



Designação do projeto | ERIUS SECRETS INTERNACIONAL

Código do projeto | POCI-02-0752-FEDER-002749

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das PME

Região de intervenção | Norte

Entidade beneficiária | Érius – Têxteis, S.A.

Data de aprovação | 02/09/2015

Data de início | 01/07/2015

Data de conclusão | 30/06/2017

Custo total elegível | 302.230,00€

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 136.003,30 €

A estratégia comercial da empresa centra-se no objetivo de adotar uma solução personalizada a cada cliente, através da oferta de um produto de qualidade que satisfaça as necessidades e expectativas do cliente. A Erius dá atenção especializada ao setor no *premium* e no detalhe de forma, como é atributo do mercado de luxo que atua. Para isso, a Erius trabalha continuamente para conseguir marcar a diferença e conquistar uma quota de mercado maior no mercado “*private label*” em que se entra.

O projeto de crescimento estratégico da empresa assenta nos três pilares: Inovação Produtiva; Qualificação; Internacionalização.

Estes três pilares não podem ser vistos uns sem os outros. Só o aumento e melhoria da capacidade produtiva apoiada na integração vertical e nos três estabelecimentos, com forte melhoria e inovação tecnológica, e a forte aposta na qualificação das pessoas, da gestão, dos equipamentos e dos processos, permite avançar de modo sustentado para um reforço ainda maior da internacionalização.

Para que a visão e a missão sejam atingidas, são definidos objetivos estratégicos como:

- Crescimento de vendas, no período de 5 anos, de pelo menos 50%;
- Introduzir novos mecanismos de gestão e organização, com soluções *business intelligence* avançadas e melhorias na gestão de encomendas;
- Integração de novas tecnologias no portfólio de produtos/serviços da empresa;
- Melhorias da capacidade de resposta em amostragem e desenho de coleções.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Relativamente ao âmbito da candidatura, a empresa visa explorar o potencial de mercados novos e reforçar a sua posição nos atuais. Para isso, as suas estratégias passam por:

- Ações de prospeção nos mercados alvo de modo a apresentar novos produtos, novidades tecnológicas, catálogos e comunicação dos serviços presentes na empresa;
- Presença em certames internacionais de referência no mercado do luxo de forma a dar a conhecer o produto nos mercados-alvo, permitindo uma angariação de novos clientes;
- Planeamento de comunicação e criação de novas peças