

MoreTextile vende 80% no exterior

Líder nos têxteis-lar, que resultou da fusão de três empresas que estavam à beira da falência — a Coelima, a António Almeida e Filhos (AAF) e a JMA —, aposta em sinergias e na conquista de novos mercados

Na MoreTextile, o maior grupo português de têxteis-lar, há uma máquina a produzir um lençol a cada 15 segundos para dar resposta a um contrato recente com o grupo Inditex. “São 1800 lençóis por turno”, sublinha Artur Soutinho, na liderança deste projeto desde 2011, quando o Fundo de Recuperação da ECS Capital assumiu o controlo da Coelima, António Almeida e Filhos (AAF) e JMA, decidido a aproveitar sinergias e ganhos de escala para recuperar três empresas à beira da falência.

Concluída a fase de reorganização industrial, o grupo tem 1300 trabalhadores, menos 400 do que no início do processo, e canaliza 80% das vendas para a exportação. Aproveitando a posição geográfica de Portugal, “não na periferia, mas sim no centro do mundo”, o foco está a desviar-se da zona euro para os EUA e Canadá, China, Singapura, Rússia, Japão e México.

Cortar custos e reconquistar a confiança de clientes, bancos e fornecedores obrigou a fechar subsidiárias em alguns países, encerrar lojas, mexer na capacidade de produção. “É preciso conhecer a dimensão do mercado e ajustar fábricas em vez de esperar que o mercado cresça 50% para consumir a capacidade instalada”, sustenta o gestor.

No trabalho feito, destaca quatro eixos estratégicos: criar um grupo com uma entidade comum a partir de empresas distintas, mantendo o espírito de competição, ter informação homogénea e consistente para poder decidir a cada momento, estar orientado para o cliente, e envolver os *stakeholders*.

Dois anos e meio depois, as áreas comercial e criativa trabalham em conjunto, os serviços são partilhados, mas continua a haver três polos produtivos, em Pídre (felpos), Moreira de Cónegos e Pevidém (roupa de cama).

Para rejuvenescer a mão de obra, a MoreTextile deu três meses de formação a jovens desempregados e contratou 19 operadores neste grupo, tendo já decidido repetir a experiência.



O líder europeu da indústria de têxteis-lar faz 13 milhões de peças por ano FOTO RUI DUARTE SILVA

A apostar no serviço de gestão de *stocks* das lojas dos clientes, de forma a “fidelizar os retalhistas”, o presidente deste grupo vertical especializado em fios e têxteis-lar vê na logística “uma área crítica na criação de valor”.

Com uma equipa de 22 criativos, a empresa está a investir

na diferenciação do produto, na inovação e no registo de patentes. Ter a Tearfil, uma fição habituada a trabalhar com fios técnicos, no universo do grupo, através da AAF, ajuda a introduzir nos têxteis-lar soluções como as partículas de carvão ativado para absorver os odores no segmento de cozi-

nha. Mas há outras propostas, como a utilização de um aglomerado de cortiça com as propriedades de um tecido na roupa de cama, que valorizam a oferta junto de clientes diversos, da hotelaria, ao Corte Inglés, Zara Home, Marks & Spencer, Carrefour, Ralph Lauren ou Calvin Klein, marca que

ocupa desde há meio ano três teares na produção de um modelo de colcha para os EUA. O portefólio de marcas próprias representa apenas 10% das vendas, mas abarca a Coelima, Home Concept, Nicoletta (Espanha) e Ritz Royal (Holanda), entre outras.

No futuro, a MoreTextile admi-

Trabalhar para pôr as contas em ordem

O grupo MoreTextile está a aproveitar a tendência de crescimento das exportações de têxteis lar e terá fechado 2013 com vendas de €100 milhões, mais 7,5% do que em 2012, diz Artur Soutinho. O gestor explica que as alterações administrativas impostas no negócio da cogeração da energia “tiveram um impacto negativo de €4 milhões nas contas e comprometeram a previsão de EBITDA positivo”. Apesar de o balanço negativo herdado nas três empresas “obrigar a uma enorme limpeza para recuperar a credibilidade junto da banca”, o grupo “cumprir as expectativas, diz. Em 2011, o projeto nasceu rodeado de polémica no sector têxtil, que viu neste negócio uma forma de a banca se libertar do passivo de três empresas tecnicamente falidas através de uma operação que alterou o jogo competitivo e a liderança da fileira. Os números de 2012 continuaram a justificar alguma desconfiança: juntas, JMA, AAF e Coelima viram os prejuízos cair €5,8 milhões, mas venderam menos 11% e os financiamentos bancários aumentaram 15%, para os €124,6 milhões.

te alargar a atividade a novas vertentes dos têxteis lar, designadamente bordados, cobertores e decoração para complementar a oferta atual, mas os investimentos no curto prazo privilegiam o *marketing*, internacionalização e equipamentos.

MARGARIDA CARDOSO
mmcardoso@expresso.imprensa.pt