

FERNANDO J. HENRIQUES LDA

- DE GIER

TRADIÇÃO DE QUALIDADE

Na FERNANDO J. HENRIQUES há uma certeza: é preciso fazer valer o “made in Portugal”. Nesta empresa negocea-se a qualidade acima da média e não o preço. A mesma que perdura há três gerações, mas agora em voos mais altos.

Eu costumo dizer que nasci numa caixa de sapatos” - assim se apresenta Fátima Henriques. A atual administradora da FERNANDO J. HENRIQUES LDA faz parte da terceira geração da empresa. Desde a infância, mesmo as férias eram ocupadas na fábrica que foi sempre a sua primeira casa.

LDA é recuar no tempo. Por aqui, não é a maquinaria que impera, mas sim as mãos dos funcionários. Os sapatos para homem são em grande parte trabalhados à mão, o que permite marcar pela diferença, nos pequenos detalhes. “Eu não tenho trabalhadores, eu tenho artesãos”, assim retrata Fátima a habilidade dos 40 colabora-

A marca própria DE GIER

Hoje, a FERNANDO J. HENRIQUES LDA voa mais alto. Em 2005, lançou uma marca própria, a DE GIER, que está presente na Alemanha, Espanha, Holanda, Áustria, Bélgica, Suíça, Austrália, Angola e Moçambique.

“Nós ajudamos os homens a perceber o fetiche das mulheres por sapatos”, assim, define Fátima a marca. Neste sentido, 50% da produção da fábrica é feita para a DE GIER, que se divide em três linhas, possibilitando, assim, dentro de uma gama alta, sapatos para um público com menor poder de compra.

A criação da marca foi um sonho tornado realidade e uma afirmação de independência, preservando e potenciando o “know-how” do bem fazer. “Dá-me prazer colocar os nossos sapatos ao lado dos italianos. Não sinto qualquer complexo de inferioridade, porque nós estamos no bom caminho e penso que eles estão no sentido inverso”, afirma António Silva, que assume o orgulho no “made in Portugal”.

Através da DE GIER, as portas de várias marcas de renome internacional foram abertas. Metade da produção da empresa é para a “private label” que tem como destino os Estados Unidos, Itália e França. Mas é a marca própria que tem começado a ganhar cada vez mais espaço.

E, por isso, há agora um novo sonho. Sem datas, António Silva admite o desejo de abrir uma loja no Porto e em Lisboa. “Os nossos sapatos têm sempre mercado. Só custa comprar o primeiro, depois percebem que é um investimento. Muitos dos nossos clientes passam a ser colecionadores” - remata o diretor comercial da empresa. “O sapato tem que ser respeitado. Não pode ser usado todos os dias. Se a regra for cumprida resulta numa grande durabilidade”.

No primeiro semestre de 2013 a empresa registou um crescimento acima dos 20%. A perspetiva é encerrar o ano com um volume de negócios que ultrapasse a barreira do milhão de euros. Já em 2014 o objetivo é ultrapassar os 1,5.

Para chegar a novos mercados, que é um projeto a curto prazo, António Silva e Fátima Henriques não utilizam as feiras. A busca por novos clientes é feita de forma pouco habitual: num sistema porta a porta, deslocam-se a empresas com visitas marcadas. “Ainda participámos em feiras, durante três épocas. Nunca se espera resultados da primeira, mas quando não tivemos resultados à terceira, percebemos que não era o caminho”, justifica a administradora.

“Nós ajudamos os homens a perceber o fetiche das mulheres por sapatos”, assim, define Fátima a marca.



Parcerias com a moda e a universidade

Um dos caminhos seguidos tem sido o das parcerias com o mundo da moda. Atualmente, trabalham em parceria com estilistas conceituados: Júlio Torcato, Lisete Pote e Eduardo Xavier. “A DE GIER dá-lhes estabilidade, porque é uma marca segura. É mais fácil usar uma marca que já tenha nome no mercado”. Este ano vão participar no Portugal Fashion e lançar uma nova linha: Júlio Torcato by DE GIER.

Em curso têm também uma parceria com a Universidade de Aveiro. O objetivo é melhorar as condições de trabalho, com a implementação de um novo layout, de forma a aumentar a produtividade. A FERNANDO J. HENRIQUES LDA pretende, desta forma, atingir os 300 pares por dia da gama mais elevada da marca DE GIER. Neste contexto é fruto

da necessidade de uma maior resposta, estão também a contratar mais colaboradores. Cinco foram já angariados e até ao final do ano serão precisos mais dez. “É fundamental que nunca tenha trabalhado para a empresa, que esteja desempregado, que nunca tenha trabalhado no setor do calçado e que esteja disponível para aprender”, estes são os requisitos impostos por António Silva. A formação é dada pela empresa de forma contínua, uma vez que o know-how é muito próprio.

Da administração, os colaboradores contam sempre com “abertura e disponibilidade para ouvi-los”. Alguns dos que aqui trabalham viram Fátima crescer. Estão na empresa há mais de 40 anos, desde a primeira geração, o que permite uma boa relação.

A empresa de calçado não escapou às dificuldades, mas hoje está em franca expansão. Fátima garante que o segredo do sucesso é a paixão. “É preciso defender o ‘made in’ Portugal. Não tenham receio disso, não se arrependam, porque um dia funciona”, aconselha António Silva. Por algumas vezes, tiveram já que bater o pé pelo patriotismo. Tiveram uma proposta da China, em que eram obrigados a mudar para ‘made in Italy’ e recusaram, bem como, já lhes pediram por várias vezes para alterar o “desde 1935” para “since 1935”. Fátima recusa-se a fazê-lo. Quer respeitar a tradição. Por ser a terceira geração à frente da empresa, sente o peso da responsabilidade em preservar e conservar o know-how que herdou. O pai continua a seguir atentamente o rumo da firma, todos os dias “pica o cartão” e vê com bons olhos o caminho traçado pela filha.

Na FERNANDO J. HENRIQUES LDA não há receio da concorrência: “Há espaço para todos”. E é nesse sentido, que Fátima aconselha as empresas a darem-se a conhecer, porque só quando a empresa abriu as portas é que começou a receber o “feedback” de novos clientes.

O espírito ambicioso da empresa traz o desejo de fazer melhor todos os dias, em busca da perfeição, mantendo um lema: respeitar a tradição de qualidade de três gerações.

“Os nossos sapatos têm sempre mercado. Só custa comprar o primeiro, depois percebem que é um investimento. Muitos dos nossos clientes passam a ser colecionadores” - remata o diretor comercial da empresa. “O sapato tem que ser respeitado. Não pode ser usado todos os dias. Se a regra for cumprida resulta numa grande durabilidade”.



A história no setor do calçado começou a ser escrita em 1935, pelo avô de Fátima. Pela gerência da empresa passa, ainda, o pai e o legado é entregue aos filhos. Em 2010, a sociedade com o irmão termina e passa a ser ela a tomar as rédeas da firma. A acompanhá-la fica o marido, António Silva, que ambicionava para a empresa o mesmo fim: uma qualidade acima da média. Entrar no espaço de produção da FERNANDO J. HENRIQUES

dores. A totalidade do volume de negócios é para exportação. Este processo começa em 1968, com o pai de Fátima: “O meu pai foi a uma exposição em Paris. Teve o feliz acaso de encontrar um grande fabricante belga que viu os sapatos que ele expunha, reconheceu qualidade e passado pouco tempo veio a Portugal à procura dele”. Durante 20 anos este foi o único cliente da empresa.

