

JOALHARIA NACIONAL



gem de áreas como a moda e o desenho gráfico para renovar esta actividade centenária em Portugal, a do trabalho do ouro. Venceu no ano passado o prémio de “Melhor Peça de Joalheria” na feira Inhorgenta, em Munique, uma das maiores feiras do sector na Europa. É uma criadora que aborda as suas jóias, antes de tudo, como peças de design. Na loja e atelier de Liliana, na Rua do Rosário, na cidade Invicta, a criadora explica à FORBES que “é preciso haver uma coerência do desenho dentro da própria marca e que simbolize essa marca”. E acrescenta, em resumo: “É muito importante, para internacionalizar [de forma bem-sucedida], não fazer igual.”

Liliana é uma das designers de jóias portuguesas que “pegou” na técnica tradicional da filigrana e a reinventou através de uma linguagem contemporânea, com traço pessoal. “A diferenciação do desenho é o mais importante. Desenhos há muitos, e parece que já está tudo feito. Haver uma coerência dentro da própria marca e que simbolize a própria marca é, por vezes, o mais difícil de conseguir mas é o mais importante para internacionalizar”, garante Liliana. Tanto a Topázio como a J. Soares adaptaram-se a estas exigências. No caso da J. Soares, um dos pontos de viragem foi a contratação de profissionais especializados no desenho de peças - isto é, designers de produto vocacionados para o sector das jóias. “Nasceu com a necessidade de ter de fazer projectos que

J. SOARES

FUNDAÇÃO
1992

ADMINISTRAÇÃO
José Adelino Soares

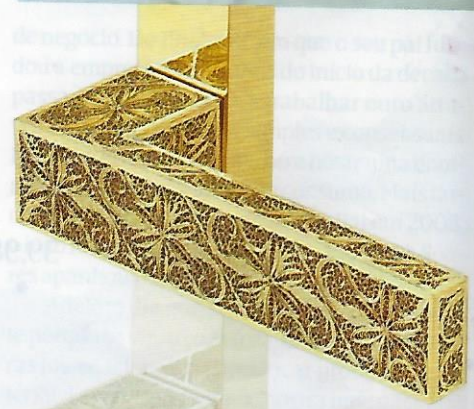
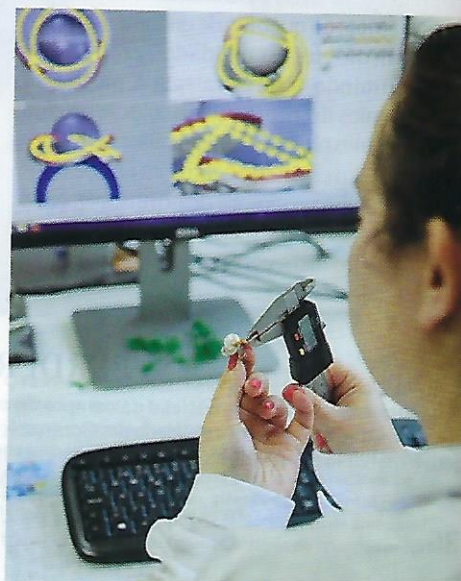
FACTURAÇÃO (2016)
845 mil euros

Em 2009, para além de começar a pensar em exportar, Adelino Soares resolveu diversificar. O líder da J. Soares aproveitou o potencial de uma nova área de negócio - a gravação - e investiu fortemente em maquinaria para poder desbravar esse caminho quando a maioria das empresas do sector estavam a desinvestir. Foi uma aposta que lhe deu acesso a um trabalho icónico: a gravação da Taça da Liga, troféu promovido pela Liga Portuguesa de Futebol Profissional. “Investimos em tecnologia de ponta bastante sofisticada. Era uma novidade a tecnologia adquirida nesse momento, o que nos ajudou a passar ao lado da crise”, explica Adelino. Investir num contexto adverso foi “arriscado”, mas o líder da empresa percebeu que tinha de captar mais negócio sob pena de se ver obrigado a reestruturar a empresa e reduzi-la a algo próximo “de quando começou, só comigo e com o meu pai”, lembra.



A CAPITAL DO OURO

Gondomar é o coração de ouro do país. É lá que se concentram grande parte das empresas produtoras de ourivesaria e joalheria no país: das mais de 74 empresas de fabrico e reparação existentes em Portugal (excluindo retalho e empresas de fabrico de bijuteria), perto de 230 estavam sediadas neste concelho - ou perto de 30% do total. Em 2016, estas empresas gondomarenses registaram uma facturação agregada superior a 70 milhões de euros (facturação a perto de 190 milhões a nível nacional) e empregavam mais de 980 pessoas, de acordo com dados apurados pela FORBES.



O puxador com revestimento a filigrana de ouro é um dos produtos que a J. Soares está a desenvolver para mercados como o árabe, com grande poder de compra. E, claro, “muitas pessoas excêntricas”, grageja.