

[VESTUÁRIO]

JOSÉ VILAS BOAS FERREIRA



«Temos já vários clientes em fila para entrar aqui»

Aproveitando a capacidade instalada na antiga Filobranca, e sobretudo o know-how dos seus trabalhadores, a Érius está a criar um novo conceito de confeção. A unidade industrial, inaugurada oficialmente no passado dia 30 de setembro – numa cerimónia que contou com o edil de Vila Nova de Famalicão, Paulo Cunha, fornecedores e os trabalhadores – está organizada em equipas que trabalham com os clientes desde a entrada da encomenda até ao seu envio. A aposta é, claramente, no serviço e na qualidade, como fez questão de realçar o administrador José Vilas Boas Ferreira. Ainda em fase experimental no que a clientes diz respeito, o objetivo da empresa, dedicada em exclusivo à exportação, é produzir para marcas europeias de renome, mas mais do que produtora de vestuário em malha circular, a Érius quer ser uma fornecedora de soluções. Numa entrevista concedida ainda durante a inauguração da empresa, José Vilas Boas Ferreira revelou os detalhes do processo e as metas ambiciosas de crescimento que já estabeleceu para o próximo ano.

O que motivou a criação de mais uma unidade industrial da Érius nas instalações da ex-Filobranca?

Esta empresa é um braço da Érius Barcelos. Quando viemos aqui identificámo-la como sendo um player importante na área porque tinha pessoas e, no fundo, o maior património das empresas não é o investimento – isso é uma coisa que se calhar vale 10% do projeto, 90% são as pessoas. A incorporação destas pessoas foi muito importante, porque elas sentiram-se novamente ativas – temos pessoas a rondar os 60 anos – e que, se ninguém acreditar nesta massa crítica, estas pessoas ficam no chamado corredor da morte.

Quantos postos de trabalho foram criados?

Aqui estão 120. Com a unidade de Barcelos são 220.

Estes 120 são todos ex-trabalhadores da Filobranca?

Mais ou menos 60% a 70%. São aqueles que quiseram ser integrados. Tivemos um tempo de integração e fizemos uma seleção. Os que quiseram ficar no projeto novo foram integrados. Neste momento temos ainda à volta de 30 formandos, que estão em formação

em contexto de trabalho – estão a integrar-se durante um período, que acaba, salvo erro, a 15 de janeiro, e a seguir serão integrados com vínculo laboral. Normalmente a taxa de sucesso nunca será 100%. Uma coisa é integrar pessoas que já estavam cá dentro – a taxa de sucesso nessa altura atingiu mais de 90%. Neste momento são pessoas que vêm de várias áreas e que têm de ser integradas. É o terceiro curso, cada um com 20 a 30 pessoas, e a taxa de sucesso tem rondado os 70% a 80%.

O aumento do número de pessoas está relacionado com o aumento da produção ou uma mudança de estratégia?

Estamos num tempo novo. Neste tempo novo é preciso um serviço enorme ao cliente e temos de estar preparados. As empresas não podem ir buscar os projetos e depois preparar-se. As empresas têm de ter um plano de negócios, uma atividade focada no cliente e depois preparar as suas equipas para que, quando chegam ao mercado, possam apresentar um projeto chave na mão. Estamos num tempo que não dá para irmos ensaiando. No fundo, tem de sair bem à primeira, senão as oportunidades fogem.

Mas sente mais procura?

Hoje, algum mercado externo procura muito Portugal – muitas vezes digo que este período de crise que atravessámos deu muita visibilidade a Portugal. Portugal é um país que o cliente procura. Por isso temos aqui um departamento de design, porque temos de apresentar soluções. A crise não é só em Portugal, a crise é na Europa e por todo o mundo, o cliente também está a reestruturar-se. Além disso, os compradores desses clientes não são mais do que meros técnicos comerciais que veem o markup deles e têm que fazer as contas para trás. Se não tivermos as soluções aqui... Hoje é preciso sinergias, Portugal não tem dimensão – temos

vários parceiros, como a Vilartex e a Tintex. Antigamente, o comprador era um técnico que percebia tudo, hoje não. Hoje são pessoas novas, muitas vezes a sair da universidade, e não sabem nada. O que sabem é que têm de comprar o produto, àquele preço e nós temos que propor soluções. Por isso é que digo que vendemos soluções e não problemas – temos de ter soluções senão os clientes vão embora.

«o sucesso dá trabalho, não é sorte. Aqui, a maior sorte foi os trabalhadores que conseguimos incorporar»

Qual foi a ordem do investimento realizado?

O investimento foi de cerca de dois milhões de euros, entre esta unidade e a parte da estampanaria.

Comprou também a unidade de Mogege?

Sim, o projeto é integrado. Neste momento a empresa em Mogege é o “parente pobre”. Em questão de equipamentos está altamente modernizada, já foi feito grande parte do investimento e agora estamos a reestruturar. Aproveitámos todo o know-how, porque a estampanaria tem muito know-how. Há muito know-how instalado e achamos que essa empresa vai ter muito sucesso. Mas faz tudo parte da mesma, é um braço desta.

Como é que a Érius de Riba de Ave está organizada?

No fundo temos minipresas cá dentro. Esta empresa tem cinco empresas, que estão direcionadas, desde o comercial até à costura. Digo muitas vezes aos comerciais que o que

cada comercial meter cá dentro tem de tirar. Antigamente era diferente: havia um departamento comercial que tratava de tudo, havia um diretor comercial... Hoje não. Ajuda muito o cliente.

No fundo, se tivermos cinco equipas e cada equipa tiver cinco ou seis clientes, são muitos clientes e cada um pensa à sua maneira. Podem estar na Alemanha, França, Espanha,

Inglaterra, e cada um tem uma forma de pensar diferente. Estas equipas que criámos têm de focar-se no cliente que lhes é entregue, ou que foi identificado, e trabalhá-lo.

Trata-se de uma forma de agilizar a resposta para os mercados de proximidade?

É para esses mercados que trabalhamos. Trabalhamos nas quatro a oito semanas. Sabemos que em Portugal, se for mais do que oito semanas, o cliente não quer. Não quer nem deve querer, porque se quiser comprar a mais de oito semanas, vai querer preço e nós em Portugal, dando melhores condições aos trabalhadores, não podemos vender preço. Temos que vender serviço.

O que produz a Érius?

No fundo, como referi, não produzimos peças, produzimos soluções para os clientes na área do vestuário. Sabemos que não podemos ir a todas, o cliente compra uma ordem de grandeza de 80% na Ásia ou em países mais baratos e depois vem a Portugal buscar o serviço e as reposições que vai fazendo para meter nas lojas. Na verdade, se fossemos a encher as lojas todas, tínhamos de ter 10 vezes mais os trabalhadores que temos atualmente na indústria têxtil. Não temos.

Temos que estar focados no cliente e nas necessidades dele. Por isso digo que vendemos soluções e não peças. Porque peças, o cliente pode ir buscar a melhor preço a qualquer parte do mundo.

Os clientes são todos estrangeiros?

São todos estrangeiros. Muitas vezes é politicamente bonito dizer que temos de apostar na China, no Brasil, em países que não sejam da Europa. Nós fazemos 99% da produção para a Europa, trabalhamos na proximidade. O mercado natural da nossa indústria têxtil é a Europa.

Durante a visita às instalações estavam a ser confeccionadas peças para várias marcas, desde a Primark à Karl Lagerfeld e Diesel. Que tipo de clientes tem a Érius?

Neste momento, a empresa é como um tubo de ensaio. Estamos a testar e, no fundo, ainda



não se sabe o tipo de clientes que vamos trabalhar aqui. Esta empresa, o departamento comercial, não trabalha com a Primark. Mas como temos uma grande quantidade de trabalhadores, no fundo temos de ir ao mercado. Como está em criação, precisa de ir buscar outras encomendas para pôr aqui e manter os trabalhadores. O objetivo da Érius é o cliente que precisa de um serviço e que tenha, na verdade, um preço ligeiramente mais elevado do que a Primark.

Na sua intervenção dirigiu-se ao administrador de insolvência e disse que tinha cumprido o compromisso assumido. Qual foi exatamente esse compromisso?

O compromisso era criar 120 postos de trabalho no período de um ano. Foi mais um pouco, porque na verdade passou um ano e alguns meses – não cumprimos 100%, mas chegamos ao momento desta inauguração e está

cumprido o compromisso que foi feito. Inicialmente foi-nos proposto a compra antes da Filobranca fechar. Viemos ver a viabilidade e era impossível. O projeto que fizemos aproveitou a massa crítica que existia aqui dentro e tornou esta empresa no que é hoje: uma empresa em que o cliente chega aqui e sente-se confortável.

Quando chegamos aqui tínhamos duas unidades, uma separada da outra, e o cliente que estava cá era um cliente que procurava preço e por isso é que admitia que as peças andassem à chuva de uma zona para a outra. Os nossos clientes hoje não são os mesmos. Se for às linhas de produção, temos bilingue – ontem um cliente chegou aqui e ficou muito impressionado, porque foi a primeira empresa bilingue que viu em Portugal, porque eles também gostam de se sentir integrados. Temos já vários clientes em fila para entrar aqui.

Está a fazer algo semelhante com uma empresa de calçado em Guimarães.

Foi o mesmo administrador, por coincidência, que me levou à área do calçado, à Camport. No fundo era uma empresa que também tinha uma dificuldade bastante grande – quando fechou acho que eram 350 trabalhadores. Fizemos exatamente o que foi feito aqui: fizemos a compra, fizemos algumas modificações e hoje temos entre 55 e 65 trabalhadores a laborar com sucesso. Na verdade, não sabia que havia tanta necessidade de sapatos da Camport.

Trata-se de uma aposta noutra ramo.

As oportunidades são oportunidades e, no fundo, achamos que poderia ser interessante. O calçado e o vestuário acabam por se complementar.

Qual é o volume de negócios da Érius?

No ano passado faturou 6,2 milhões de euros, este ano andarà a rondar os 9 milhões de euros, à volta de dois milhões com a contribuição desta empresa, que agora é que vai entrar em velocidade cruzada. No próximo ano, as duas unidades – esta e a Érius Barcelos – deverão registar um volume de negócios a rondar entre os 15 e os 18 milhões de euros.

Mencionou no seu discurso um ambicioso projeto de crescimento. Em que consiste o mesmo?

É muito crescimento. Estamos a falar de uma empresa que hoje fatura oito milhões e queremos que ela fature 15 milhões. Duplicar a faturação, e o objetivo é para o ano, é muito ambicioso. Tencionamos fazer isso continuando a apostar no serviço e nas soluções ao cliente. Se eu tiver equipas que trabalhem bem o cliente, que lhe deem o que ele necessita, no tempo certo, com a qualidade certa, e com o preço certo, o sucesso é garantido. Isto já está há muitos anos nos livros, só que muitas vezes o empresário não quer pôr em prática porque na verdade o sucesso dá trabalho, não é sorte. Aqui, a maior sorte foi os trabalhadores que conseguimos incorporar.

