



GESTÃO 1998/2001

DIRETORIA

Presidente:

Vicente Amato Sobrinho (1)

1º Vice-Presidente:

Roberto Fleiss Breitbarg (2)

2º Vice-Presidente

Antonio Fernando G. Rodrigues (3)

1ª Secretária:

Dalila Terezinha Vendrame Carrera (4)

2º Secretário:

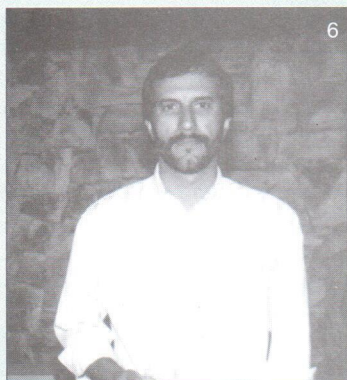
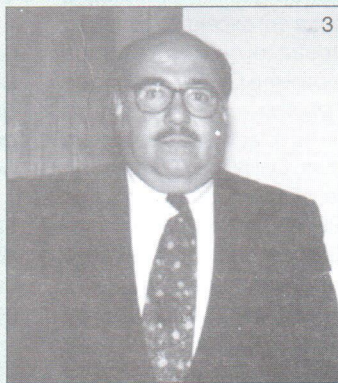
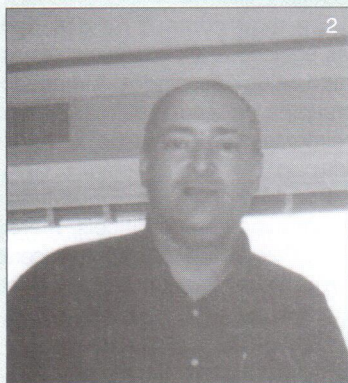
João Lalli Neto (5)

1º Tesoureiro:

Flávio Escobar (6)

2º Tesoureiro:

Vitor Paulo de Andrade (7)



NESTA EDIÇÃO:

- A Palavra do Presidente
Página 2
- Entrevista: Dalila Carrera
Página 3
- Lição dos Tribunais
Página 3
- A Posse da Diretoria
Páginas 4 e 5
- Cia. Suzano no
Espaço do Fornecedor
Página 6
- Parceria CIRP / SERASA
Página 7
- Papel Imprensa
Página 8

A Palavra do Presidente

A Diretoria do SINAPEL, por mim presidida nos últimos três anos, trabalhou por cumprir os objetivos delineados em setembro de 1995.

Criou-se o informativo "CANAL SINAPEL", que abre espaço para a comunicação da Diretoria com os Associados, informando-os sobre as perspectivas de mercado, o momento econômico e, ainda, assuntos de natureza jurídica, a que não escaparam nem mesmo comentários sobre o novo Código de Trânsito. O CANAL mantém a coluna Bolsa de Empregos, que proporciona a oportunidade de os empresários contatarem profissionais com experiência no nosso setor.

ASEDESOCIAL tornou-se realidade. Com espaço para abrigar a Diretoria e o corpo administrativo do SINAPEL, dispõe de local apropriado para a realização de cursos, palestras e reuniões, com toda a estrutura necessária ao bom desempenho dessas atividades.

Em reuniões semanais com os dirigentes das indústrias, não só se buscou organizar o sistema de distribuição de papel em todo o Brasil como definir a atuação do fabricante, do distribuidor e do revendedor. Essa nova realidade está em fase de amadurecimento, mas já trouxe boas perspectivas para todos, desfazendo o caos que até então existia no mercado.

A Diretoria empenhou-se em diversos outros empreendimentos de relevante importância, dentre os quais a CIRP - Central de Informações do Ramo Papeleiro - que, sem

dúvida, presta serviço da melhor qualidade aos Associados, além de, no futuro, passar a ser, não duvidamos, o sustentáculo do SINAPEL que, muito em breve, deixará de contar com as contribuições compulsórias. A CIRP, agora em parceria com a SERASA, vai estender suas atividades a outros Estados.

Essas conquistas, que engrandeceram o SINAPEL, só foram possíveis mercê do esforço de todos, Diretoria e Associados, que, felizmente, sempre deixaram de lado o individualismo egoísta e privilegiaram os interesses coletivos. É bem verdade que nada foi fácil, mas, o que nos anima são os resultados dos trabalhos desenvolvidos.

Queremos, ainda, lembrar que o SINAPEL se encontra em excelente condição econômico-financeira e que os recursos utilizados para financiarem a CIRP retornarão ao caixa até o final deste ano.

Excetuando-se dois diretores, que foram substituídos pela Sra. Dalila, da Rilisa, e o Sr. Flávio da Metrópole, a Diretoria que toma posse é a mesma de 1995; isso porque não foi apresentada outra chapa para disputar a eleição, o que lamentamos e entendemos.

Com certeza, na atual gestão continuaremos a empenhar-nos no propósito de ter um SINDICATO sempre útil em prol dos associados e do setor em que atuamos. A CIRP, como já informamos, alcançará os outros Estados e, para isso, a Diretoria e a Comissão de Ética organizaram estrutura profissional, sem oportunidade para o amadorismo. Um encontro

de âmbito nacional, entre distribuidores e revendedores de papel, deverá ocorrer no ano 2000 e, com certeza, criará condições para atingir o objetivo de estender as bases associativas por todo o território nacional. Também na pauta, a normatização do relacionamento Distribuidor/Revendedor, que já deveria estar concluída. Trazer para o SINAPEL o pequeno revendedor e apoiá-lo constituirão também objetivos da nova Diretoria. Mais: abrir o SINAPEL para os nossos fornecedores, a fim de se ministrarem cursos técnicos sobre produtos. Um programa de televisão, sem custo para o SINAPEL, irá ao ar no próximo mês. Nele haverá espaço para o Associado e para os fornecedores promoverem seus produtos.

Em meu nome e no dos demais diretores, agradeço o apoio que sempre nos tem sido dado pelos Associados, fornecedores, colaboradores, colegas de outros sindicatos e, principalmente, pela Federação do Comércio, presidida pelo Sr. Abram Szajman.

Por derradeiro, não ignoramos que passaremos momentos difíceis, mercê da situação do País; entretanto, unidos venceremos os entraves e alcançaremos todos os objetivos programados.

Esperamos contar com todos.
Muito obrigado.

(Discurso do Presidente Vicente Amato Sobrinho, na solenidade de posse da nova Diretoria).

BOLSA DE EMPREGOS

Para anunciar nesta seção, o Associado do SINAPEL não terá qualquer despesa: precisará apenas comunicar-se com a Secretaria do Sindicato.

- **ASSISTENTE ADMINISTRATIVO/AUXILIAR DE ALMOXARIFADO**
Profissional preparado para exercer funções atribuídas aos que exercem os cargos acima, com segundo grau completo e inglês (nível intermediário), necessita recolocação profissional.
- **ÁREA COMERCIAL/VENDAS**
Experiência na área de vendas, inclusive *telemarketing*, domínio de informática e segundo grau completo são itens do currículo deste profissional que está à disposição para assumir novos desafios na área comercial.

- **ENGENHEIRO MECÂNICO**
Experiência nas funções pertinentes à Engenharia; domínio de atividades desenvolvidas nos setores de Supervisão de Materiais e Controle de Qualidade, necessita recolocação no mercado de trabalho. Disponibilidade para viagens, carro próprio, noções básicas de ISO 9000 e ISO 14000; conhecimentos de informática.

As empresas, interessadas em outros pormenores sobre o currículo dos profissionais acima apresentados, devem entrar em contato c/Deise, na secretaria do SINAPEL.

EXPEDIENTE

CANAL SINAPEL - Publicação mensal do Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão - **Presidente:** Vicente Amato Sobrinho; **Jornalista Responsável:** Gracia Martin - Reg. Prof. 14.051 (Fone: 6421-8124); **Fotos:** Nelson Brunel's - **Produção, Arte, Fotolito e Impressão:** De Sá Copiadora Ltda. - Fone: 232-1858 - **Redação:** Praça Sílvia Romero, 132 - 7º and. - cj. 72 - Fones: (011) 6941-7431 / 293-0922 - São Paulo - SP.



Dalila Carrera, gerente comercial da Rilisa S/A e diretora-adjunta do SINAPEL, é entrevistada e analisa o Setor da Distribuição de Papel. Ela é formada em Administração de Empresas, com pós-graduação em "Marketing" e Organização e Métodos. Atua no segmento de distribuição de papéis há 14 anos.

Nesses anos de atuação no setor, além de, é claro, dar especial atenção às estratégias da organização que gerencia, a senhora certamente tem observado o setor como um todo. Que considerações faria a esse respeito, ou seja, tem sido reconhecida a importância do Setor da Distribuição de Papel no Brasil?

Quando comparamos, o setor da distribuição de papel de nosso país com mercados já desenvolvidos, observamos diferenciais significativos, pois nesses mercados há o que denominamos "política de distribuição", segundo a qual, os fabricantes efetivamente trabalham tendo os distribuidores como principal canal de colocação de seus produtos no mercado. Nos dois últimos anos, temos notado uma preocupação maior das fábricas com relação ao desempenho dos distribuidores como canal de vendas de seus produtos, pois na busca de *market share* não foi elaborado nenhum planejamento estratégico específico. A conclusão é: o modelo atual não tem sido bom para as fábricas nem para os distribuidores. As fábricas deverão adotar uma política de distribuição que estabeleça claramente os limites de atuação fábrica/distribuidor/revendedor. Os distribuidores deverão ter um

nível mais elevado de profissionalização e estratégia comercial, de forma a assegurar às fábricas garantias reais de colocação de seus produtos no mercado.

Então, há perspectivas de grandes mudanças no relacionamento Fabricante/Distribuidor/Ciente?

A preocupação das fábricas não mais será somente colocar a mercadoria no distribuidor. Embora a fábrica tenha nele a garantia de colocação nos vários segmentos de mercado, para desenvolver novos produtos ou adequar aqueles já comercializados, a indústria - sempre muito atenta às necessidades do mercado - deverá acompanhar os clientes. Por sua vez, o distribuidor que não tiver um *mix* de produtos voltado para o atendimento das necessidades de seus clientes não sobreviverá. Não é questão de estratégia; é, sim, questão de permanência no mercado. Além disso, ao distribuidor caberá estar muito bem estruturado para garantir o nível de serviços. Fábrica e distribuidor deverão estar juntos no "foco do cliente".

Seria possível relacionar os principais problemas enfrentados pelo Setor nesse momento?

Posso citar alguns:

- falta de uma política de distribuição - embora saibamos que as fábricas estão sensibilizadas sobre a importância deste item em função das mudanças que estão ocorrendo no mercado;
- falta de ética no setor;
- falta de comprometimento dos distribuidores para o atendimento das necessidades das fábricas, com baixo nível de profissionalização;
- alto nível de inadimplência;
- despreparo para competir com concorrentes internacionais;
- clientes insatisfeitos.

A senhora aceitou integrar a Diretoria do SINAPEL; quais suas expectativas em relação ao trabalho que será realizado nessa gestão?

Minha expectativa é de que possamos atuar em todo o território nacional e desenvolver, por intermédio do SINAPEL, um canal eficiente de modernização do setor e criação de benefícios efetivos, a exemplo da CIRP, dos quais todos poderão compartilhar. Áreas como logística, *marketing* direto, treinamento e outros poderão ser exploradas trazendo muitos benefícios para o setor.

A senhora é uma das poucas lideranças femininas do setor. Como encara a posição da mulher na Distribuição? No futuro, essa presença feminina tende a ser mais representativa?

Acho que não só no Brasil, como no mundo todo, o que conta é a competência, seja ela masculina ou feminina. A presença da mulher é algo inquestionável, inclusive no nosso setor. Há muitas mulheres atuando direta ou indiretamente; e elas, com certeza, terão seus lugares garantidos no futuro.

LIÇÃO DOS TRIBUNAIS

1. CONCUBINATO ESTÁVEL

Por diversas razões, nos tempos de hoje, o entendimento dos Tribunais sobre matéria tão relevante é do interesse de muitas pessoas, direta ou indiretamente. Esse o motivo da seleção de alguns acórdãos extraídos da Revista dos Tribunais e que assim podem ser sumariados:

96. O concubinato é considerado entidade familiar... e as questões a ele relacionadas devem ser solucionadas pelo Juízo Especializado de Família, nos termos do art. 9º da Lei 9.278. (Hoje, esse entendimento é norma legal e não só jurisprudencial, como no passado).
97. À pensão do segurado da Previdência Social, tem direito a companheira por ele designada como dependente. Para a mãe do segurado também concorrer à pensão, caso ele não a tenha reconhecido como dependente, deverá ser provada a dependência.
98. Construído prédio no terreno do companheiro com recursos exclusivos da concubina, a esta cabe o direito de receber o valor da construção quando do fim da união concubinária.

H.N. Morrone - Advogado - OAB/SP 7019

99. Dissolução do Concubinato - Partilha dos bens móveis na proporção de 50% para cada um. Bem imóvel financiado deve ser partilhado de acordo com o percentual da participação financeira de cada um.
100. Pensão Previdenciária - Redução da paga à esposa para ser dividida com a companheira: metade a cada uma.
101. Dissolução do Concubinato - Provada a sociedade de fato entre os companheiros, os bens devem ser partilhados, excluídos os recebidos a título de doação por um dos companheiros.

2. DECLARAÇÃO DO ISENTO (IMPOSTO DE RENDA)

"As pessoas físicas inscritas no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF, dispensadas da apresentação de Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda do exercício de 1998, deverão apresentar a Declaração de Isento, instituída por esta Instrução Normativa, com o fim de manter ativa a sua inscrição no CPF." (Art. 1º da I.N. nº 60, de 29.06.98, do Secretário da Receita Federal). **PRAZO: ATÉ 30 DE NOVEMBRO DE 1998.**

COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA GERA NOVAS OPORTUNIDADES

—A Cia. Suzano, atenta ao que está acontecendo no setor gráfico-industrial, reforça a parceria com seus distribuidores e clientes, identificando as tendências dos mercados gráfico e papeleiro, na virada do milênio.



Paulo Sodré, gerente de desenvolvimento de produtos e Armando Varela, gerente comercial, ambos da Cia. Suzano.

O futuro do papel na era da comunicação eletrônica é tema que vem sendo exaustivamente debatido.

Ao que tudo indica, longe de desaparecer, o papel tende a evoluir para atender às exigências da indústria gráfica que, para fazer frente à concorrência da mídia digital, tem realizado expressivos investimentos em modernização tecnológica, tornando-se cada vez mais competitiva e rigorosa quanto à qualidade dos trabalhos impressos.

Segundo dados do BNDES - Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social - a indústria gráfica investiu, nos últimos sete anos, mais de US\$ 3 bilhões em modernização de equipamentos.

Com isso, a parceria entre os setores papeleiro e gráfico tem-se intensificado, como demonstra a iniciativa da Cia. Suzano de Papel e Celulose, que pesquisou e desenvolveu o "Film Coating", um novo tipo de papel para impressão (*on-machine*). O produto tem sido destaque em encontros que a companhia realizou recentemente, em cinco Estados, com o objetivo de discutir o impacto das novas mídias no consumo de papel.

"O futuro e a evolução dos mercados gráfico e papeleiro constituem tema

instigante. De um lado, há a preconização do fim da era do papel, com substituição da informação impressa pela eletrônica; de outro, há convicção de que o papel continuará indispensável", comenta Sérgio Rossi, consultor contratado pela Suzano e responsável pela apresentação dos *workshops* no Paraná, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Minas Gerais e São Paulo.

"Pesquisas comprovam que 60% das empresas informatizadas utilizam papel e acreditam no aumento da demanda do produto; 70% das empresas presentes na Internet aumentaram a quantidade de malas-diretas enviadas; 42% dos usuários da Internet imprimem suas consultas e 70% de todos os computadores instalados estão integrados a uma impressora". Estes são dados positivos apresentados pelo consultor, que enfatiza o forte apelo cultural da informação impressa, intimamente ligada ao homem desde o documento que atesta o seu nascimento até aquele que comprova o seu óbito.

TECNOLOGIA PIONEIRA

Para o desenvolvimento do "Film Coating" - marca patenteada pela Cia. Suzano, que inaugura uma nova categoria no segmento de papéis pigmentados, denominada *on-machine*, isto é, papéis revestidos e calandrados em máquina - foram necessários três anos de pesquisas e investimentos estimados em R\$ 18 milhões.

Paulo Sodré, gerente de desenvolvimento de produtos da Suzano, explica que a aplicação de revestimento e a calan-

dragem do papel realizadas em uma única máquina, além de simplificar o processo de fabricação, representam ganhos significativos em custos e produtividade.

Segundo a Câmara Brasileira do Livro - CBL - o setor editorial registrou crescimento médio de 49% entre os anos de 1992 e 1995. Estima-se evolução de 12% ao ano, no segmento de livros (especialmente didáticos). Isso deve assegurar a expansão do consumo de papel de imprimir e escrever no Brasil.

Entre as principais características do "Film Coating" destacam-se qualidade de impressão, alta definição de imagem e excelente reprodução, em comparação com o papel *offset*. Fabricado com 100% de celulose, o novo papel está disponível nas gramaturas 80, 90 e 115 g/m², nos formatos padrão. "Também pode ser encontrado no formato 48 X 66 cm, para atender pequenas e médias gráficas que utilizam impressoras de meia folha, no sentido da fibra", informa Sodré.

A produção inicial do "Film Coating" será de 400 a 600 toneladas mensais e estima-se alcançar já em 1999 a plena capacidade instalada: 2500 toneladas/mês.



Sérgio Rossi apresentando um "workshop".

A todos os fornecedores de papel será facultado utilizar este espaço para divulgar seus produtos, estratégias e outras novidades. Os interessados deverão entrar em contato com a secretaria do SINAPEL.

Os Benefícios do Convênio CIRP e SERASA

"Suprir de maneira integral as necessidades específicas das empresas associadas ao SINAPEL, disponibilizando o mais abrangente sistema de informações comerciais existente no mercado, que reúne tudo que o executivo financeiro necessita para agilizar as decisões de vendas a prazo, minimizar os riscos financeiros dos seus negócios, recuperar créditos problemáticos e contar, ainda, com o excelente instrumento para inibir a ação de empresas *golpistas*". São as metas do acordo recentemente firmado entre a CIRP - Central de Informações do Ramo Papeleiro e a SERASA - Centralização de Serviços dos Bancos S/A, explicou Laércio de Oliveira Pinto, superintendente de Produtos-Pessoa Jurídica - da Serasa, nesta entrevista concedida ao CANAL SINAPEL.

Na decisão da Diretoria do SINAPEL de firmar o convênio, dentre outros aspectos, teve forte influência o fato de a SERASA já relacionar-se de maneira positiva com o setor de papel. O superintendente também realça a importância disso: "Muitas empresas do setor já eram nossas clientes antes da assinatura do acordo. A parceria firmada estreitará ainda mais essa aproximação e permitirá o desenvolvimento de soluções ajustadas às necessidades específicas do setor."

A SERASA, de sua parte, também levou em conta alguns outros fatores ao aceitar desenvolver um serviço diferenciado para atender ao setor: "Consideramos, em primeiro lugar, a idoneidade, a importância e a representatividade da entidade que representa as empresas do segmento, assim como, a contribuição para a melhoria do processo decisório de crédito das empresas." Nesse sentido, a solução desenvolvida para o SINAPEL proporciona ainda mais segurança e agilidade na realização de vendas a prazo, torna o processo de cobrança e recuperação de crédito mais eficaz e inibe a ação de empresas não idôneas", comentou o superintendente.

Não há dúvida de que ocorrerá melhora significativa na qualidade dos serviços prestados, pela ampla abrangência

das informações colocadas à disposição dos associados do SINAPEL. "Com a solução desenvolvida pela SERASA, além da visão do segmento, as empresas passam a ter também a de todo o mercado. Isso é muito importante, porque as empresas em dificuldade financeira, como não podem pagar todos os seus compromissos pontualmente, priorizam o pagamento dos fornecedores que consideram mais importantes, em detrimento de outros. Assim, uma empresa pode estar pagando pontualmente seus compromissos dentro do segmento, mas já está atrasando em outros", explica Laércio Pinto. Ele prossegue: "É preciso conhecer não só como o cliente se comporta no seu

transmissão eletrônica de dados tem um módulo de criptografia que torna as informações remetidas indecifráveis até a chegada aos computadores da SERASA. Ao chegar ao ambiente de computação, os dados individuais de cada empresa são decodificados e, em seguida, somados com os das demais empresas, sempre por processos automatizados, gerando-se uma posição consolidada, sem identificação das fontes. "É importante destacar que a SERASA se notabilizou e ganhou reconhecimento público, justamente pela sua tradição de centralizar informações confidenciais para o Sistema Financeiro, tornando-se conhecida pela seriedade e imparcialidade", ressaltou Laércio Pinto, após explicar como o sistema funciona de modo a garantir a confiabilidade do serviço.

Ele fez questão de ressaltar que é essencial as empresas assumirem a postura de compartilhar dados e informações: "É uma tendência mundial irreversível e contribui para a redução do risco de crédito do segmento e do próprio mercado. Hoje, quem não compartilhar informações ficará privado de conhecer como as empresas se comportam nos seus relacionamentos de negócios. Os dados sobre o comportamento e informações sobre pendências financeiras (dívidas vencidas e não pagas) são os grandes instrumentos para apoiar os processos de concessão e recuperação de crédito". Portanto, as empresas integradas a essa tendência "ficarão cada vez mais competitivas, pois decidirão, com base em um conjunto de informações muito superior ao utilizado pela concorrência, diminuindo o seu nível de inadimplência e reduzindo, conseqüentemente, o custo de seus produtos".

A SERASA, por intermédio do superintendente, recomenda às empresas que agilizem o processo de envio de dados para que as informações específicas do segmento possam, o mais rapidamente possível, refletir a representatividade do ramo papeleiro. "A SERASA se dispõe a dar todo o apoio necessário para que as empresas associadas ao SINAPEL possam agilizar a conclusão dos processos de preparação e envio de dados", concluiu Laércio Pinto.

Como participar da CIRP?

Ligue ao SINAPEL e solicite a visita de um profissional que informará tudo a respeito.

Tel.: (011) 293-0922

segmento de atuação, mas também como está se comportando no mercado como um todo e, dessa maneira, os fornecedores terão condição de colocar em prática uma velha e boa máxima de crédito que diz: *Muito mais importante do que saber o momento de entrar, é saber o momento exato de sair de um crédito concedido.*"

O sistema diferencia-se também por oferecer segurança aos usuários. O produto está fundamentado no conceito de reciprocidade; portanto, somente as empresas que fornecem informações sobre os pagamentos efetuados por seus clientes têm acesso às informações consolidadas do segmento e do mercado. A falta de remessa ou envio de dados sobre hábitos de pagamento, perfil de compras e compromissos, fora dos prazos e condições estabelecidos, implicará no bloqueio de acesso a esse conjunto de informações. O *software* utilizado no processo de

A Distribuição de Papel Imprensa



A produção brasileira de papel imprensa deverá, neste ano, estar próxima de 270 mil toneladas, estima-se o consumo em torno de 700 mil toneladas.

Nesse contexto, PISA e KLABIN, as duas exclusivas fábricas desse papel, teoricamente não teriam dificuldade para comercializar todo o volume produzido; mas há aspectos que merecem maior reflexão, como, por exemplo, a concorrência do papel importado.

Sobre esse e outros assuntos, conversamos com o gerente comercial da PISA - Papel Imprensa S/A, Marco Antonio Bodini.

A PISA produz anualmente 185 mil toneladas de papéis à base de pasta de alto rendimento, das quais 25 mil toneladas são alocadas no mercado "não imprensa", o qual é composto de gráficas, editoras e outras empresas não relacionadas com atividades editoriais.

Para a distribuição do papel imprensa, atualmente, a PISA conta com as seguintes empresas: Samab, Branac e T.Janér, além da Celpav, que atende às regiões Norte e Nordeste. Juntos, esses distribuidores colocam no mercado apenas 9% da produção total. A participação já foi bem mais significativa no passado (aproximadamente 40% do volume total comercializado). De acordo com Marco Bodini, "a redução ocorreu em razão da incidência tributária nas vendas realizadas pelos distribuidores". Convém observar que o papel imprensa importado é imune a todos os tributos por determinação da Constituição Brasileira. "Isto faz com que sejamos obrigados a ter no Brasil condições internacionais de custos, para podermos competir com os produtores do exterior", esclarece Bodini. Outro fator que interferiu na atuação dos distribuidores foi o trabalho de reestruturação dos serviços logísticos da PISA, que "melhoraram significativamente, permitindo à indústria propiciar atendimento direto, confiável e em condições econômicas adequadas".

O entrevistado observa que no mercado de "não imprensa", por sua própria característica de pulverização dos usuários

finais, os distribuidores têm participação estratégica. "A PISA tem buscado promover um relacionamento com seus distribuidores, de forma a criar uma sintonia maior entre o fabricante, o distribuidor e o mercado, visando antecipar as necessidades e adequar os serviços e produtos às mudanças que têm ocorrido."

Quando se analisa o mercado de papel imprensa, também é relevante notar que o consumo *per capita* brasileiro é prejudicado pelo baixo desenvolvimento cultural e educacional do povo. Na opinião de Bodini, "o incremento está diretamente ligado ao sucesso da política educacional brasileira". Ele ressalta que alguns jornais têm promovido diversos eventos em escolas de primeiro e segundo grau, visando estimular o hábito de ler periódicos.

Referindo-se ao trabalho desenvolvido pelo SINAPEL, ele comentou: "Esperamos que o Sindicato continue promovendo a melhoria dos serviços de distribuição e maior integração entre as indústrias e os distribuidores. Também é muito importante que seja dada seqüência ao serviço de proteção ao crédito do setor". Bodini sugere, ainda, que se busque maior integração entre a CIRP e o CONCHECRE (Convênio de Chefes de Crédito) da Bracelpa (Associação Brasileira dos Fabricantes de Celulose e Papel), responsável pela troca de informações sobre a credibilidade e liquidez dos clientes atendidos pela indústria.

CANAL **SINAPEL**

Praça Sílvia Romero, 132 - 7º and. cj. 72
CEP 03323-000 - São Paulo - SP.

IMPRESSO