

Folha da Região

# Economia



Eclusa de Jupia vai ampliar extensão da Hidrovia Tietê-Paraná em 2,4 mil quilômetros

■ PÁGINA 8

E MAIS

Suplicy convoca ministros para explicar envolvimento em esquema de corrupção

■ Ano 26 ■ Araçatuba (SP) ■ Sábado, 10 de janeiro de 1998 ■ Nº 3.000

BIRIGUI

EXPOSIÇÃO/A maior feira do setor acontece de 13 a 16 deste mês, no Pavilhão de Exposições do Anhembi, com a participação de 700 empresas

Sérgio Menezes

## Calçadistas de Birigui vão à Couromoda

MARREY JÚNIOR

Vinte e quatro indústrias biriguienses de calçados vão expor seus produtos na 25ª Couromoda, que acontece entre os dias 13 e 16 de janeiro, no Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo. Essa é a maior feira do setor, com cerca de 700 expositores de calçados masculino, feminino, infantil e acessórios, e público estimado em 60 mil pessoas. Paralela à Couromoda acontecerá a 19ª Feninfer, feira de confecções e acessórios de moda.

Dez empresas de pequeno porte fizeram uma parceria com a agência do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Se-

brae/SP) de Araçatuba e com o Sindicato das Indústrias de Calçado e Vestuário de Birigui (SICVB) e montaram uma ilha (quadra com vários expositores), onde divulgarão seus produtos. Este é o segundo ano do convênio em que o Sebrae/SP subsidia 50% do custo do espaço.

No ano passado, 31 indústrias de Birigui participaram da feira. De acordo com o secretário-executivo do SICVB, José Manoel Sanchez, muitas empresas que participaram no ano passado estão com dificuldades de expor este ano. Sanchez lembra que a Couromoda é o primeiro evento do setor realizado em 1998, onde os expositores mostram os lançamentos das coleções de outono e inverno. "É um termômetro do

setor no primeiro semestre, onde são divulgados os produtos, realizados negócios e contatos com importadores norte-americanos, europeus e do Mercosul", ressalta.

A expectativa dos calçadistas é superar, em 500 mil pares, as vendas do ano passado na Couromoda, que foram de 360 mil e equivalem a quatro dias de produção. Para Sanchez, o movimento de 97 é considerado pequeno.

A explicação para a expectativa de aumento nas vendas este ano é a boa performance do comércio varejista no final do ano passado, que terá que repor seus estoques e se preparar para comprar os novos lançamentos do mercado.

**MOSTRAS** -A indústria

de calçados Marckstein mostrará na Couromoda novas linhas de tênis infantil, a Space e a Babysity, além de seus produtos tradicionais. "Esperamos negociar de 40 a 50 mil pares, que equivalem a uma produção de 15 dias de trabalho da nossa fábrica", afirma o gerente de vendas Roberto Satyro Geremias.

"A feira será importante para divulgarmos nossos produtos e fazermos contatos. A tendência de participar de feiras é mais fazer marketing do que vender", comenta a assistente de vendas da indústria de calçados Danzer, Andréa Maria Ludwig, que mostrará as novas linhas bebezinho e modinha em estande que será montado no pavilhão da agência local do Sebrae/SP.



**VENDAS**/ Satyro: expectativa de vender a produção de 15 dias



Folha da Região

# Economia

Trabalhos reapresentam lucro líquido recorde no ano passado - PÁGINA 8

Caixa federal querada flexibilização do uso da FURTS - PÁGINA 5

E MAIS  
Clinton arma ofensiva contra denúncias de escândalos sexuais

ANO 26 - Araçatuba (SP) - Sábado, 24 de janeiro de 1998 - Nº 8.012

BIRIGUI

DESEMPENHO/Indústrias calçadistas venderam 400 mil pares na maior feira do setor, que aconteceu no Anhembi, nos dias 13 a 16 deste ano

## Couromoda foi elo para o Mercosul

por MURRY JONKER

Os países do Mercosul foram os maiores responsáveis pelo bom desempenho da indústria calçadista biriguiense na 25ª Couromoda, que aconteceu no Pavilhão de Exposições do Anhembi, em São Paulo, de 13 a 16 deste mês. Juntas, as 24 indústrias biriguienses que participaram da feira venderam 400 mil pares de calçados, a grande maioria para o mercado externo.

Apesar de os calçadistas terem vendido 20 mil pares a menos que em 97, o secretário-geral da Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Araçatuba (Sivica), José Manoel Pérez, considerou as vendas boas, já que o número de visitantes de Birigui na Couromoda em 97 foi menor que o atual.

Embora não precisasse de muitos números, Pérez afirmou que as vendas no mercado externo foram boas e, graças ao Mercosul, o movimento não foi ruim. "Apesar de somente no mercado externo teve um desempenho bom", disse.

Atualmente foi o país para o qual os calçadistas mais venderam, segundo da Sivica. "O mercado biriguiense tem se dado ao gosto do consumidor externo, principalmente os Estados Unidos para o inverno", ressaltou Pérez.

De cerca de 47 mil pessoas que

**NOVIDADES** - Os calçados esportivos, com solados rústicos, de cores escuras é a principal tendência dos sapatos infantis. Na linha social vai prevalecer as botas com cores sóbrias.

A novidade da feira foi uma fábrica montada pelo Centro Tecnológico de Novo Hamburgo em que participaram empresas que adotam tecnologia de ponta. Das indústrias biriguienses a Klin participou com a mão-de-obra e a Popi emprestou seus maquinários. Todos os calçados produzidos durante a feira foram doados ao programa Comunidade Solidária, do governo federal.

Sanchez aposta que para os próximos anos as feiras serão mais uma vitrine de exposição que um balcão de vendas, esta tendência está sendo firmada desde 1990. "É preciso fazer mais de contatos e de demonstrações das novidades, que vendas volumosas", fala Sanchez.

"Montamos o estande mais para contrabaterizar-nos com os nossos clientes. Descartamos a ideia de se trabalhar com metas durante a feira. Temos para estabelecermos contatos", informou o gerente de mercado externo da indústria de calçados Tip Top, Marvyls Andrade de Oliveira, afirmando que os resultados das feiras não são mais imediatos.

A Tip Top ainda não havia

Agência Estado



Folha da Região

# Economia

Países vizinhos ao Irã que vivem clima de temor e não querem a guerra.

Pesquisa desenha cenário pessimista para a indústria de transformação.

■ PÁGINA 10

■ Ano 26 ■ Araçatuba (SP) ■ Domingo, 22 de fevereiro de 1998 ■ Nº 8.037 ■

BIRIGUI

NEGÓCIOS/ Investimentos de R\$ 700 mil em marketing, incluindo veiculação de anúncios na imprensa e confecção da cartilha, têm retorno garantido

## Indústria investe em informação

ALESSANDRI NOGUEIRA

A Pampili, fábrica de calçados infantis de Birigui, resolveu lutar em informação para conquistar novos mercados, se diferenciar dos concorrentes e criar uma arma eficiente para os vendedores de calçados: um manual de orientação e consulta com dados que vai desde a fabricação até a escolha do produto adequado para o consumidor final.

A ideia de produzir cartilhas informativas para os revendedores de calçados partiu do departamento de marketing da empre-

As supervisora de marketing da indústria calçadista, Regina Romani, que visita todos os meses clientes da Pampili, percebeu a carência de informação dos vendedores. A publicação de um guia de São do País, que prevê com uma cartilha sobre calçados, cuja rede de lojas foi o ponto para que Regina detectasse a necessidade de transmitir mensagens sobre calçados aos vendedores de fábrica.

Em vez de que a mesma fábrica produza e apenas fabrique um produto de qualidade com preços competitivos, mas também fornecer material que ajude os revendedores de calçados a conquistar os produtos que vendem, afirma Regina.

O proprietário da Pampili, José Roberto Colla, usou como

nosso clientes", afirma.

Ele admite que a iniciativa pode gerar bons negócios, no entanto, faz questão de dizer que esse não era o objetivo principal do projeto. "O manual poderá ajudar a conquistar novos clientes, mas queremos satisfazer a necessidade de informação do mercado", complementa.

**RESULTADOS** - A estratégia de marketing já está rendendo bons resultados para a empresa. Regina Romani conta que a Pampili publicou há menos de um mês um cupom para aquisição do manual no Jornal Exultivo, dirigido ao setor calçadista, com 40 mil exemplares, e já recebeu mais de 100 pedidos da cartilha.

O interessante é que a maioria dos que solicitaram o manual não é cliente da Pampili. Isso dá a oportunidade para a empresa colocar o seu representante de vendas em contato com os potenciais clientes da empresa.

O proprietário da Pampili, José Roberto Colla, conta que as ações de marketing somaram investimentos de R\$ 700 mil, incluindo veiculação de propagandas em revistas, como Crescer, Pais & Filhos e Cláudia, além da fabricação de materiais de pontos de venda, como cartazes, moldes, banners, entre outros.

As lâminas impressas sete mil cartilhas, e os números da segunda edição estão sendo distribuídos pelo departamento de marketing.

Além da pesquisa de mercado, a confecção da cartilha implicou também na contratação dos serviços do Serviço Nacional da Indústria (Senai), que levou três



MARKETING/ José Roberto Colla: propagandas em revistas, como Crescer, Pais & Filhos e Cláudia. Editora de arte: Gilmor Laurence

### DICAS SOBRE...

- Conservação**
- Calçados em couro não são laváveis, o mais adequado à remover a sujeira com pano úmido ou escova de cerdas macias
  - Nunca deixe seu sapato secar ao sol ou em secadoras
  - Não limpe calçados com solventes, como álcool ou acetona
- Escolha certa**
- Calçados sintéticos não são aconselháveis às pessoas que suam muito
  - Na hora de comprar, calce os dois pés do sapato
  - A melhor hora de experimentar calçados é à tarde



**Curiosidades**

- Em 1995, de 15 marcas de calçados, apenas 40% tinham



BIRIGUI

15 VENTOS/ A Bicol já admitiu 200 em março; a Klin, 67 e ainda oferece mais 15 vagas

# Indústria calçadista volta a contratar

As indústrias calçadistas de Birigui voltaram a contratar depois do fechamento do governo, editado no fim do ano passado, e se preparam para produzir de 15 mil a 15 mil pares por dia. No início deste segundo trimestre, o mercado começa a se recuperar, com o número de pedidos às indústrias de calçados aumentando, por exemplo, com o fechamento de pedidos às indústrias de calçados infantis.

A empresa está repondo a mão-de-obra dispensada no final do ano, e se prepara para produzir de 15 mil a 15 mil pares por dia. No início do ano, segundo informações da empresa, a produção oscilou entre 10 mil a 12 mil pares por dia. Para o segundo semestre, época de pico para a indústria calçadista, a produção deverá superar a marca dos 16 mil pares diários. A Klin, indústria que também produz calçados infantis,

contratou 67 funcionários e está oferecendo outras 15 vagas. As contratações, segundo o gerente do departamento de recursos humanos da empresa, Claudio Forcacin, devem-se ao volume de pedidos que a empresa recebeu. Com 1,8 mil funcionários, a Klin produz 35 mil pares por dia e, a partir do segundo semestre, a produção deverá atingir 40 mil pares. Atendendo o mercado externo com 10% de sua produção, a

Klin planeja aumentar as exportações até o final deste ano, quando as vendas para o exterior deverão atingir 18% da produção. Segundo a supervisora do departamento de marketing da Klin, Mary Fazzin, a empresa pretende ampliar as exportações para países como Bolívia, Venezuela, Chile, Portugal, Grécia e China, além dos países que compõem o Mercado Comum do Cone Sul, o Mercosul (Argentina, Paraguai e Uruguai). (A.N.)

Paulo Gonçalves - 29/10/97



CA/ Piso equivale a 5 meses de seguro-desemprego

## Alguns trocam serviço por seguro-desemprego

Apesar do alto índice de desemprego em Birigui, muitos desempregados preferem abrir mão de uma vaga para receber as cinco parcelas do seguro-desemprego. O gerente do departamento de pessoal da Klin, Claudio Forcacin, conta que teve dificuldades para preencher as 82 vagas que a empresa estava oferecendo, porque a maioria dos trabalhadores que estão recebendo o seguro-desemprego não quer ser registrada em carteira para continuar recebendo o benefício. A intenção é receber dois vencimentos no mesmo tempo, mesmo que perdem esta básica e atendimento médico. O piso salarial da categoria é de R\$ 177,23. As cinco parcelas do seguro-desemprego corres-

ponde a esse valor. "O seguro-desemprego acaba sendo um concorrente para as empresas que trabalham cumprindo a legislação trabalhista", afirma Forcacin. A Klin começou a contratar no final de março, e ainda restam 15 vagas para serem preenchidas. Já passaram pela empresa 1,6 mil pessoas interessadas nas então 82 vagas oferecidas pela empresa. Além do seguro-desemprego, a empresa enfrenta ainda o problema da falta de escolaridade e de especialização. As vagas oferecidas pela Klin são para as funções de pesponteadeira, cortadeira, operador de máquina, montadores manuais, encostador de sola, chanfradeira e debruadeira. (A.N.)

## Klin fica em primeiro em pesquisa do Ibope

A Klin, indústria de calçados infantis, de Birigui, conquistou o primeiro lugar no mercado brasileiro de tênis infantis no ano passado, segundo pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Em segundo lugar na preferência dos brasileiros ficou com a Ortopé. Na verdade, houve uma troca de posição no ranking dos melhores.

Até o ano passado, a Ortopé ocupava o primeiro lugar e a Klin, o segundo. Para a supervisora do departamento de marketing da Klin, Mary Fazzin, a conquista do primeiro lugar é o reconhecimento de um trabalho voltado para a qualidade de seus produtos. Depois do reconhecimento, a Klin terá a grande responsabilidade para manter o título a que fez jus. (A.N.)

### Segundo lugar ficou com a Ortopé

#### INDICADOR ECONÔMICO

DÓLAR COMERCIAL FUTURO		INVESTIMENTOS (%)			
MAI/98	1,146654	CDB (30 DIAS)	1,87		
JUN/98	1,156465	OVER (AO MES)	2,94		
JUL/98	1,166300	CUB-SINDUSCOS DESP			
AGO/98	1,176300	MARCO	0,68		
VALORES DE REFERÊNCIA (R\$)		SALÁRIO MÍNIMO			
UFESP (UNID. FISC. EST.)	8,37	R\$	130,00		
TR		GRAMA (R\$)			
SET/NOV	9,7		11,63		
DEZ/FEV	9,7	INFLAÇÃO INDICES			
MAR/MAI	11,7	JAN	FEV	MAR	
		INPC (IBGE)	0,85	0,54	
		IPC (FIPE)	0,24	-0,16	
		IGP (FGV)	0,88	0,02	
		ICV (DIEESE)	0,70	0,26	
		ICV (CEEST/ARAÇATUBA)	0,71	0,17	0,37%
		TR (ABRIL)	0,4720%		
		TEP (8/4)	1,3052%		
		SEG/FAI-TR (14/4)	1,952379%		