

o quarta-feira, 12 de maio de 1993

Cidades

Folha da Região

BIRIGUI

Kiuti reúne quase dois mil trabalhadores

O departamento de Recursos Humanos da Kiuti Indústria e Comércio de Calçados Ltda. promoveu de 1 a 5 de maio a Semana do Trabalhador, que envolveu quase todos os 2 mil operários.

As comemorações foram iniciadas no sábado, dia primeiro, com diversas atividades esportivas no Centro Recreativo da empresa.

Da programação, que foi reiniciada na segunda-feira, dia 3, foram cumpridas as seguintes etapas pelos trabalhadores:

Dia 3 - Exposição de trabalhos manuais feitos pelos próprios empregados da Kiuti: esculturas, bordados em tela, flores em tecidos, confecção de roupas, crochê, tricô, poesias, doces em compotas, pinturas, etc.

Na terça-feira, dia 4, às 10h45, 11h45 e 12h45 foi encenada a peça teatral criada pelos trabalhadores; às 17h45 - palestra sobre Administração (vídeo e texto), lida com o professor Osborn Cesar Barros Almeida.

Dia 5, quinta-feira: Aeróbica, com a Academia de Ginástica "Sport Center", de

Araçatuba, das 11 às 12 horas. No mesmo horário, apresentação de jazz pelos trabalhadores; das 17 às 18 horas o casal Paulo Martins Bonifácio e Mafalda desenvolveram a palestra: "Os jovens e suas perspectivas de vida no amor".

A apresentação de judô e Karatê, com a equipe do Sesi de Birigui, no horário das 11 às 12 horas, marcou o início da programação do dia. Os operários da empresa também fizeram apresentação de karatê, no mesmo horário. Às 20 horas aconteceu a palestra "Relacionamento Conjugual e Filhos", com o casal Antônio Luis de Lucas e Dom.

Na sexta-feira aconteceu o encerramento das atrações, com a apresentação de Tae-Kun-Do, da equipe do Sesi de Birigui, e comemoração pelo Dia das Mães.

A diretoria da empresa achou plenamente satisfatória a iniciativa pela participação espontânea de todos os trabalhadores. Os organizadores, principalmente Antenor Rulli e Ademir Stabile, disseram que valeu o esforço da organização.

Empresa gaúcha vem mostrar sua coleção

A empresa Mesalúrgica Eberle, do Rio Grande do Sul, fará em Birigui o lançamento da sua coleção verão 93/94, no dia 13 de maio, às 20 horas, no Birigui Pôrnia Clube.

Os convites já estão sendo distribuídos pela representante da empresa na cidade; a S. M. Comercio e Representação, cujos diretores Sérgio Bortolara e Miguel Molina empõem-se pessoalmente na presença dos empresários.

Na oportunidade os diretores da Eberle mostrarão o lançamento da coleção (avaliamentos) verão 93/94, distribuirão as tendências verão 93/94, farão abordagens interessantes sobre cores, formas, tecidos e acabamentos, e projetarão slides das principais vitrines da Europa e NY (confecção, sapatos e acessórios).

Realização de cursos técnicos movimentou setor do Vestuário

O Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui e Região (patronal), que tem na presidência o empresário Antônio Liranga, está anunciando a realização de três importantes cursos ao mês de maio, na cidade, voltados especificamente à área do vestuário (calçados e confecções). Na quarta-feira foi iniciado o Curso "Manutenção de Máquinas de Confeção Industrial", na Unidade de Treinamento "Avak Redoucas". Trata-se de uma unidade movida a Senai, com 20 máquinas 12 retas, nas marcas Singer e Pfaff; 3 overlocks, 1 miterador, 1 decolante, 1 espiçador, 1 galonete e uma máquina elétrica para Sastag. O instrutor é Almir de Carvalho Lima, do Senai de São Paulo, que há o mês está como efetivo do Curso.

Devido ao interesse dos

empresários em ter um profissional na indústria que efetue a manutenção básica, as vagas, em número de 24 (12 em cada período do dia), foram preenchidas em menos de uma semana, o que forçou a realização de novas turmas normais de ensino. Já existem 14 candidatos inscritos e os interessados podem se inscrever a vagas através dos telefones (0188) 42-2201 e 42-2821.

No período de 17 a 20 de maio, no horário das 19h45 às 22h00, será realizado o Curso "Organização e Administração de Produção", patrocinado pelo Selnia. As 30 vagas oferecidas já foram preenchidas em menos de duas semanas. O curso será ministrado em conjunto com o Selnia Regional através da apresentação presencial diária, de 14 de junho.

10 ARAÇATUBA
domingo, 27 de junho de 1993

Economia

Folha da Região

Klin se reestrutura para garantir mercado

Sistema de telefonia celular é garantido por ação da Justiça

BRASÍLIA - A segunda turma de julgamentos do Superior Tribunal de Justiça (STJ) concedeu liminar para garantir às empresas Telecomunicações Brasileiras S/A (Telebras) e Telecomunicações de São Paulo S/A (Telesp) a continuação do programa de implantação de telefonia celular móvel em São Paulo. A liminar garante o cumprimento do contrato firmado entre as duas empresas e a NEC do Brasil S/A para a instalação de 83 mil linhas desse tipo na Capital paulista, até que o Tribunal julgue definitivamente o recurso contra a decisão do Tribunal de primeira instância que havia suspenso a execução dos serviços.

O contrato com a NEC foi suspenso pelo juiz Federal Carlos Alberto Rocha, atendendo a um mandado de segurança ajuizado pela empresa Ericsson que se sentiu prejudicada no processo de licitação que escolheu a NEC do Brasil. De acordo com a Ericsson houve favorecimento da NEC que descumriu cláusula do próprio edital de licitação, que proibia a oferta de equipamento importado quando houvesse similar fabricado no Brasil. A Telebras e a Telesp já haviam recorrido, sem sucesso, ao Tribunal Regional Federal do Estado que manteve a decisão do juiz de primeira instância.

No recurso enviado ao STJ as duas empresas alegam prejuízos irreparáveis com a paralisação das obras para implantação do serviço que estão em fase final. O contrato firmado com a NEC é de R\$ 1,47 bilhões que foram obtidos por conta de financiamento garantido por títulos do governo. De acordo com as empresas, a suspensão do contrato poderia gerar a perda destes financiamentos negociados a curto prazo e prazo longo.

Para se adequar ao mercado e ao crescimento que vem tendo nos últimos anos, a indústria do calçado Klin, de Birigui, reestruturou seu setor administrativo, implantando entre outras coisas, um departamento de marketing na própria empresa, coordenado por profissionais de alto gabarito. O setor de produção, também sofre alterações, assim como todos os demais. Para o diretor comercial da indústria, Carlos Alberto Mestriner, atualização faz parte da rotina e deve ser seguida na medida do possível e das necessidades de cada empresa.

Em quase uma década de atividades, o Klin é uma das poucas empresas da cidade que tem a preocupação de atualizar-se constantemente e a vontade de inventar e inovar sempre. A reestruturação administrativa da empresa marca uma nova fase para a Klin.

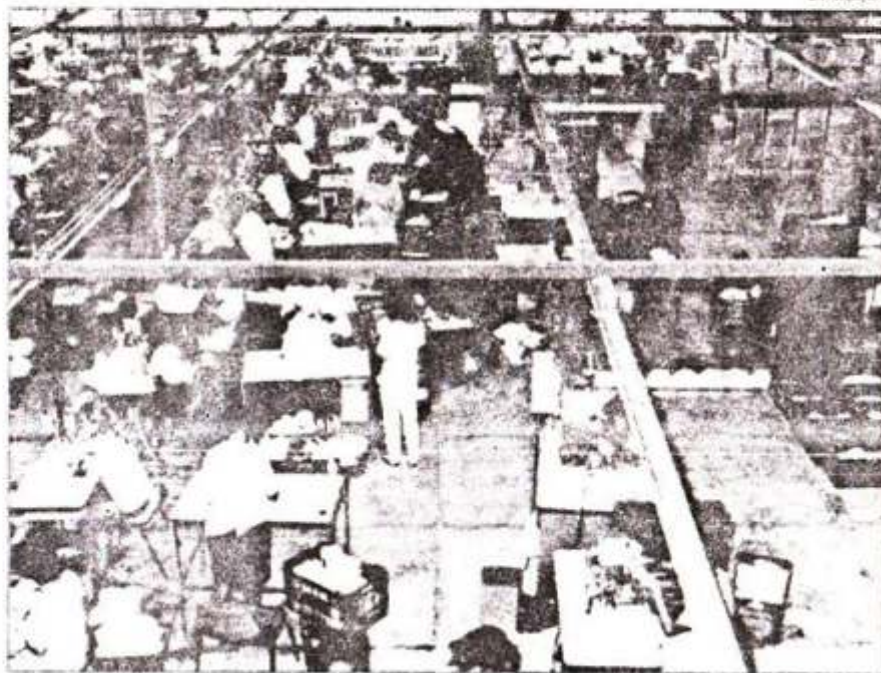
O setor de marketing, por exemplo, já conta com programas que estão sendo seguidos a risca, sem a interferência de qualquer pessoa que seja. A divulgação dos produtos, utilização da mídia adequada estão entre as preocupações do novo sistema implantado.

O setor de produção também sofre alterações, porém não. Os diferentes de antes - a empresa sempre fez questão de que seus funcionários participassem de cursos de especialização. Em consequência, maior satisfação para o trabalhador que atua na indústria, qualidade no desempenho do trabalho e aperfeiçoamento.

Todos os setores passam a fazer parte da rotina de especialização e aperfeiçoamento. Isto diferencia a Klin de empresa que tem a preocupação de preparar apenas seus diretores ou chefes de setores.

ADEQUAÇÃO AO MERCADO

Mesmo com todos esses planos e projetos, a Klin não escapou das consequências da crise econômica da economia instável que circula pelo país. Desta forma, de alguns meses para cá, teve que diminuir sua produção de pares/dia. "Fizemos isso para nos adequarmos ao mercado. Nossa produção atual sempre com muita cautela nos mesmos níveis do ano passado. Acreditamos que para o segundo semestre haja uma estabilidade na produção, ou seja, o retorno aos mesmos níveis do ano passado", explicou. Outro fator que interferiu na retomada e reestruturação da empresa de forma séria, segundo Mestriner, foi a introdução dos importados no país. "A era dos importados fez muita gente repensar a respeito de muitas coisas. Quem não tiver produtividade e qualidade não terá espaço.



Setor de produção da Calçados Klin, que também sofreu modificações

Folha da Região

Economia

ARAÇATUBA 13
domingo, 4 de julho de 1.993

Indústrias de Birigui prontas para a Francal

Irenita Lagrotteria

Dez empresas de Birigui participam da Feira Nacional do Calçado, entre 6 e 8 de julho em São Paulo. É a 25ª Francal, que mostrará as tendências em calçados e afins para a próxima estação. O forte dos expositores biriguienses continua sendo o tênis, mas as indústrias estarão expondo também, sapatos, sandálias e bolsas. Da dez indústrias de Birigui, apenas uma não fabrica calçado e sim bolsas. A expectativa é grande em relação ao que será o segundo semestre do ano e a feira é um ponto de referência fundamental.

Enquanto alguns fabricantes divulgam seu trabalho e expõem os artigos que irão levar à feira, outros guardam a sete chaves seus segredos. Nem tanto por modelagem ou para causar expectativas, mas muitos em função de costumes da própria empresa.

A indústria e comércio de bolsas Mário Prata está bastante otimista e espera fechar pedidos para pelo menos dois meses de produção. Instalada em Birigui há cinco anos, é a primeira vez que participa da Francal.

A empresa Mário Prata levará duas linhas de bolsas em croco e corino. São mais de 30 modelos, o que oferece amplas opções aos comerciantes.

Os diretores da Mário Prata, Mihran Jr. e Eduardo Miguel Pedra, criaram para a Francal um sistema inovador de atuação: para clientes cadastrados existe um convite es-



A Francal 93 tem início nesta terça e contará com dez empresas de Birigui.

pecial que concede 5% de desconto nas compras efetuadas, o que o torna um cliente especial. Segundo Mihran, o primeiro semestre do ano foi bastante instável e a tendência é melhorar daqui para frente. "A feira dará uma posição mais concreta em relação aos negócios. A nossa expectativa mínima é de 45 dias de produção", completa.

Outra indústria a participar da Francal 93 é a Klin. Com presença assídua, a Klin leva tênis, sapatinhos e sandalhinhas da própria marca e também Pampili. Em relação ao volume de vendas, a direção não quis arriscar um palpite, mas considera, como

sempre, positiva a participação, mesmo porque os contatos registrados são de suma importância. Para este ano, a Klin mudou o modelo de seu estande e ampliou a área ocupada. O desenho do estande refere-se a embalagem utilizada pela empresa para os seus artigos.

A Kiuti expõe junto as empresas de sua rede - a Pro-tek-tiv e Pé de Anjo. Conta com tênis, sapatos e sandálias, atendendo diversas numerações, modelos e gostos. Também expositor tradicional, a Kiuti mede o grau de contatos e principalmente de vendas durante a exposição. A empresa não é uma das

indústrias que sempre teve sua produção fechada por vários meses, garantindo sua atuação. Nos últimos tempos sentiu um esfriamento no mercado, fato que atingiu diversas indústrias, mas que não afetou a empresa de forma negativa em virtude de contar com uma estrutura forte e adequada.

A Marckstein Indústria de Calçados tem como carro chefe o tênis, mas apresenta também graciosos sapatinhos. Em cinco anos de atividades é uma empresa que já se consolidou no mercado calçadista brasileiro. O modelo do estande será um castelo e as expectativas quanto a volume de vendas estão otimistas.

A Popi leva linhas tradicionais do infantil ao adulto em diferentes versões. Novas alternativas serão apresentadas pela indústria que sempre buscou aperfeiçoar seu trabalho para atender melhor os clientes.

Calçados infantis, principalmente o tênis e alguns modelos dedicados ao adulto, são divididos entre os vários expositores. A Bical leva o tênis como o forte da produção e deixa as novidades e resultados para serem comentados na feira Kids e Pinóchio também estão otimistas em sua primeira participação na Francal.

O importante segundo os fabricantes é a participação, pois gera contatos promissores e duradouros. Conhecer os clientes de perto e sentir as necessidades de cada um influencia as futuras investidas.

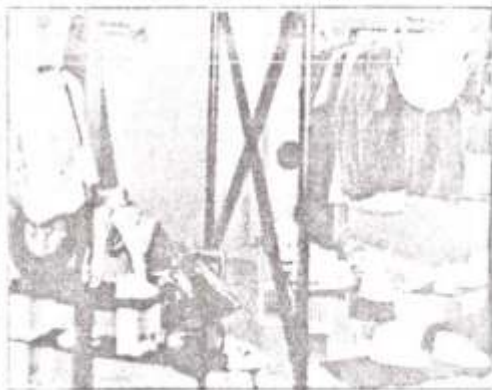
IRENITA LAGROTERIA

Novo visual ressalta participação da Popi



Foto: Irenita Lagroteria

Atendimento de visitantes durante toda a exposição.



Modelagem teve numeração juvenil ampliada para o 43.

A Popi Indústria e Comércio de Calçados Ltda, teve como principal atrativo na 25ª Franca, seu novo logotipo, que tem como base a mudança no grafismo. Mais dinâmico, atual e jovem, condiz exatamente com os produtos fabricados pela empresa. A marca Popi leva junto a si o desenho de um ícone denotando movimento. Em todas as exposições que participa, a Popi tem como preocupação, fixar sua marca, fazer contatos e analisar o perfil de seus consumidores através dos clientes. Além da novidade no logotipo, a indústria levou à feira, modelos com inovações na modelagem, complementação de modelos e ampliação da numeração infanto-juvenil.

Sem dúvida, o novo ícone criou impacto desde a entrada do estande, que também sofreu modificações. Na parte estrutural, a empresa utilizou as cores vermelho e prata para compor o logotipo. Já na modelagem, diversas cores compuseram o visual. O novo grafismo criou a menção de ícone e vem sendo trabalhado em algum tempo pelo departamento de marketing da empresa. Outro ponto marcante da Popi foi a ampliação da numeração das linhas fabricadas. Destinadas ao público jovem, atenderam diversas mudanças após pesquisa nesse sentido.

De acordo com Dorietta Viaro Nucci, gerente de comunicação da Popi, uma pesquisa feita pela empresa apontou com detalhes o desenvolvimento físico das crianças nos últimos anos.

Os calçados da linha infanto-juvenil que antes variava a numeração 37 são fabricados agora até o 43. A prática esportiva e alimentação tem contribuído significativamente para o desenvolvimento físico das crianças e adolescentes. Segundo a pesquisa, todos os alimentos industrializados contam com alto teor de vitaminas e ativam o desenvolvimento. Isto ocorre em grande escala, principalmente em crianças que residem na região sul e sudeste do país, onde a indústria atinge o mercado de forma ampla.

A Popi complementou os modelos das linhas Dymacel, Popi Max e Primi Passi. Relançou as sandálias anatômicas para verão e colabora com a linha Aero Jump desde o bebê. O novo logotipo será totalmente introduzido nas linhas fabricadas, nas mais diversas cores. O novo visual, atraente e dinâmico, fruto de um trabalho sério de pesquisa, foi a grande atração do estande da Popi que agora conta com uma linguagem ligada exatamente ao que representa - movimento, ação e juventude.



A gerente de comunicação da empresa Dorietta Viaro Nucci explica para o público.



Exposição de calçados e roupas para o público jovem.

Folha da Região
20 Caderno

ARAÇATUBA
quinta-feira, 15 de julho de 1.993

IRENITA LAGROTERIA

Marckstein cria impacto com mudança radical do estande

A ousadia da Marckstein Indústria e Comércio de Calçados Ltda. criou grande impacto nos visitantes da Franca 93, levando totalmente seu estande, chamou a atenção de todos os que circulavam pelos corredores da moda calçadista brasileira. Uma mudança radical contribuiu para fortalecer o sucesso que a empresa vem tendo em cinco anos de atividades. Além do novo visual do estande de contos de fada transformado em castelo de terror, os modelos em tênis, sapatinhos e sandálias foram destaque entre as opções para os lojistas que visitaram a feira.

Nos últimos anos, a Marckstein apresentou seus modelos num estande em forma de castelo, em rosa e branco, o trabalho desenvolvido com sua logo-marca, que leva um traçado e grafismo semelhante com a palavra "Marckstein" - lembrando ter-se feito com que todo o seu visual fosse modificado. Não faltava um terror horrível e assustador e sim um terror infantil, os peças que a empresa mantém e, com certo impacto.

O castelo continuou na forma de estande da empresa, sendo inovado por uma estrutura mais agressiva e que leva seu nome, hoje bastante conhecido no cenário calçadista brasileiro. A cor utilizada em

predominância foi o roxo. No interior do estande, vassouras de bruxa, chapéus e outros objetos dessa linha.

O movimento foi intenso durante os dias de exposição, não apenas pelo impacto causado pelo novo visual, mas pelos modelos apresentados pela Marckstein aos clientes. A linha bebê, totalmente em couro teve grande receptividade. Ela leva a marca Baby Line e conta com, modelos graciosos e confortáveis. Os tênis, da marca Marckstein agradou pela complementação dos modelos. Os sapatinhos e sandálias em verniz e sapatinhos em nobuc também foram atrações e pontos significativos de vendas.

Bons contatos foram efetuados pela empresa, tanto com visitantes do país quanto do exterior. Mas o forte das vendas ficou para o mercado interno. Na opinião dos diretores da indústria, Denilson Eckstein e Dairton Morin, nem sempre é vantagem atingir o mercado externo por causa da concorrência desleal de alguns produtores de calçados. Os negócios fechados foram favoráveis, embora os diretores da indústria tenham notado que os clientes têm diminuído a quantidade comercializada e mantendo um padrão de estoque por poucos meses. Os modelos de maior destaque foram os tênis e sapatinhos em verniz e nobuc da Marckstein, que levam também as marcas Baby Line e Baby City.



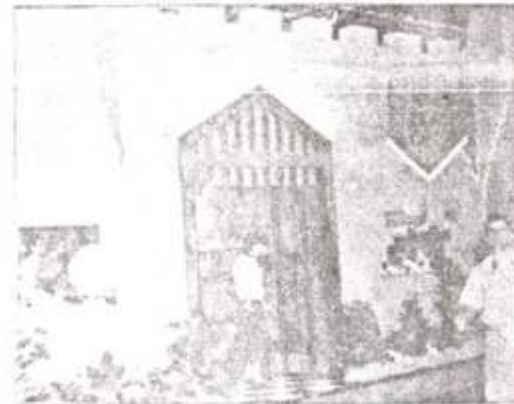
Os diretores da empresa, Dairton Morin e Denilson Eckstein.



Um cliente inspeciona o estande e conferiram modelos durante todos os dias de exposição.



Denilson Eckstein explica aos clientes os modelos da empresa.



Uma grande variedade de calçados em exposição.

BIRIGUI

Pequenos empresários viajam até a Capital para conhecer Francal

Um grupo de 46 pequenos e micros empresários do setor calçadista biriguiense viajou ontem à noite para São Paulo, capital, com o intuito de conhecer a Francal, tradicional feira do setor calçadista que reúne todos os segmentos da indústria do calçado brasileiro.

Todos os participantes do grupo fazem parte da Associação de Pequenos e Micros Empresários do Setor Calçadista de Birigui, que congrega além dos pequenos fabricantes de calçados também os distribuidores de componentes. Amarildo Roberto, que possui uma micro empresa ligada ao ramo, no Bairro Tozelar, é o presidente da entidade fundada em janeiro deste ano.

Ela ainda é pouco conhecida, mas já esteve em diversas feiras e se organiza para estar em outras, além de aumentar o número de associados dos atuais 48 para algo em torno de 80, o que representa cerca de 70%

dos micros e pequenos empresários do calçado de Birigui.

Os pequenos e micros empresários estarão participando hoje do segundo dia da Francal, das 12h00 às 20h00 (a Feira foi aberta ontem e seu encerramento será amanhã). Eles pretendem acompanhar a exposição de produtos do ramo e tomar conhecimento sobre a tendência da moda para os próximos meses. Se algum negócio for concretizado nesta viagem deverá ser com membros da indústria do setor de peças e componentes para calçados e em nome da Associação.

O grupo viajou ontem e retorna hoje, devendo chegar na madrugada de amanhã em Birigui. Segundo Amarildo Roberto, presidente da Associação, a sua entidade arca com 50% do valor do frete do ônibus que levou os empresários e os outros 50% foram pagos pela prefeitura municipal.