

ESPECIAL POPI 7



Com linhas de moda, que consideram principalmente a anatomia dos pés das crianças, a Popi desenvolve um trabalho criterioso para o atendimento do mercado interno. Aqui está a maior prioridade da empresa. Para tanto, sua equipe de produção atua sempre atenta aos mínimos detalhes.

Conforme os diretores da empresa, o mercado interno oferece amplas condições para a realização de um excelente trabalho. A política econômica atual exigiu muito mais das indústrias de calçados, que tiveram suas responsabilidades dobradas, pois é fundamental que todas as crianças brasileiras tenham condições de calçar um sapato. E aí o aspecto preço é essencial, já que o poder aquisitivo diminuiu bastante.

Por isso, além da sua linha tradicional de sandálias de couro, a empresa nos últimos tempos, desenvolveu para o mercado interno uma série de inovações, entre elas a linha de injetados Guzella, o top-sider e o tênis. Desta forma a Popi aliou à sua qualidade o custo competitivo e preservou o objetivo de dar prioridade ao mercado interno.

Quanto ao mercado externo, explica o presidente João Euphrásio Fiorotto, apesar das grandes possibilidades (graças à aceitação de seu produto), não é intenção que o seu crescimento venha em detrimento do atendimento ao mercado nacional. "Procuramos fazer com que os dois mercados sejam atendidos dentro das metas estipuladas, sem que haja prejuízo ao mercado nacional", enfatizou.