Prémios Exportação & Internacionalização

Liliana e Teresa criaram um negócio que é uma jóia

Internet é o principal canal de distribuição da Gualy, empresa de joalharia que já está em conversações para ter as suas jóias na Holanda

ANA TORRES PEREIRA
atp@negocios.pt

Foi em terras de Vera Cruz que a ideia de negócio surgiu. Mas, só em Portugal, em 2009, é que as ex-colegas de faculdade, Liliana Guerreiro e Teresa Von Oerle, transformaram o seu sonho numa "jóia de negócio". A Gualy foi pensada para se afirmar no mercado internacional como uma marca totalmente "made in Portugal". O objectivo é vender jóias com significado.

A tradição nacional ao nível da joalharia e da ourivesaria tornou-se um dos pontos favoráveis para a criação da Gualy em Portugal. "A estratégia foi ter uma marca com design, voltada para o luxo e não para massas e esse tipo de indústria e de artesãos (em Portugal) estavam adequados ao tipo de jóia que estávamos a idealizar", explicou Teresa Von Oerle.

E na cabeça da designer Liliana Guerreiro, o conceito estava muito bem traçado: "produzir peças com significado". A Gualy produz e comercializa peças essencialmente em prata, tendo algumas jóias também em ouro, que são na totalidade fabricadas em Portugal. "Temos um fábrica que é nossa parceira no norte do País, que está muito bem apetrechada", adiantou Teresa Von Oerne. Para proceder a esta escolha "tivemos em conta tudo: como está organizada, as condições de trabalho, os prazos de entrega, como é limpa, a componente ambiental que também é relevante", acrescentou.

Tendo-se aliado, desde o primeiro dia, à FedEx, a internacionalização da Gualy aconteceu quase desde o primeiro dia. A partir do "site" já estão preparados para vender para os 27 países da União Europeia. A Holanda e o Reino Unido têm sido os países onde tem surgido uma maior procura. "Mas já tivemos dois pedidos dos EUA, um país para onde ainda não vendemos. Mas conseguimos satisfazer o pedido", disse Teresa Van Oerle.

O próximo passo para a Gualy é estar presente nalgumas lojas fora de Portugal. "Já estamos a recrutar uma pessoa na Holanda para implementar a marca em lojas físicas no país e talvez ainda avançaremos para um terceiro país este ano", disse a mesma responsável. O Brasil, onde tudo começou, também faz parte dos planos destas empreendedoras, mas numa segunda fase do projecto. Teresa Van Oerle admite: "queremos consolidar a nossa presença na Europa e aprender para ir para fora".

Quanto ao futuro, Liliana Guerreiro confessou que já está na sua cabeça uma linha masculina, mas para já a sua preocupação é desenvolver novas colecções inspiradas em várias culturas. Entretanto, a Gualy já está a marcar o seu posicionamento ao reciclar jóias dos seus clientes, que reutiliza nos seus produtos.

Investimento de 80 mil euros | Empreendedoras lideram equipa de 10 pessoas, incluindo quatro designers.

PERGUNTAS A ...

● LILIANA GUERREIRO E TERESA VON OERLE
ADMINISTRADORES DA GUALY

"Portugal tem uma tradição que valia a pena aproveitar"

As duas empreendedoras reencontraram-se em Portugal para dar corpo a um projecto de design de jóias que sonham poder crescer para o resto do mundo.

Porquê investir em Portugal se estavam em países com maior potencial de crescimento?

Liliana Guerreiro (LG): O Brasil é muito apetecível e está nos nossos planos, será o segundo passo, mas fazia mais sentido numa visão de curto e médio prazo que partíssemos daqui. E também porque, de alguma forma, Portugal também tem uma tradição de indústria de joalharia e ourivesaria que fazia sentido aproveitar e tentar incrementar, porque é uma indústria que não tem sofrido uma modernização muito grande.

Teresa Van Oerle (TVO): E até porque a estratégia é de ter uma marca com design, voltada para o luxo e não é para massas. O tipo de indústria e de artesãos em Portugal estavam adequados ao tipo de jóia que estávamos a idealizar.

As pessoas arriscam comprar uma jóia que não viram ao vivo, nem experimentaram?

LG: No mercado português continua a haver alguma renitência, compram apenas o que já conhecem. Nos países nórdicos compram mais online e uma maior amplitude de produtos.

TVO: Temos a noção que isso pode ser uma barreira para um conjunto de consumidores, por isso o próximo passo é também colocar a marca nalgumas lojas e joalharias, para despertar o interesse e tocar noutro tipo de consumidores que não está tão habituado a comprar online

Qual foi o investimento para arrancar com a empresa?

TVO: O investimento foi com capitais próprios, estamos a falar de cerca de 80 mil euros. Actualmente, somos uma equipa de 10 pessoas, com quatro designers.

negocios.pt
Saiba mais

> **Prémios**

Candidaturas até 31 de Maio
Veja como em http://premios exportacaoeinternacionalizacao.negocios.pt.

Pedro Elias

IDEIAS-CHAVE

INVESTIR DE FORA
PARA DENTRO DO PAÍS

1 DO BRASIL PARA PORTUGAL
A trabalhar no Brasil, as duas ex-colegas começaram a alimentar a ideia de fazer negócio juntas. A visão de gestão de Teresa Von Oerle aliou-se à criatividade da designer Liliana Guerreiro. Mas a Gualy nasceu em Portugal, não fossem estas duas empreendedoras portuguesas.

2 EMPREGAM 10 PESSOAS
A Gualy já está a dar os seus primeiros passos fora de Portugal, nomeadamente na Holanda. Mas, a estratégia passa por atravessar o Atlântico em direcção ao Brasil.

LG: E já estamos a ultimar o lançamento de três colecções. Na perspectiva de uma marca global, achámos que fazia sentido ter parceiros em termos de design de outros países. Trabalham connosco designers do Brasil, Suíça e uma alemã com origem indiana que estão a desenvolver colecções tendo em conta a sua própria cultura.

Que conselhos podem dar a quem está a investir nesta altura?

LG: A fase de estudo e de elaboração de negócio é fundamental, e o conhecimento do próprio negócio.

TVO: É importante que falem também com os potenciais clientes, mesmo quando se está a desenvolver o plano de negócio, porque todos dão muitos "inputs", estamos sempre a aprender.

Pub

PREMIAR E PROMOVER
O SUCESSO DAS EMPRESAS
NACIONAIS.

PRÉMIOS • EXPORTAÇÃO
& INTERNACIONALIZAÇÃO

BANCO ESPIRITO SANTO

negocios JORNAL

A afirmação da economia nacional e a melhoria da sua competitividade dependem em muito do incremento da capacidade exportadora e da aposta na internacionalização das empresas portuguesas.

O **Banco Espírito Santo** e o **Jornal de Negócios**, numa parceria com a Coface e Mckinsey & Company destinada a premiar e promover o sucesso das empresas nacionais na exportação e internacionalização da sua actividade, criaram os **Prémios Exportação & Internacionalização**.

Este prémio anual é destinado a PME e Grandes Empresas e tem duas componentes:

•**Prémios Internacionalização*** que premeiam os casos de sucesso na internacionalização;
•**Prémios Exportação** que distinguem as empresas com melhor performance exportadora.

*Inscreva a sua empresa até **31 de Maio** em:
http://premiosexportacaoeinternacionalizacao.negocios.pt

APOIO:
coface