

VERY CHIC

## “TODO INVESTIMENTO QUE FAZEMOS É COM ANTECIPAÇÃO DE RECEBÍVEIS”

Com crescimento de 40% no último trimestre, confecção de lingerie tem a Exten como um dos pilares de sustentabilidade do seu negócio

Há quinze anos, eram apenas dois sócios e três máquinas. Hoje a Very Chic tem 67 funcionários e centenas de clientes. Sem capital para investimento, contudo, o proprietário Luiz Fernandes Pinheiro diz que, para chegar até aqui, os serviços da Exten foram essenciais.

O pagamento dos funcionários é um dos motores dessa relação. “Pagar a mão de obra é uma prioridade, nunca atrasamos nesses quinze anos. Para isso, a Exten já nos salvou muitas vezes”, revela o gerente comercial Rodrigo Bitencourt Ferreira. Outra questão são as diferenças de data entre recebimentos e pagamentos. “Vendemos em um prazo e compramos em outro. Alguns clientes pedem até 120 dias, então automaticamente recorremos às facilidades oferecidas pela Exten”.

### Quase uma sociedade

O destino dos recursos antecipados pela Exten, porém, não se restringe à quitação de contas e salários. A confecção enxerga a antecipação também como uma ferramenta de crescimento. “Todo investimento que fazemos, seja em equipamentos, estrutura ou organização, é com antecipação de recebíveis, explica Ferreira. “Possibilitar que a fábrica cresça é o legado da Exten na nossa empresa”.

Pinheiro, que hoje comanda o negócio ao lado da esposa, vai mais longe: “Durante os momentos mais difíceis, eu entrei com o trabalho e a Exten, com o capital. Por isso sou muito grato, ela foi e é realmente parceira”. E Ferreira destaca: “É uma parceria de confiança”.

Ambos acreditam que o principal papel de uma instituição de antecipação de recebíveis é o de proporcionar a sustentabilidade do

negócio. “A Exten dá condições para a Very Chic se sustentar e crescer”, afirma o gerente comercial. “E, se a companhia é organizada, já coloca a taxa de antecipação no seu custo antes mesmo de solicitar o recurso”, complementa.

“A Exten já nos salvou muitas vezes”

Rodrigo Bitencourt Ferreira,  
gerente comercial





## Escolha por diferenciais

Rodrigo Ferreira lembra que, no passado, chegou a fazer empréstimos em banco, mas percebeu que não era uma boa opção. “O financiamento bancário gera um compromisso financeiro fixo alto, durante muitos meses. Aprendemos a lição e hoje evitamos”.

Em contrapartida, afirma, encontrou na Exten algumas características atraentes: “A agilidade com que ela opera é um diferencial, porque quando a gente precisa, precisa para ontem. Outro fator essencial é a boa comunicação, tenho acesso direto e resolvo tudo rapidamente. E, por fim, a maior flexibilidade que a Exten tem de entender e garantir o que precisamos”.

## Crise como oportunidade

De acordo com o gerente comercial, se para muitos o momento é de apreensão e cautela, o período de crise pode ser uma chance de crescimento para as pequenas e médias empresas. “Este momento é a chance que a gente tem de sobreviver. No nosso setor, a crise é maior para as grandes. Para nós, é oportunidade”.

Os números parecem confirmar a teoria. De 2015 para 2016, a Very Chic cresceu 33% e, em 2017, segue ainda melhor: já alavancou 40% das vendas apenas no primeiro semestre. “A diferença é que nós, de pequenas empresas, insistimos no investimento, acreditamos que vai melhorar”, avalia o profissional.

“Durante os momentos mais difíceis, eu entrei com o trabalho e a Exten, com o capital”

Luiz Fernandes Pinheiro, proprietário





“Possibilitar que a fábrica cresça é o legado da Exten na nossa empresa”

Rodrigo Bitencourt Ferreira, gerente comercial, que também dá consultoria para outras seis fábricas da região.

### No centro do polo produtivo

Localizada em Nova Friburgo, principal polo de fabricação de moda íntima do Brasil, a Very Chic é uma das 1.400 confecções da região. Responsável por 25% da produção do segmento no país, a cidade tem diversas lojas e fábricas ao longo de suas ruas e avenidas, onde o som das máquinas de costura e o colorido das peças dão o tom.

Apesar do pequeno porte, “a Very Chic está entre as 50 maiores confecções da cidade”, orgulha-se o dono. A conquista de uma boa posição no mercado vem da escolha

por fabricar uma lingerie bem trabalhada, com foco na qualidade, seja do material, do processo ou do produto final. “A nossa diferença é que a gente optou por um mercado mais segmentado. Não entramos na briga dos fabricantes de conjuntos de 15 reais, porque é o que todo mundo faz”, declara Rodrigo.

Ao olhar para a sua trajetória de sucesso, o proprietário admite que, sozinho, não alcançaria esse patamar. “Somos o que somos porque organizações como a Exten acreditaram e apostaram na gente. Ela deu condições da Very Chic sobreviver em tempos difíceis e ser o que é”, reconhece.

## HISTÓRIA

### 15 anos de muita experiência

O ano era 1992. Com apenas mil reais para investir, Luiz Fernandes Pinheiro decidiu encarar o desafio de ter o seu próprio negócio. Junto a um amigo, que hoje não é mais sócio, arregaçou as mangas, preparou linhas e agulhas e colocou as poucas máquinas que tinha para trabalhar. A esposa, desde o início, esteve junto, e os três criaram, num pequeno espaço, a Very Chic. “Mas eu não caí de paraquedas. Já atuava no ramo desde os 14 anos. Hoje eu domino essa área de A a Z, principalmente no que se refere a produção e moda”, diz Luiz. Ele que, desde sempre, é quem cria e modela todas as coleções.

Rodrigo Ferreira conta que os primeiros cinco anos da confecção foram bastante difíceis. “Chegamos quase a quebrar uma vez, vendíamos muito para poucos clientes. Hoje vendemos pouco para muitos”, analisa. O número de clientes chega a cerca de 450 revendedores, no Brasil inteiro. “Vendemos muito bem em todas as cinco regiões do país”.

Fabricante de moda íntima sensual, produz camisolas, espartilhos, sutiãs e calcinhas. “Não é a lingerie erótica, mas também não é uma linha básica do dia a dia. Todas as nossas peças têm rendas ou detalhes, são mais trabalhadas”, diz o gerente. Além disso, afirma que seus produtos são conhecidos pelo conforto e por vestirem bem, um diferencial na região. “Fazer um produto de qualidade, que vista bem e que tenha um preço justo são os nossos três pilares”, define Luiz.

Sobre o futuro, garantem que não pensam em crescer muito mais. “Já estamos chegando ao limite do ideal, que é ter um crescimento sustentável, mas que não inche. Nossa meta de futuro é ter uma empresa sólida no mercado, com vendas mais lineares e menos sazonais e para um público cada vez mais exigente”, assegura Rodrigo.

No balanço geral, reflete o proprietário, ter credibilidade é mais importante do que ter dinheiro. “Você pode não ter crédito, mas é fundamental ter credibilidade com amigos e parceiros que confiam em você”.



### RAIO X

**Localização:**  
Nova Friburgo/RJ

**Estrutura:**  
67 funcionários

**Tamanho:**  
pequeno porte

**Clientes:**  
450 revendedores  
de todo o Brasil



“Quando entrei aqui, eram quatro pessoas trabalhando. Desde então, a fábrica mudou bastante, em termos de peças, atendimento e número de funcionários. É muito legal participar desse crescimento.”

**KELLEN MACHADO VELOSO,**  
costureira  
(funcionária há 13 anos)



Nova Friburgo  
é o principal  
polo de moda íntima  
no país



Em 2016, foram  
produzidos 778,9 milhões  
de peças de moda  
íntima no Brasil



Para 2017,  
estima-se que  
a produção brasileira  
de moda íntima  
aumente 3,1%



De Nova Friburgo  
saem as lingoeries  
que vestem 1 em cada  
4 brasileiras