FLM Têxtil junta-se à UM para garantir que os artigos são produzidos com o mínimo de impacto para o meio ambiente

22 de Abril, 2021

A Universidade do Minho e a FLM Têxtil estabeleceram uma parceria para implementar os requisitos da certificação “Global Recycled Standard” e garantir que os artigos da empresa vimaranense são produzidos com o mínimo de impacto para o meio ambiente. Especializada na produção de activewear, swimwear e underwear, a FLM Têxtil, com sede em Brito, investiu recentemente em tecnologia de corte laser e tem praticamente concluída a certificação ISO 9001, lê-se num comunicado divulgado pela FLM Têxtil.

Prestes a completar dez anos de existência e apesar do contexto de pandemia, a empresa fundada e liderada por Filipe Marinho tem procurado antecipar futuro e as tendências do mercado, apostando agora numa ligação à Universidade do Minho e na certificação “Global Recycled Standard” (GRS).

“A Universidade do Minho é uma entidade de referência mundial ao nível do ensino superior, da investigação e do desenvolvimento, tendo também capacidade para estabelecer a cooperação entre os setores universitário e empresarial”, diz Filipe Marinho explicando que a parceria “permitirá o contacto direto dos estudantes com a realidade empresarial, ao mesmo tempo que a FLM Têxtil terá acesso a uma das gerações mais qualificadas de sempre, com mentes criativas, capazes de criar soluções inovadoras para os problemas das empresas”.

De acordo com a empresa, a certificação GRS visa “reduzir o impacto da produção nas pessoas e no ambiente, assegurar que os produtos são processados de forma sustentável e aumentar a percentagem de conteúdo reciclado nos produtos, assim como controlar os desperdícios ao longo da cadeia de produção”.

Para Filipe Marinho, “temos que trabalhar ao lado da preservação da natureza e continuar a contrariar o que representava no passado a cadeia de abastecimento e de produção da indústria têxtil e do vestuário. Além de agentes económicos temos que ser agentes com responsabilidade social e ambiental”.

Através da parceria com a Universidade do Minho, prossegue, pretendemos “obter ideias e soluções interessantes para questões relacionadas com todos os aspetos da sustentabilidade, incluindo propostas para melhorar a qualidade de vida dos nossos colaboradores, reduzir e reaproveitar o desperdício, melhorar o processo de armazenamento de materiais e automatizar processos de logística e embalagem”.

Filipe Marinho reconhece que “certificações como a GRS exigem dedicação e compromisso, tanto com a gestão como com toda a estrutura organizacional.

Representam uma profunda necessidade de mudança na forma como as empresas estão habituadas a trabalhar e assumem um papel transformador tanto na vida dos colaboradores como no ambiente em que se inserem”.

Recordando que “as instituições de ensino superior são responsáveis pela formação e preparação de toda a mão-de-obra do futuro” e que “é do interesse de todo o mercado que essas gerações estejam o mais bem preparadas possível”, Filipe Marinho realça que “o papel da FLM Têxtil na parceria com a Universidade do Minho é precisamente oferecer aos alunos uma experiência útil para a sua formação e liberdade criativa, beneficiando, por outro lado, da ousadia e capacidade para apresentarem propostas viáveis que vão ao encontro das necessidades empresariais”.

Depois de ter integrado o departamento comercial de uma fábrica de tecidos de Guimarães, o responsável iniciou, em 1996, uma carreira empresarial como agente de representação de bordados e materiais para a indústria de lingerie. Mais tarde, em 2011, fundou a FLM Têxtil. “Tivemos o nosso começo na produção de moda íntima masculina de gama alta, um nicho de mercado particularmente exigente, com muita sensibilidade para as questões de moda”, lembra Filipe Marinho explicando que “a diversificação das áreas de negócio, a antecipação das tendências, a modernização dos processos produtivos e a certificação em diversas áreas são algumas das chaves do sucesso da FLM”.

A FLM produz atualmente produtos de moda desportiva, íntima e de banho, tendo encontrado, por exemplo, no mercado dos biquínis uma oportunidade de expansão e de afirmação.