da construção civil e do segmento industrial - crescerá acima do PIB em 2010, graças à construção civil em alta e à recuperação da indústria. Segundo ele, vários investimentos - de no mínimo US\$ 300 milhões - foram feitos nos últimos dois anos em prensas, garantindo uma capacidade de 250 mil toneladas por ano. "Não faltará produto e ainda vamos exportar."

Paulo Roberto Mendes de Lara, coordenador setorial de laminados da Abal, acredita que em seu segmento - folhas e chapas - o mercado também cresça em 2010 no mínimo os 5% de previsão para o PIB. A capacidade de produção, de mais ou menos 600 mil toneladas em chapas - que vem operando a 90% de ocupação - e de cerca de 120 mil toneladas em folhas, com ocupação de cerca

de 70% - garante o abastecimento do mercado brasileiro, que consome cerca de 400 mil toneladas de chapas por ano e 70 mil de folhas.

Por isso, há sobra para exportar: no ano passado, foram 80 mil toneladas de chapas e 20 mil de folhas vendidas ao exterior. "Nossos vários mercados vão crescer, embalagens, construção civil, transportes", observa Lara. Há alguma importação de chapas - 35 mil toneladas em 2009 - basicamente de produtos não fabricados no país, voltados para litografia e uso aeronáutico. Já em folhas, as importações são mais significativas - 20 mil toneladas ano passado.

A expectativa de um ano positivo é confirmada pelo diretor de vendas e marketing da Prysmian, Humberto Duplat Paiva. Ele espera alta de 10% em cabos isolados - mesma taxa de 2009 - e dobrar o faturamento com cabos nus. No ano passado, atraso em grandes obras levou a uma queda de 20% nas vendas deste tipo de cabo.

### **Ambiente: Produção que reutiliza o metal consome 95% menos energia**

## **Redução de custos move mercado de reciclagem**

VALOR ECONOMICO - No México, um sucateiro acompanha na tela de computador e em tempo real as cotações do alumínio na Bolsa de Londres e faz seus negócios com base naquele preço. O alumínio, afinal, é uma commodity. No Brasil, conta Henio De Nicola, coordenador da comissão de reciclagem da Associação Brasileira do Alumínio (Abal), o mercado não funciona exatamente assim. "Aqui, se leva em conta a cotação da Bolsa de Londres, a taxa de câmbio, porém mais de um terço do preço é formado pelas pressões entre oferta e demanda sentidas pelos grandes sucateiros, que são os intermediários desse mercado."

Com variações regionais, na semana passada, os grandes intermediários pagavam ao redor de R\$ 1,70 para os catadores por quilo de sucata de alumínio - o equivalente a 75 latinhas - e cobravam da indústria, para revendê-lo, cerca de R\$ 2,55 por quilo.

Só a coleta gerou US\$ 600 milhões em 2008, último dado que a Abal divulgou. O que significa, nas contas de André Vilhena, diretor-executivo do Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), renda ao redor de um salário mínimo e meio para os catadores do Sudeste e de um salário para os do Nordeste.

O Brasil é benchmark na reciclagem de alumínio, diz Vilhena, embora exista muito ainda a ser feito pela melhoria das condições de trabalho no setor. Quando o Cempre - entidade mantida pela iniciativa privada que promove a reciclagem dentro do conceito de gerenciamento integrado do lixo - foi fundada em 1992 existiam duas cooperativas de catadores no país; hoje, são 25 mil. O processo de formação de cooperativas no setor, conta, está sendo incentivado, com a Medida Provisória 476, do fim de 2009, que concede crédito presumido de IPI para empresas que adquirirem sucata das cooperativas de catadores.

A renda obtida pela venda de sucata é um dos principais fatores do sucesso do mercado de reciclagem de alumínio no Brasil, que congrega catadores, cooperativas, sucateiros de pequeno, médio e grande portes, capazes de armazenar e distribuir a mercadoria para a indústria, além de algumas indústrias que mantêm estruturas próprias de coleta.

O alumínio feito com material reciclado consome apenas 5% da energia elétrica que seria gasta para produzir metal a partir da bauxita - o chamado alumínio primário. A reciclagem significa para a indústria a possibilidade de reduzir custos e poupar matéria-prima. Havia, por isso, uma razão econômica para que a reciclagem fosse desenvolvida no Brasil e virasse um importante mercado, antes mesmo de a sustentabilidade assumir o peso que hoje tem.

O mercado que começou por iniciativa da Latasa, primeira fabricante de latas de alumínio do Brasil, em 1991, ganhou densidade e cresceu. Nos primeiros cinco anos, foram coletadas 22 mil toneladas. Hoje, anualmente, o país recicla 400 mil toneladas de alumínio, as latinhas respondem pela metade disso.

O Brasil é campeão mundial em reciclagem de alumínio no segmento de latinhas - sucata nobre, composta de 97% de alumínio puro. Mas continua a ser um importador de sucata de alumínio, inclusive do México.

Em números redondos, o Brasil produz 1,5 milhão de toneladas de alumínio primário e exporta cerca de 900 mil toneladas. O consumo interno é de 1,1 milhão de toneladas e é atendido pelo alumínio primário destinado ao mercado interno, pelas 400 mil toneladas de alumínio reciclado e por 100 mil toneladas importadas. A importação acaba cumprindo uma dupla função: abastece o mercado interno, mas também regula preços. Logo, reciclar mais significa também reduzir a importação de sucata.

O Brasil é o terceiro maior reciclador do mundo quando se leva em conta todos os produtos feitos com o metal, atrás apenas da Áustria e do Reino Unido, segundo informa o Instituto Internacional do Alumínio (IAI, na sigla em inglês). Apesar de a reciclagem de latinhas ser mais visível, o país recicla também o alumínio que foi empregado em outros tipos de embalagens, na construção civil ou em componentes automotivos, por exemplo.

O processo depende, explica De Nicola, do ciclo de vida de cada produto. O ciclo da latinha é de 30 dias; o de um bloco de motor, 15 anos; do cabo de alumínio, de 20 anos a 25 anos. Por isso, é que as latinhas respondem por metade do volume reciclado anualmente no país.

## **Matriz limpa é vantagem competitiva**

**VALOR ECONÔMICO** - A matriz energética brasileira, predominantemente hidroelétrica, faz com que a produção de alumínio no país emita menos gases estufa do que a média mundial. No processo, a emissão de CO<sub>2</sub> equivalente no Brasil e no exterior é parecida: cerca de 1,8 tonelada de gás carbônico equivalente para cada tonelada de metal produzida. Porém, quando entram no cálculo as emissões originadas no uso de energia, a diferença é significativa. "O impacto, na média mundial, é de 5,3 toneladas de CO<sub>2</sub> para cada tonelada produzida, enquanto, no Brasil, soma 0,54 tonelada de CO<sub>2</sub> equivalente", afirma o consultor e coordenador do grupo de trabalho de mudança climática da Associação Brasileira do Alumínio (Abal), Maurício Born.

Além de ajudar a abrir o mercado externo para o alumínio brasileiro, o apelo verde pode servir também, aposta o consultor, como mote para que o país possa atrair investimentos no setor. Contudo, Born lembra que o objetivo do grupo de trabalho, criado em dezembro, não será ainda o de levantar a pegada de carbono do alumínio no Brasil - passo essencial para a redução de emissões -, mas o de "trocar experiências entre as empresas, divulgar as melhores práticas e

preparar o setor para os desafios que estão colocados, com a fixação de metas de redução das emissões no Brasil e no Estado de São Paulo".

Um dos exemplos será o da Alcoa. Uma das introdutoras no país do GHG Protocol (a metodologia mais aceita no mundo para medir as emissões de gases estufa), a companhia já fez seu inventário de emissões e tem uma política para redução que chama de "Estratégia Global de Sustentabilidade - 2020", com metas também para queda do consumo de água e de energia e reaproveitamento e reciclagem dos resíduos.

Entre 2005 e o ano passado, as emissões de gases estufa da Alcoa no Brasil foram reduzidas em 15,5% - de 2,9 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>e para 2,45 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>e. Hoje, a Alcoa responde por 0,13% das emissões totais do país, que somam 1,868 bilhão de toneladas.

Nos próximos três a cinco anos, diz o vice-presidente de produtos primários da Alcoa, Nilson Pereira Souza, a companhia deverá reduzir suas emissões em mais 15%. No caso da água, "a política é a descarga zero", afirma Souza.

A mina de Juruti, localizada no Oeste do Pará, já foi construída para operar no novo paradigma. Ali, conta o executivo, a água serve basicamente para limpar a bauxita de argila. O processo de lavagem será feito com água pura (sem produtos químicos) em um lago com 10 milhões de metros cúbicos. A argila vai sedimentar no fundo e será, posteriormente, bombeada. O lago será também utilizado para receber e reciclar efluentes das demais áreas da unidade.

## **Construção civil abre nichos de negócios**

VALOR ECONOMICO - Considerado um setor tradicional de consumo de alumínio, a construção civil deve abrir novos nichos de negócios para o metal, em 2010. "Os perfis e tubos de alumínio aplicados no segmento manterão um crescimento nas entregas de até 18%, em comparação a 2009, graças a um novo ciclo de desenvolvimento no mercado, por conta do projeto Minha Casa, Minha Vida, da realização da Copa do Mundo e da Olimpíada no Brasil", analisa José Carlos Noronha, coordenador da área de construção civil da Associação Brasileira do Alumínio (Abal). Empresas como a SH Formas e a GGD Metals investem em novas linhas de produção para atender demandas do segmento, como o alumínio extrudado e formas que reduzem o tempo de construção de uma casa de seis dias para um dia.

Antes encontrado apenas nas esquadrias e telhas das obras, o alumínio virou uma tendência na construção civil, como opção para revestimentos internos, fachadas, peças de acabamento, divisórias, box de banheiros e forros. Para Noronha, o compromisso de concluir moradias em curto prazo também exigiu investimentos em novas tecnologias nos sistemas de esquadrias. "Nos modelos residenciais, a opção das janelas aplicadas com os componentes instalados no vão já acabado garante nova dinâmica na conclusão dos espaços."

As novidade para acelerar o acabamento das obras chega em boa hora. O ramo da construção civil também foi afetado pela crise econômica, com a desaceleração dos lançamentos de imóveis em 2009. A retomada só apareceu na segunda metade do ano, com a divulgação de medidas do governo federal para incentivar a compra de casas e a criação de programas de habitação para classes menos favorecidas.

O Minha Casa, Minha Vida, por exemplo, puxou para cima os contratos da SH Formas, que fornece formas e andaimes para grandes construtoras. Há um ano, a empresa oferece moldes de alumínio para a construção de paredes e lajes de moradias populares. "A maior vantagem no uso das formas é a velocidade de construção", explica Rildo Salgado, gerente da SH. "Com elas, uma casa de 40 a 70 metros quadrados pode ser concretada em um dia." No sistema de alvenaria tradicional, ela ficaria pronta em seis dias - e o método de formas ainda garante economia de 10% no custo da obra.

Para atender à demanda, a SH investiu R\$ 2 milhões em uma fábrica de formas de alumínio no Rio de Janeiro, com capacidade para entregar quatro mil metros quadrados de moldes por mês. No primeiro ano de atividade, os negócios com alumínio cresceram 15%. A empresa, que teve receitas de R\$ 130 milhões em 2009, deve faturar 25% mais em 2010.

As novas oportunidades no setor também devem acelerar as entregas dos produtos extrudados, perfis e tubos de alumínio - hoje, 56% desses itens seguem para a construção civil. A extrusão é o processo de deformação do alumínio por meio da passagem do material por um orifício que desenha os contornos desejados para o produto. De olho nesse aumento, a GGD Metals, distribuidor de aços e metais, vai investir R\$ 15 milhões na ampliação de uma fábrica em Valinhos (SP), onde pretende iniciar atividades de extrusão do alumínio. "Até o final do ano, vamos deixar de ser apenas distribuidores do material para competir no mercado de extrusão", afirma André Dias, diretor da GGD Metals, que fatura R\$ 100 milhões por ano. A GGD Metals trabalha com um volume médio de 100 toneladas de alumínio por mês e o metal é responsável por até 20% da receita.

## **Paneles chinesas prejudicam o desempenho de produtores nacionais**

VALOR ECONÔMICO - O alumínio continua sendo o rei do fogão na cozinha brasileira. Suas propriedades físicas - é leve e excelente condutor de calor -, além do preço, mais baixo, fazem dele o metal preferido para a produção de painéis para uso doméstico e industrial. Compete com outros materiais como o ferro fundido, aço inoxidável, cobre, pedra sabão etc.

Apesar disso, os fabricantes enfrentam uma fase difícil. Como diz Roberto Prato, diretor da Walmart, o mercado encolheu e houve uma crescente oferta de painéis de aço inox fabricadas na China e na Índia, a preços que o dólar tornava convidativos.

O aço inoxidável é mais caro e não tem as propriedades físicas do alumínio, mas é mais resistente. Ele vem sendo utilizado para a fabricação de painéis de fundo triplo: duas camadas de aço inox e uma intermediária, de alumínio. O preço é mais caro, mas o câmbio as torna competitivas.

Outro fator que preocupa as indústrias é o aumento do preço do alumínio. Osvaldo Formigoni Filho, sócio-proprietário da Alumínio ABC, diz que a cotação do metal na London Metal Exchange teve um aumento de 30% de outubro para cá. Em parte, isso tem que ser repassado ao consumidor.

O número de fabricantes no Brasil é estimado em quinhentos. Para enfrentar a concorrência com outros materiais, tiveram que sofisticar seus produtos. Introduziram inovações como o antiaderente na parte interna, cabos anatômicos, tampas de vidro e ligas que dão mais resistência e leveza.

Roberto Prato, da Walmart, espera uma retomada das vendas de painéis de alumínio revestidos de teflon, de melhor qualidade.

Arcângelo Nigro Neto, da Nigro Alumínio - a terceira colocada no ranking dos fabricantes, afirma que o setor se tornará mais competitivo se, como outros eletrodomésticos, receber isenção do pagamento do IPI.

A **Alumínio Fortaleza** sentiu o impacto da retração da demanda e da maior concorrência dos importados e registrou queda de 6% no faturamento em 2009, mas espera crescimento de 6% a 8% neste ano, segundo Odair Moya Júnior, neto do fundador da empresa.

Eduardo Dagnone, gerente da segunda maior fabricante no Brasil, o grupo francês Société d'Emboutissage de Bourgogne (SEB), que faz pain es com os dois materiais, afirma que ainda há reticências em relação ao câmbio, que poderá incentivar ainda mais as importações de pain es de aço inox. Mas ele v  um aumento da demanda por pain es de alumínio anti-aderentes e uma renovação do setor com o desenvolvimento de tecnologias que aumentam a resistência dos revestimentos e que facilitam o cozimento e a limpeza. O grupo, o primeiro a fabricar pain es antiaderentes no Brasil, em 1986, tem várias marcas tradicionais: Arno, Panex, Rochedo, Clock, Penedo e Krups.

A Trofa sentiu na pele o peso da conjuntura. Dona da marca Alumínio Brilhante, seu fundador, Alberto Trofa, viu o faturamento encolher 30% em três anos. Em 2009, faturou R\$ 60 milhões e teve prejuízo de R\$ 4 milhões; o número de funcionários caiu pela metade, de 1.400 para os atuais 750. Atribui o desempenho   importação de pain es de aço inox da China e   concorrência de fabricantes que estriam vendendo sem nota fiscal.

## **O aço nacional ainda   utopia**

JORNAL DO COMÉRCIO (PE) 28.01.10 - O presidente Lula voltou a dizer que é preciso resolver o impasse entre a Usiminas e a Transpetro, na tentativa de aumentar a participação do aço nacional nos navios que estão sendo construídos nos estaleiros brasileiros. Das 116 mil toneladas que tiveram a compra intermediada pela estatal (para ter volume e barganhar preço), pequena parte foi comprada   Usiminas. A companhia tem oferecido preços das chapas grossas de aço entre 25% e 55% mais altos que os fabricantes do mercado internacional. Por esse motivo, as compras foram feitas (principalmente) na China, além de Coreia do Sul e Ucrânia.

Mais um embate entre a Usiminas e a Transpetro deve acontecer em fevereiro, para quando está prevista uma nova tomada de preços para a compra de um novo lote para o Estaleiro Atlântico Sul. Não   difícil entender a briga da Transpetro para segurar o preço do aço: o insumo representa entre 20% e 30% do custo final de um navio. Esta também é a fórmula para que os estaleiros nacionais se tornem competitivos e tenham chance de disputar as encomendas, não só da "mãe" Transpetro, mas também no disputado mercado internacional, com seus grandes estaleiros, alta eficiência, padrão tecnológico global, escala de produção e mão de obra barata (caso da China e Cingapura, por exemplo).

E as discussões estão s  começando, porque até agora só foi comprado cerca de um quarto do aço necessário para a primeira fase do programa, que vai demandar 440 mil toneladas.