

Preto no Branco espelha otimismo no mercado do aço

Fotos: Shinji

O Jantar de Confraternização do INDA, realizado no último dia 6 de dezembro, na Casa Fasano, em São Paulo, refletiu o bom momento pelo qual passa o mercado brasileiro do aço e o reconhecimento da importância da grande rede de distribuição para o setor. Participaram do tradicional evento, este ano cognominado "Jantar Preto no Branco", 400 pessoas e ilustres representantes do setor, como Rinaldo Campos Soares, presidente do Instituto Brasileiro de Siderurgia - IBS, e Benjamin Steinbruch, presidente da CSN - Companhia Siderúrgica Nacional, entre outros.



Presidente do IBS, Rinaldo Campos Soares

Em seu discurso, Rinaldo Campos Soares reforçou a confiança das usinas siderúrgicas no bom desempenho do mercado do aço para os próximos anos. Disse que, em 2007, a produção brasileira de aço deve atingir as 34 milhões de toneladas e que a demanda será mais do que o dobro deste número. "O país está num ciclo de crescimento sustentável e a siderurgia não faltará com suas responsabilidades. Serão investidos nos próximos anos de 17 a 37,5 bilhões de dólares no aumento da capacidade de produção de aço, tanto na ampliação de laminados quanto de semi-acabados, que passará de 37 para 77 milhões de toneladas", afirmou.



Presidente da CSN, Benjamin Steinbruch

O mesmo tom de confiança marcou o discurso de Benjamin Steinbruch. "2007 foi um ano fantástico, principalmente para as montadoras de veículos e para as empresas de autopeças. Acredito firmemente que 2008 será o ano das usinas, da distribuição de aço e da construção civil", ressaltou.

Ele falou dos planos de investimento da CSN. Da nova planta em Minas Gerais, com capacidade de produção de 4,5 milhões de toneladas, da expansão da produção de minério de ferro da Casa de Pedra, de que a usina vai diversificar seu mix de produtos, entrando no mercado de chapas grossas, trilhos, aços longos e bobinas a quente. "A CSN vê com especial atenção o distribuidor de aço, entende suas necessidades, porque fortalecer a distribuição é fortalecer as usinas", destacou.



Presidente do INDA, Christiano da Cunha Freire

Instituições fortes

O presidente do INDA, Christiano da Cunha Freire, fez um balanço de seu primeiro ano de gestão frente à instituição. Ele destacou a Campanha Nacional pela Redução do ICMS para 12% para os aços planos, lançada em novembro último pelo Sindisider. "Já foram distribuídos 200 mil selos da campanha, que estão sendo afixados nas notas fiscais emitidas pelas empresas distribuidoras de aço", exemplificou. A questão fiscal e tributária foi também alvo de críticas nos discursos dos outros representantes do setor.

Freire abordou também a renovação da grade de cursos de formação e atualização profissional customizados para as empresas de distribuição de produtos siderúrgicos, trazendo em primeira mão a informação de uma parceria entre o INDA e a Fundação Getúlio Vargas - FGV para a implementação de um curso na área de logística, suprimentos e inteligência de negócios.

"O distribuidor hoje não é apenas um comerciante, mas um empresário que realiza grandes investimentos na modernização e profissionalização de seus serviços e que paga pesados impostos, contribuindo para o desenvolvimento do país. E, nossas instituições, INDA e SINDISIDER, estão atentas para essa mudança de cenário, modernizando e ampliando suas atividades em prol do setor", concluiu.

Índice

Projetos sociais
02

Estatísticas
03

Mercado
04

Curtas
06

Sindisider
07

Prêmio INDA de Ação Social 2007

O Jantar de Confraternização encerrou com a premiação dos projetos sociais certificados pelo Prêmio INDA de Ação Social 2007. Neste ano, três projetos sociais foram certificados dos onze recebidos pelo Comitê de Ação Social.

“A certificação é bastante rigorosa. Para obter a pontuação mínima, é necessário que contemple o atendimento de carências das comunidades beneficiadas, o envolvimento das instituições públicas e privadas, o planejamento e auditoria financeira, a participação de funcionários, dentre outras ações”, explica Márcia Pastore, analista de projetos e coordenadora da Comissão Julgadora.

“O Prêmio não objetiva criar uma concorrência entre as empresas, mas certifica os projetos sociais bem estruturados, para que sirvam de referência e estímulo para novas ações, esclareceu Gilson Santos Bertozzo, superintendente do INDA.

• Programa de Educação Afetivo-sexual - Um novo Olhar (Peas)

- **Data de criação:** Janeiro 2000
- **Área de atuação:** Educacional e Saúde
- **Empresa:** ArcelorMittal Belgo
- **Categoria:** Desenvolvimento de Projetos Sociais

Desenvolve ações de caráter educativo e participativo, focadas na sexualidade e na saúde reprodutiva, nas comunidades onde o Grupo ArcelorMittal possui unidades industriais, florestais e de distribuição no Brasil. Seu objetivo é fortalecer a auto-estima e estimular a autonomia do jovem e sua responsabilidade pela própria saúde.

Espera-se promover maior equilíbrio nas relações entre os gêneros e reduzir o risco de gravidez não programada e a contaminação por doenças sexualmente transmissíveis.

De 2000 a 2007, o Peas capacitou mais de 1500 profissionais e beneficiou mais de 73 mil adolescentes.

• Projeto Plantar

- **Data de criação:** Setembro 1996
- **Área de atuação:** Complementação Escolar
- **Empresa:** Armco do Brasil
- **Categoria:** Desenvolvimento de Projetos Sociais

O programa é formado por diferentes projetos voltados à complementação escolar de crianças de 7 a 15 anos, residentes nas comunidades do bairro de Vila Prudente, pertencentes a famílias com renda de



Presidente da Armco, Carlos Portela, fala do Projeto Plantar.
“A empresa faz o presente pensando no futuro”

até dois salários-mínimos e que estejam em situação de risco e vulnerabilidade social.

O Projeto Plantar beneficia 40 crianças. Das que concluíram o programa, 56% estão no mercado de trabalho, após receberem formação profissional de office-boy e recepcionista, promovida pela Legião Mirim – Grupo Rotary.

• Um caminhão para Ziraldo

- **Data de criação:** Dezembro 2005
- **Área de atuação:** Cultura e Educação
- **Empresa:** CSN – Companhia Siderúrgica Nacional
- **Categoria:** Mecenato

Um teatro mambembe, liderado por Ziraldo, criador do Menino Maluquinho, viaja pelo Brasil levando informação e cultura para as crianças e adolescentes de diversas regiões do país. O projeto procura difundir a prática da leitura, o conceito de cidadania e os preceitos do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

O projeto já percorreu 86 cidades em sete estados: Rio de Janeiro, Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Piauí e Ceará. Foram 207 apresentações com público total estimado de 168.965 pessoas.



Equipe do Projeto Caminhão para Ziraldo, da CSN.
“Construindo o Brasil do século XXI”

Fotos: Shinji



Gerente de promoção social da ArcelorMittal, Zulmira Rodrigues, recebe prêmio do diretor Alberto Granã.
“Peas é um programa de educação para vida”

Vendas batem novo recorde

Estadísticas
página três

As vendas dos associados em outubro bateram novo recorde histórico, alcançando a marca de 321,3 mil toneladas, 15,7% maiores em relação ao mês anterior. No acumulado do ano, as vendas já atingiram o total de 2.774,8 mil toneladas, alta de 27,7% em relação ao mesmo período de 2006, que fechou em 2.173,7 mil toneladas.

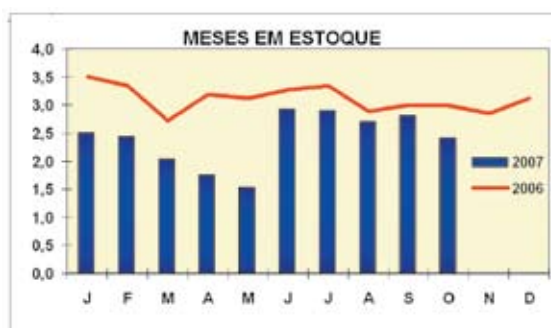
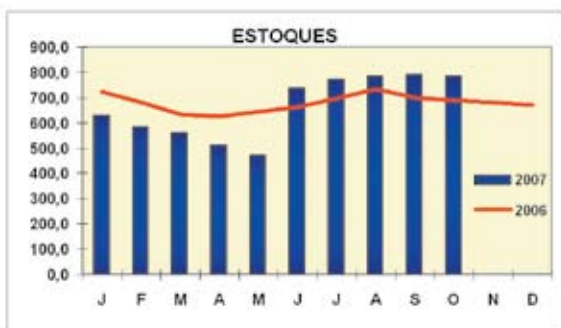
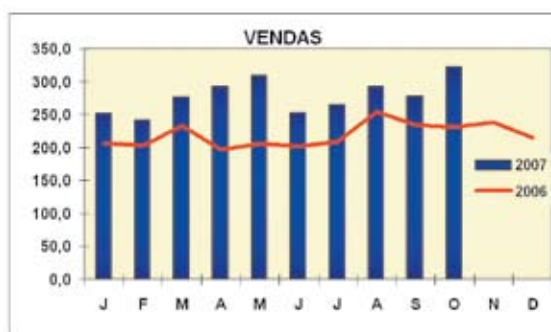
As compras da rede também subiram, fechando outubro em 317,7 mil toneladas, alta de 12,3% em re-

lação setembro. No acumulado do ano, esta alta já alcança 18,2% sobre mesmo período do ano passado.

Cabe destacar novamente as importações que, em outubro, chegaram a 102,3 mil toneladas, representando aumento de 103,9% em relação a outubro de 2006. No acumulado do ano, a alta já representa 77,9%.

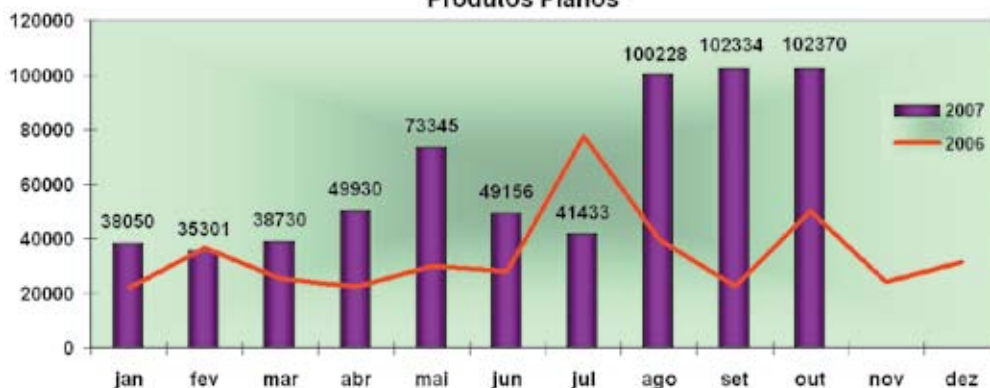
Acompanhe abaixo os principais números da distribuição.

PANORÂMICA DO AÇO								
PRODUÇÃO MUNDIAL			PRODUÇÃO AMÉRICA LATINA			PRODUÇÃO BRASIL		
SETEMBRO			OUTUBRO			OUTUBRO		
2007	2006	Var. %	2007	2006	Var. %	2007	2006	Var. %
111.150	103.876	7,0%	5.580	5.471	2,0%	2.899	2.778	4,4%
Desempenho dos Associados INDA em AGOSTO Unid: 1.000 ton.								
ESTOQUE			COMPRAS ¹			VENDAS		
2007	2006	Var. %	2007	2006	Var. %	2007	2006	Var. %
784,4	690,0	13,7%	317,7	250,7	26,7%	321,3	230,6	39,3%



IMPORTAÇÕES

Produtos Planos



¹ incluem embarques das usinas para outros setores via distribuição.

² incluem os produtos: LCG, BQ, BF, CZ, CPP, CAZ e EGV

Setor de autopeças prevê que mercado deve continuar aquecido em 2008



As vendas de veículos, caminhões e ônibus no mercado interno brasileiro aumentaram 30% em novembro sobre mesmo mês do ano anterior, depois de crescimento de 33,5% em outubro, na mesma base de comparação. É a segunda melhor marca do ano, com 237 mil unidades vendidas entre nacionais e importados, ficando atrás de outubro, quando os emplacamentos atingiram 244,4 mil unidades. No acumulado, são 2,2 milhões de unidades comercializadas.

A previsão da Associação Nacional de Veículos Automotores – Anfavea é de que o ano feche com a venda de 2,45 milhões de unidades, aumento de 25% em relação a 2006. Para a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores – Fenabrave, que inclui as motocicletas em suas estimativas, a previsão é que 2007 encerre com a comercialização de 4,22 milhões de unidades, aumento de 30,4% sobre ano anterior. A entidade já divulgou suas estimativas de vendas para 2008: espera crescimento de 20,85%, com 5,1 milhões de unidades vendidas.

Para comentar estes números e falar das projeções do setor de autopeças para 2008, o Instituto Nacional dos Distribuidores de Aço - INDA recebeu no último dia 04 de dezembro o consultor do Sindicato Nacional das Indústrias de Componentes Automotores – Sindipeças, Milton de Castro. Segundo ele, a demanda aquecida no mercado automotivo deve continuar em 2008, por conta da abundante oferta de crédito e levando-se em consideração os investimentos já anunciados pelas montadoras. “A Ford vai investir 2,2 bilhões de reais no país, a Renault, 880

milhões, e a Fiat anunciou a construção de sua maior fábrica no Brasil”, afirmou.

O faturamento do setor de autopeças acumulado até setembro foi 8,6% maior sobre mesmo período do ano passado. A expectativa é de que atinja 70 bilhões de reais neste ano. Para 2008, a projeção é que cresça mais 5 a 8%.

A indústria de autopeças nacional possui 650 unidades em 11 estados, representa 5% do PIB industrial e emprega por volta de 213 mil pessoas. De seu faturamento, 63,4% vem

das montadoras, 12,5% do mercado de reposição, 16,1% das exportações e 8% vem das vendas para o próprio setor.

Exportações e importações

A balança comercial do setor de autopeças deverá apresentar um déficit este ano de 100 milhões de dólares. “Vamos exportar 8,9 bilhões de dólares e importar 9 bilhões, crescimento de 1,6% e 32,8%, respectivamente”, destacou Castro. No acumulado até setembro, as exportações atingiram 6,63 bilhões de dólares, enquanto as importações ficaram em 6,65 bilhões.

O Brasil exporta principalmente para os Estados Unidos (29,2%), para a Argentina (19,09%), para o México (7,85%), para a Alemanha (7,82%), para a Venezuela (4,69%), para o Reino Unido (4,28%) e para a África do Sul (3,48%). E importa da Alemanha (16,71%), dos Estados Unidos (14,87%), do Japão (14,70%), da Argentina (11,3%), da França (9,25%), da Itália (5,74%) e da Suécia (4,35%).

Segundo Castro, além da valorização do real e do subfaturamento observado na importação de algumas peças da China, maior problema no país é a alta carga tributária. Neste sentido, a campanha do Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Produtos Siderúrgicos - SINDISIDER pela redução da alíquota do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) para 12% foi muito bem recebida pelo palestrante. “É um movimento pela redução dos custos na produção, que deve obter a adesão de toda a cadeia do aço”, enfatizou.

A consolidação na rede brasileira de distribuição de aço parece já estar em curso. Pelo menos, esta é uma das hipóteses para explicar a aquisição da Zamprogna por uma empresa de private equity. Tal hipótese foi levantada na reunião do Comitê de Consolidação da Rede com o diretor do Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (CIESP) e vice-presidente da Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), Carlos Buch Pastoriza, no último dia 13 de setembro, na sede social do INDA. A reunião traçou os possíveis cenários no setor e as oportunidades para as empresas distribuidoras com a recente entrada no país dos fundos de private equity.

Os fundos de private equity são empresas atuantes no mercado financeiro que captam recursos dos fundos de pensão, seguradoras, grandes empresas, entre outros, para direcioná-los às empresas de capital fechado, com a promessa de retorno acima de 20% ao ano para os investidores. Apesar da lucratividade do negócio, a transação é mais arriscada do que o investimento em bolsas de valores e em títulos públicos.

Foram apresentadas as formas de gestão para agregar valor a uma empresa de capital fechado: o saneamento financeiro, zerando o passivo da empresa; o crescimento orgânico sem dívidas, multiplicando a lucratividade; o cancelamento da dívida com deságio, que representa um ganho imediato; a consolidação do mercado - induz diluição de custos e melhora nos preços dos produtos; e a enxugamento de custos.

O ciclo de uma empresa de private equity inicia-se com a formação do fundo: a definição das regras e de seu escopo de atuação e a venda das cotas para os possíveis investidores. Nesse momento, são traçadas as diretrizes de investimento, de gestão e de retorno esperado em um determinado segmento industrial. Em seguida, o fundo garimpa no mercado as empresas de capital fechado que se encaixam no plano de investimento. O passo seguinte é a negociação e a execução da compra da participação do fundo na empresa. Assinado o contrato, o fundo passa a monitorar e aconselhar a gestão da empresa, participando das reuniões de conselho, definindo estratégias e fazendo contatos com possíveis clientes e fornecedores, podendo inclusive vetar algumas deliberações do conselho de administração. Finalmente, depois de 3 a 6 anos de participação, o fundo vende suas cotas, por meio de oferta pública de ações em bolsa de valores, ou a um grupo empresarial interessado em participar da empresa de capital fechado, ou mesmo para outro fundo de private equity, ou ainda para os próprios cotistas do fundo.

“O fundo de private equity tem definido, desde

o momento da captação de recursos financeiros, a forma como irá desinvestir. Se vislumbra que o faturamento da empresa não alcançará R\$150 milhões, patamar mínimo para a abertura de capital, então já deve ter em vista os possíveis compradores estratégicos no final do ciclo”, esclareceu o palestrante.

Oportunidade para aumentar a lucratividade

O desenvolvimento do mercado de private equity no Brasil é recente. A estimativa é que devem existir 70 empresas desse tipo no país, que administram 1 bilhão de dólares em 200 participações em empresas brasileiras e que disponibilizam de 100 a 200 milhões de dólares por ano para investimento em empresas de capital fechado. No mundo, essa modalidade de investimento já existe há mais de 30 anos, representando 1% do capital mobiliário mundial, que soma atualmente 100 trilhões de dólares, duas vezes o PIB mundial. São mais de mil fundos com participações em 45 mil empresas fechadas.

O potencial de crescimento é enorme, considerando que existem 100 milhões de empresas de capital fechado contra apenas 30 mil empresas de capital aberto, no mundo, e 2 milhões empresas familiares contra 400 empresas com capital em bolsa, no Brasil. Segundo Pastoriza, os fundos de private equity são uma boa oportunidade para as empresas de capital fechado alavancarem seu patrimônio no médio prazo. “É capital privado de risco disponível para as empresas investirem em seus negócios; os sócios investidores têm foco em resultados e podem aumentar a rede de relacionamentos da empresa; além disso, representa a possibilidade para os executivos se tornarem sócios”, esclareceu.

Dois cuidados precisam ser tomados pelo empresário para se certificar de que este capital vai render o retorno esperado. O primeiro é a escolha de uma empresa de private equity idônea, com equipe profissionalizada e registrada na Comissão de Valores Mobiliários.

A empresa precisa também fazer sua lição de casa. Definir o objetivo de seus sócios e executivos e a meta de crescimento futuro da empresa. Quantificar o balanço real da empresa, o crescimento para os próximos cinco anos e o valor de venda. Preparar um sumário executivo com essas informações, para ser enviado ao fundo de private equity. Estes são alguns dos passos necessários para iniciar o processo de negociação.

“No fechamento da negociação, o empresário deve ter em vista que o fundo não compra patrimônio líquido nem o fluxo de caixa atual, mas sim a expectativa de fluxo de caixa futuro, para os próximos cinco anos”, concluiu Pastoriza.



O INDA esteve presente no Congresso Latino-Americano de Siderurgia, ocorrido em Cartagena de Índias, Colômbia, de 28 a 30 de outubro. Organizado pelo Instituto Latino-Americano de Ferro e Aço (Ilafa), evento reuniu presidentes e executivos de siderúrgicas, traders e instituições para discutir os cenários econômico e empresarial em nível global da produção e demanda do aço para os próximos anos.

“O congresso ofereceu a oportunidade para conhecer o mercado siderúrgico latino-americano, qual é sua situação no mundo, a força estratégica da América Latina neste mercado, expandindo nossa visão, geralmente focada no dia-a-dia do mercado brasileiro, para o cenário macro do continente”, afirmou o presidente do INDA, Christiano da Cunha Freire.

Estiveram presentes no evento os presidentes da ArcelorMittal Brasil, José Armando de Figueiredo Campos; do Grupo Gerdau, André Bier Johannpeter;

da Companhia Siderúrgica Nacional, Benjamin Steinbrück; do Grupo Usiminas e do Instituto Brasileiro de Siderurgia (IBS), Rinaldo Campos Soares; da Associação Brasileira das Indústrias de Tubos (Abitam), Carlos Eduardo de Sá Baptista; entre outros. Ao todo participaram por volta de 800 congressistas.

“A troca de informações e o networking foram intensos nos três dias do congresso, pois, além das palestras, os encontros com os executivos foram frequentes nos cafés da manhã, almoços e jantares”, concluiu Freire.

Presidente do INDA assume IDAM

No último dia 30 de novembro, o presidente do INDA, Christiano da Cunha Freire, assumiu a presidência do Instituto Nacional dos Distribuidores de Aço do Mercosul (IDAM). Participaram da solenidade de posse distribuidores de aço do Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai.

A nova diretoria assume com o compromisso de criar um guia das empresas distribuidoras de aço da região, de promover agenda trimestral de reuniões e encontros, de desenvolver estudos estatísticos para a rede do Mercosul e de aumentar a visibilidade do setor. As primeiras ações serão a mudança da logomarca do IDAM e a criação de seu site institucional.



14ª Conferência Mundial de Siderurgia

12 a 14 de Março de 2008, Copacabana Palace Hotel, Rio de Janeiro, Brasil

O EVENTO MAIS IMPORTANTE DE SIDERURGIA PARA EXECUTIVOS SÊNIOR



A 14ª Conferência Mundial de Siderurgia da CRU, que em 2008 ocorrerá no Brasil, deverá novamente contar com os mais importantes personagens da indústria. **O programa e a lista dos palestrantes serão regularmente atualizados no website: www.cruvents.com.**

REGISTRE-SE HOJE!

Faça referência ao INDA. Os associados do INDA receberão um desconto de 15% sobre o preço da conferência. Para maiores detalhes e para receber o folheto da conferência entre em contato com cruvents@crugroup.com.
Tel: +44 20 7903 2058
Email: cruvents@crugroup.com
Site: www.cruvents.com

CRU | EVENTS

www.cruvents.com

José Zamprogna é a mais recente personalidade homenageada na sede INDA

A sala da Diretoria e do Conselho Diretor da sede social do INDA/SINDISIDER acaba de receber o nome de José Zamprogna em homenagem a esta personalidade de notório reconhecimento na história das instituições e da rede brasileira de distribuição de aço.

José Zamprogna nasceu em 14 de maio de 1911, na cidade de Guaaporé, no Rio Grande do Sul. Em 1937, fundou a primeira empresa do Grupo Zamprogna, dedicada ao ramo de secos e molhados, ferragens e artefatos de couro. A empresa ganhou uma filial em Porto Alegre, em 1955, já como sociedade anônima (SA); e, em 1959, recebeu sua primeira cota de chapas galvanizadas da Companhia Siderúrgica Nacional, para o setor industrial de corrugação.

A liderança de José Zamprogna à frente do Grupo fez com que, em 1963, a empresa fosse nomeada distribuidora de aços planos pelas usinas siderúrgicas e alcançasse neste mesmo ano um acréscimo de 3000% em seu capital social, em relação ao seu capital quando foi transformada em SA. Em 1968, com a aquisição da Metalúrgica Nossa Senhora da Penha, hoje sua sede social e matriz, Zamprogna

concretizava seu maior ideal – a indústria.

A empresa iniciou sua produção de tubos com solda a oxigênio com uma média de 30 toneladas por mês. Em 1980, tendo adquirido uma moderna linha de equipamentos para produzir tubos com

solda eletrônica, a produção mensal atingiu 50 mil toneladas. Concomitantemente ao aumento de produtividade, Zamprogna desenvolve diversos produtos, alguns patenteados junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI): sua telha infinita (com comprimento determinado pelo cliente); a telha autopor-

tante; o galpão Guardebem; a telha ondulada infinita; entre outros. A empresa diversifica-se também para produção de chapas cortadas transversal, regular e irregularmente.

José Zamprogna foi também professor na Faculdade de Administração de Empresas da PUC-RS e um dos fundadores da Associação do Aço do Rio Grande do Sul, inclusive sendo seu presidente, e do Instituto Nacional dos Distribuidores de Aço – INDA. Em sua produtiva vida, ganhou diversos prêmios e títulos, vindo a falecer em 1997.



Campanha pela redução do ICMS para 12%

O Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Produtos Siderúrgicos - SINDISIDER está em Campanha pela redução da alíquota do ICMS para aços planos. Desde o início do mês de novembro, os associados ao Sindicato vem recebendo o selo personalizado da Campanha e uma filipeta explicativa, para serem colados na nota fiscal emitida em suas vendas. No selo, o SINDISIDER pede pela unificação da alíquota em 12%. O objetivo da iniciativa é obter a adesão das empresas distribuidoras e revendedoras de aço em todo território nacional.

A diferença entre as alíquotas internas e interestaduais do ICMS cria um ambiente de concorrência desleal no mercado nacional de aço, intensi-

ficado por políticas estaduais de concessão de benefícios fiscais, muitas vezes ilegais. O resultado é a inibição do investimento produtivo, a sonegação, quando não a própria inviabilização de manutenção do negócio. Por isso, a Campanha se insere no contexto mais amplo de luta pelo fim da guerra fiscal e da sonegação, pela desoneração tributária e pela criação de um marco legal que estimule a produção e o consumo de aço no país.

As empresas distribuidoras e revendedoras interessadas em participar da Campanha, podem fazê-lo preenchendo um formulário no site www.sindisider.org.br e solicitando o selo pelo telefone (11) 2273-0623.



Curso Vendas de Alto Impacto - In-Company

O Instituto Nacional dos Distribuidores de Aço disponibiliza às empresas distribuidoras de aço cursos ministrados na companhia (in-company), com duração de 12 horas. Saiba mais!

Princípios da Venda de Alto Impacto:

- Chute seu próprio traseiro
- Sucesso é preparação para encontrar oportunidades
- Não se trata de quem você conhece mas de quem conhece você
- Vender é agregar valor e estabelecer relacionamentos
- Quem de dentro de si não sai....
- Você conhece quem decide?
- Não venda, faça o cliente querer comprar
- Use a criatividade para diferenciar e dominar
- Vender é reduzir os riscos
- Quando você fala de si mesmo é bravata. Quando outra pessoa fala de você é referência, prova, reputação...

Metas do Curso:

- Reciclar profissionais para a venda de aço especializada
- Informar sobre a situação atual do mercado
- Transmitir conhecimentos avançados de inteligência competitiva e da moderna venda industrial
- Enfatizar a importância do gerenciamento do relacionamento com o cliente

Metodologia:

- Customizado para o mercado do aço
- Exemplos reais
- Discussão de casos
- Dinâmicas de grupo
- Aulas expositivas

Entre em contato:

Tel. (11) 2272-2121

e-mail: contato@inda.org.br



Expediente página oito

Diretoria Executiva

Presidente
Christiano da Cunha Freire

Vice-presidente
Nei Ferreira Bello

Diretor administrativo e financeiro
Alberto Piñeira Graña

Diretor para assuntos extraordinários
Newton Roberto Longo

Conselho Diretor

Diogo de Castro Loureiro; Fládmir Batista Lopes Gauto; Mário Lane Sinder; Miguel Jorge Locatelli; Wilson Carnevalli Filho

Superintendente

Gilson Santos Bertozzo

Revista brasileira do aço

Fone: 11 2272-2121
revista@inda.org.br

Editor

Fábio Luís Pedroso (Mtb 41728)
contato@inda.org.br

Projeto gráfico, diagramação e editoração
www.criatura.com.br

Impressão

HRosa