



# Têxtil portuguesa investe na reciclagem como tendência de futuro

José Manuel Vilas Boas Ferreira assumiu a presidência da Valérius – Têxteis, SA no princípio da crise, em 2007. Mais de uma década depois, o empresário lidera uma empresa de sucesso que passou dos 4 milhões de euros de faturação anual para os 32 milhões.

A experiência de duas décadas na direção de uma empresa têxtil conferiu-lhe as ferramentas necessárias para enfrentar este desafio. “Dizemos que somos um produto da crise dado que o nosso maior cliente entrou em ‘default’, em 2007. Tivemos que mudar todo o modelo em que estávamos alicerçados”, recorda.

Atuando para um nicho de gama alta que procura máxima qualidade, a empresa iniciou a procura de clientes, apostando num renovado plano estratégico: seis secções, com equipas altamente verticalizadas, trabalham como se fossem uma microempresa dentro da Valérius. Deste modo, não se verifica a tradicional estrutura em pirâmide que dificulta a comunicação num mercado que não se compadece com atrasos e exige respostas rápidas. Estas ‘mini companies’, como designa José Manuel Vilas Boas Ferreira, têm uma autonomia total na captação de clientes e das coleções, entrando quase na fase de entrega ao cliente: “As peças da Valérius são produzidas 100% em Portugal e saem da fábrica para a prateleira”, o que revela a credibilidade e confiança dos parceiros.

Com equipas a trabalhar para diferentes espaços temporais – atualidade, 1 ano e 5 anos – a Valérius, responde às mudanças do mercado e mantém no ativo os mais de 140 funcionários.

## RESPOSTA INTEGRAL

A Valerius dedica 80% da sua produção

a artigos de senhora e os restantes para homem e criança, estando envolvida desde o desenvolvimento da matéria-prima até à produção dos artigos. Com um Centro de Desenvolvimento interno, a empresa garante o máximo de confidencialidade e segurança aos seus clientes.

Num mercado global, a comunicação entre o criador, a central de fitting e o decisor é feita à distância, tendo o ‘front office’ que saber gerir toda esta mecânica. Neste contexto, José Manuel Vilas Boas Ferreira entende que, no presente, as empresas têxteis portuguesas já não são industriais, mas de serviços – “trabalham com pequenas séries, fabricam produtos diferenciadores, o que exige uma mão de obra altamente qualificada”. Perante este panorama, o empresário defende que o setor do ensino deve também ajustar-se a uma realidade em que o crescimento da exportação carece de profissionais qualificados para trabalhar com os mercados internacionais.

## VALERIUS 360: FUTURO

A consciência ambiental está na filosofia da Valérius que, até 2022, pretende que metade dos novos produtos apresentados ao mercado sejam 100% reciclados. O projeto Valerius 360 consiste na recolha e transformação das velhas coleções em novas coleções. Mudar a mentalidade de marcas e clientes finais é uma missão que a Valérius defende em prol de um mundo mais sustentável.

# Portuguese textile invests in recycling as a future trend

José Manuel Vilas-Boas Ferreira took over the presidency of Valérius - Têxteis, SA in 2007, right in the onset of the financial crisis. More than a decade later, this entrepreneur leads a successful company that has gone from 4 million euros in annual turnover to 32 million.

The experience of two decades in the direction of a textile company gave him the necessary tools to face this challenge. “We say we are a product of the crisis given that our largest customer went into default in 2007. We had to change the whole model we were based on,” he recalls.

Working for a high-end niche that seeks maximum quality, the company started looking for customers, while following a renewed strategic plan: six sections, with highly verticalized teams, work as if they were a microenterprise within Valérius. In this way, it manages to avoid the traditional pyramid structure that makes communication difficult, in a market that hardly tolerates delays and requires quick responses. These ‘mini companies’, as designated by José Manuel Vilas-Boas Ferreira, have complete autonomy in attracting customers and collections, entering nearly the customer delivery stage: “Valérius’s articles are produced 100% in Portugal and leave the factory to the shelf”, which testifies its credibility and the trust of its partners.

## INTEGRAL RESPONSE

Valerius dedicates 80% of its production to women’s items and the remainder for men and children, covering different stages from the development of the raw materials to the article’s production. With its own Developmental Center, the company guarantees maximum confidentiality and security to its customers.

In a global market, communication between the creator, the fitting central and the decision maker is done at a distance, with the front office prepared to manage all the related mechanics. In this context, José Manuel Vilas-Boas Ferreira sustains that, currently, Portuguese textile companies are more services-related than industrial - “they work with small series and manufacture differentiating products, which requires a highly qualified workforce.” Faced with such a scenario, the businessman argues that the education sector must also adjust to a reality in which export growth demands qualified professionals to work with international markets.

## VALERIUS 360: FUTURE

Environmental awareness is in the Valérius philosophy which, until 2022, intends that half of the new products presented to the market are 100% recycled. The Valerius 360 project consists of the gathering and transformation of older collections into new ones. Changing the mentality of brands and end customers is a mission that Valérius advocates for the sake of a more sustainable world.