



# BARÓMETRO DO SETOR



## **FICHA TÉCNICA**

### **TÍTULO**

Barómetro do Setor de Joalheria, Ourivesaria e Relojoaria -  
2.º semestre 2017

### **PROPRIEDADE E COORDENAÇÃO**

AORP - Associação de Ourivesaria e Relojoaria de Portugal

### **AUTORIA**

Sigma Team Consulting, SA

### **EQUIPA**

Ana Sofia Silva  
Hermano Rodrigues  
Jorge Moreira  
Rui Ferreira

### **DATA DE EDIÇÃO**

Janeiro de 2018

# ÍNDICE

**1. Introdução**

**2. Key findings**

**3. Evolução recente e perspectivas futuras**

**3.1. O negócio**

**3.2. A atividade**

**3.3. O investimento e o desempenho**

**3.4. Os constrangimentos e as iniciativas**

**3.5. As perspectivas**

**4. Internacionalização**

**4.1. Mercados de oportunidade e de desinvestimento**

**4.2. Fatores críticos de sucesso**

## 1. INTRODUÇÃO

O presente barómetro tem como intuito principal apresentar, semestralmente, de forma condensada e incisiva, informação relevante sobre o sentimento empresarial dos players do setor dos produtos de joalheria, ourivesaria e relojoaria (J&O&R), dando eco a um processo de auscultação baseado num pequeno inquérito online, que almeja contribuir para a partilha de experiências e para a consciencialização e monitorização do que de principal se passa no setor da joalheria, ourivesaria e relojoaria.

Por outras palavras, a ferramenta aqui em apreço visa dar a todos os associados da AORP uma visão global, abrangente e evolutiva das iniciativas, estratégias, tendências e perceções que marcam a agenda da joalheria, ourivesaria e relojoaria no país.

Para além deste ponto introdutório (ponto 1), o corrente documento estrutura-se em torno de três pontos adicionais fundamentais.

No ponto 2 apresentam-se, em jeito de síntese, os principais indicadores, assim considerados pela sua relevância ou pela sua trajetória, agregados em três categorias, como se de um “tableau de bord” se tratasse: outlook, trends & strategies e global markets.

Por sua vez, o ponto 3 propõe-se fazer a ponte entre o que se passou nos últimos 6 meses e aquilo que se perspectiva para os 6 meses seguintes, sob diversos ângulos, como o negócio, a atividade, o desempenho, os constrangimentos, etc.

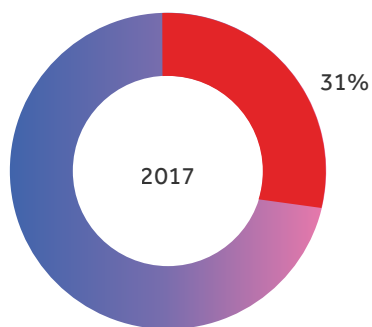
Por fim, o ponto 4 volta-se para fora e procura dar pistas sobre a internacionalização do negócio. Este último ponto pretende afirmar-se como uma base fiável e útil para a identificação das principais dinâmicas de internacionalização das empresas portuguesas de J&O&R a partir da localização Portugal.

### DISTRIBUIÇÃO SETORIAL

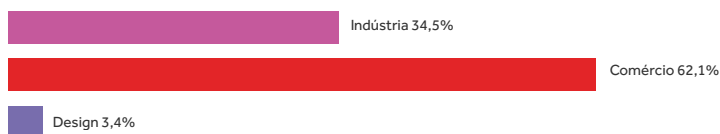
Nº de Empresas

30

Orientação Exportadora



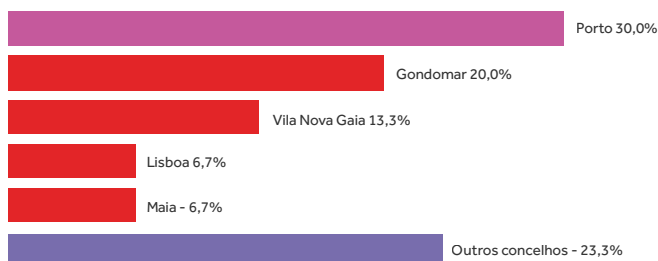
2017



#### DIMENSÃO EMPRESARIAL



#### CONCELHOS



## 2. KEY FINDINGS

### OUTLOOK

O inquérito realizado sugere que o setor da joalheria, ourivesaria e relojoaria português atravessa um momento bastante promissor. Este cenário acaba por ser o corolário da satisfação resultante de um último semestre bem conseguido e o reflexo da confiança depositada no semestre que se avizinha. No essencial, o 1.º semestre de 2018, à semelhança do 2.º semestre de 2017, ficará marcado pelo sentimento de bonança, plasmado pelo incremento do número de encomendas, do volume de negócios, das exportações, do emprego e, em paralelo, pela diminuição das dificuldades de tesouraria das empresas e do endividamento.

**53%**

das empresas assinalaram um reforço dos **investimentos em ativos** no decurso dos últimos 6 meses

**93%**

das empresas perspetivam **aumentos do número de encomendas** no decurso dos próximos 6 meses

**90%**

das empresas auguram um aumento das **exportações diretas** no decurso dos próximos 6 meses

### TRENDS & STRATEGIES

Neste ponto, o desafio consiste em identificar de forma clara e inequívoca as principais tendências percecionadas pelas empresas inquiridas em cada semestre, bem como as estratégias por elas adotadas. No 2.º semestre de 2017, destacam-se, entre as principais inquietações, as dificuldades de cobrança, o preço das matérias-primas, a política fiscal e a concorrência desleal. Do lado das iniciativas desencadeadas pelas empresas, destaca-se a intenção de procederem à incorporação de diamantes e de outras pedras preciosas na produção e apostarem em políticas de comunicação, marketing e imagem e na criação/lançamento de novos produtos.

**37%**

das empresas pretendem apostar na **incorporação de diamantes** e de outras pedras preciosas na produção

**63%**

das empresas reconhecem a necessidade de **apostarem em políticas de comunicação, marketing e imagem**

**23%**

das empresas consideram a **concorrência desleal** como um constrangimento muito relevante enfrentado

### GLOBAL MARKETS

As empresas J&O&R, apesar de partirem de uma orientação exportadora bastante incipiente (31%), revelam-se sensíveis à problemática da internacionalização, sinalizando uma predisposição para se direcionarem para novos mercados geográficos (57%). Entre os mais referenciados estão os mercados espanhol, francês e norte-americano, sendo que o mercado espanhol é o que reúne, em simultâneo, maior descrédito entre os players exportadores. Metade das empresas consideram o design do produto como um fator crítico de sucesso muito relevante para o processo de internacionalização, mas os apoios resultantes dos projetos de internacionalização em vigor são vistos como o fator mais importante, apontado como muito relevante para 60% das empresas.

**57%**

das empresas referem que estão a direcionar-se para **novos mercados geográficos**

**50%**

das empresas consideram o **design do produto** como fator crítico de sucesso muito relevante para a internacionalização

**22%**

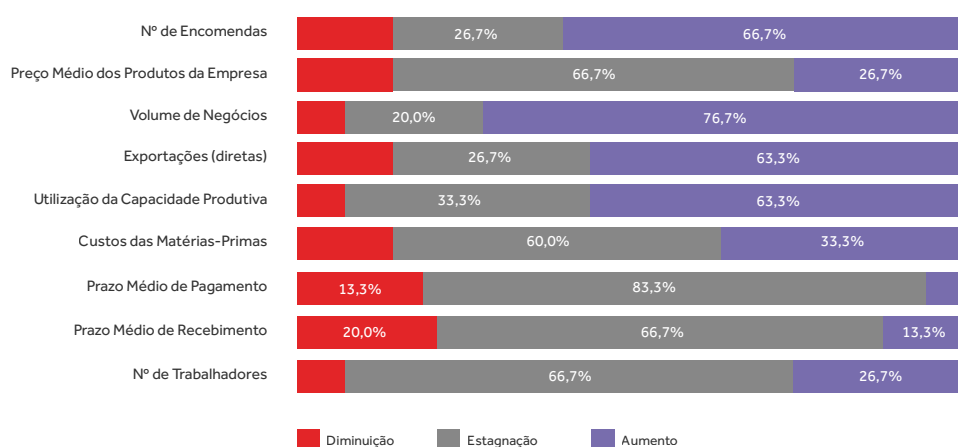
das respostas assinalam **Espanha** como o principal mercado em retração das exportações

### 3. EVOLUÇÃO RECENTE E PERSPETIVAS FUTURAS

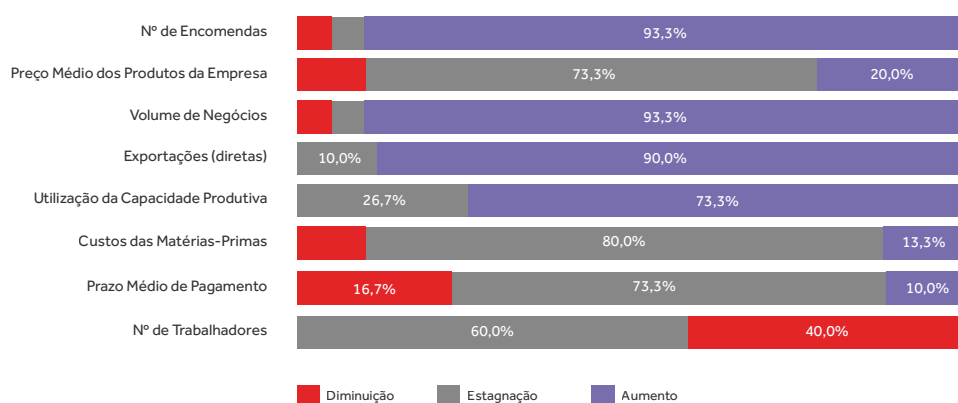
#### 3.1 O NEGÓCIO

Os resultados da auscultação sugerem que o negócio da J&O&R gozou, durante do 2.º semestre de 2017, de um clima amplamente favorável. Indicadores como o n.º de encomendas, volume de negócios, exportações e utilização da capacidade produtiva estiveram, maioritariamente, em alta. Por outro lado, outras variáveis, também importantes, exibiram um comportamento estável, como o preço médio dos produtos, custo das matérias-primas, prazos médios de pagamento e de recebimento e n.º de trabalhadores, embora cerca de uma em cada quatro das empresas respondentes tenham acusado um aumento do número de trabalhadores.

#### VARIAÇÃO OCORRIDA NO NEGÓCIO DA EMPRESA NOS ÚLTIMOS 6 MESES



#### PERSPETIVAS DE EVOLUÇÃO FUTURA PARA OS PRÓXIMOS 6 MESES



A acreditar nos resultados do barómetro, o sentimento dos agentes do setor J&O&R, para o 1.º semestre de 2018, apresenta-se ainda mais promissor. 93,3% das empresas antecipam aumentos no n.º de encomendas e 93,3% estimam um aumento da faturação face ao período homólogo. Em 40% dos casos, as empresas admitem a necessidade de contratar trabalhadores e em 90% dos casos é expectável um incremento do volume de negócios internacional direto.

A reforçar estas perspetivas, e imprimindo ainda mais confiança ao negócio, atente-se ao facto de não haver qualquer empresa na amostra que equacione a diminuição do n.º de trabalhadores, a redução das exportações diretas ou um declínio na utilização da capacidade produtiva.

Com efeito, os números projetados para o 1.º semestre de 2018 seguem, não só, a tendência positiva exibida no semestre anterior, como a reforçam.

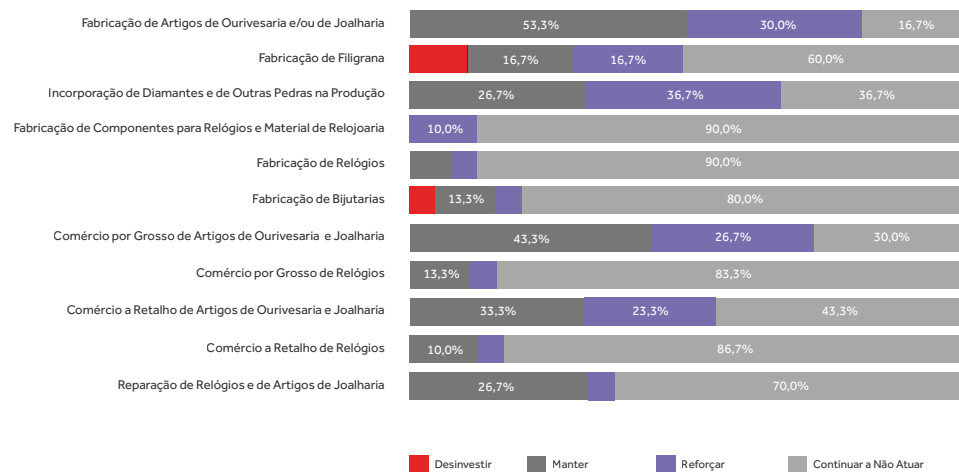
### 3.2. A ATIVIDADE

O inquérito realizado sugere que as empresas de J&O&R se encontram a desenvolver estratégias que convergem na aposta em quatro tipologias de atividades: fabricação de artigos de ourivesaria e/ou de joalheria (30%); incorporação de diamantes e de outras pedras preciosas na produção (36,7%); comércio por grosso de artigos de ourivesaria e joalheria (26,7%); e comércio a retalho de artigos de ourivesaria e joalheria (23,3%).

Esta aposta pode passar pela entrada nestas atividades ou no reforço da atividade já desenvolvida.

Nos antípodas, apenas as atividades relacionadas com a fabricação de filigrana e a fabricação de bijutarias emergem com o “rótulo” de atividades em que as empresas manifestam a sua intensão em desinvestir.

#### ESTRATÉGIA A SEGUIR PARA AS DIVERSAS ÁREAS DE ATIVIDADE



As atividades relacionadas com a fabricação de artigos de ourivesaria e/ou de joalheria e com o comércio por grosso de artigos de ourivesaria e joalheria assumem-se como aquelas que revelam maior consistência, na exata medida em que as empresas mais equacionam a sua continuidade estratégica, em 53,3% e 43,3% dos casos, respetivamente.

Por último, as atividades ligadas à relojoaria, em geral, não parecem exibir um significativo poder de atração entre as empresas do setor.

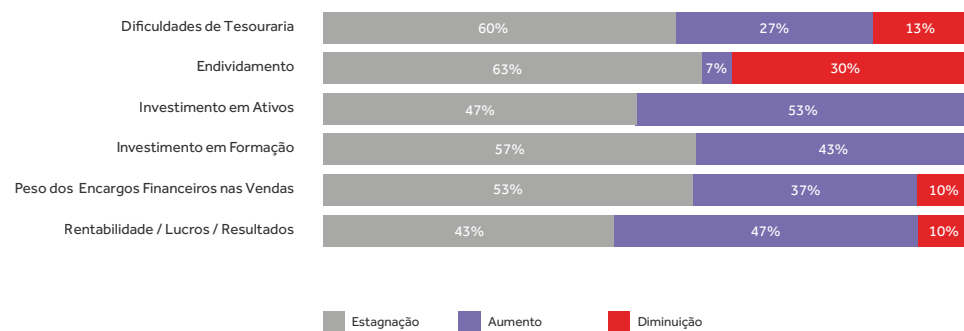
Do mesmo modo, as empresas respondentes parecem implicadas em continuar a não atuar na fabricação de filigrana (60%) e na fabricação de bijutarias (80%).

### 3.3. O INVESTIMENTO E O DESEMPENHO

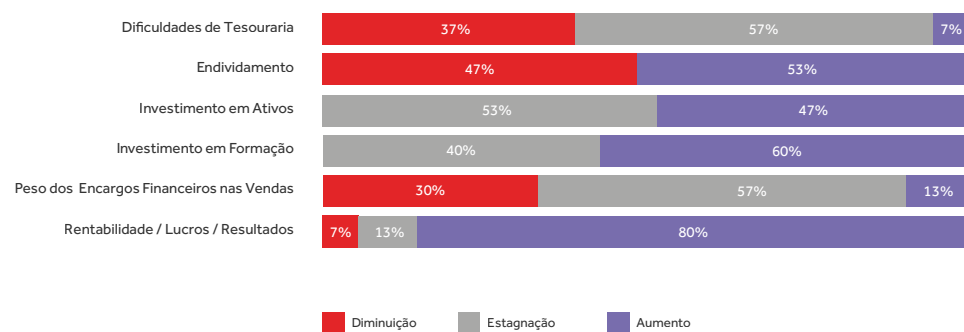
O desempenho económico-financeiro das empresas do setor de J&O&R parece ser consistente com as perceções manifestadas em torno da evolução do negócio. Assim, no rescaldo do último semestre, as empresas inquiridas (respetivamente, 53%, 43% e 47%) assumem melhorias com significado em indicadores como investimento em ativos, investimento em formação e na rentabilidade.

No entanto, para o período compreendido entre janeiro e junho de 2018, as expectativas são mais otimistas, sendo que 47% das empresas prevêem incrementar os seus investimentos em ativos, 60% estimam investir mais em formação e 80% acreditam que vão incrementar os seus níveis de rentabilidade.

#### VARIAÇÃO NA SITUAÇÃO FINANCEIRA E DE INVESTIMENTO DA EMPRESA OCORRIDA NOS ÚLTIMOS 6 MESES



#### PERSPETIVAS DE EVOLUÇÃO FUTURA PARA OS PRÓXIMOS 6 MESES



Na realidade, o clima de prosperidade que o barómetro deixa transparecer é facilmente corroborado pelo comportamento dos indicadores ligados ao investimento. Nenhuma das empresas inquiridas assinalou ter tido uma quebra nos investimentos em ativos ou nos investimentos em formação no decurso do último semestre ou prognostica vir a ter ao longo dos próximos 6 meses.

Em paralelo, 13% das empresas afirmam já terem experienciado um alívio nas dificuldades de tesouraria e são mais, ainda, as que vaticinam (37%) vir a alcançar uma posição mais confortável neste indicador, no decurso do próximo semestre. O mesmo sucede com o endividamento. Com efeito, 30% das empresas inquiridas dizem já estar menos endividadas face ao período homólogo, ao passo que para os próximos 6 meses este número sobe para os 47%, espelhando uma maior fatia de empresas que perspetiva uma situação de maior desafogo.

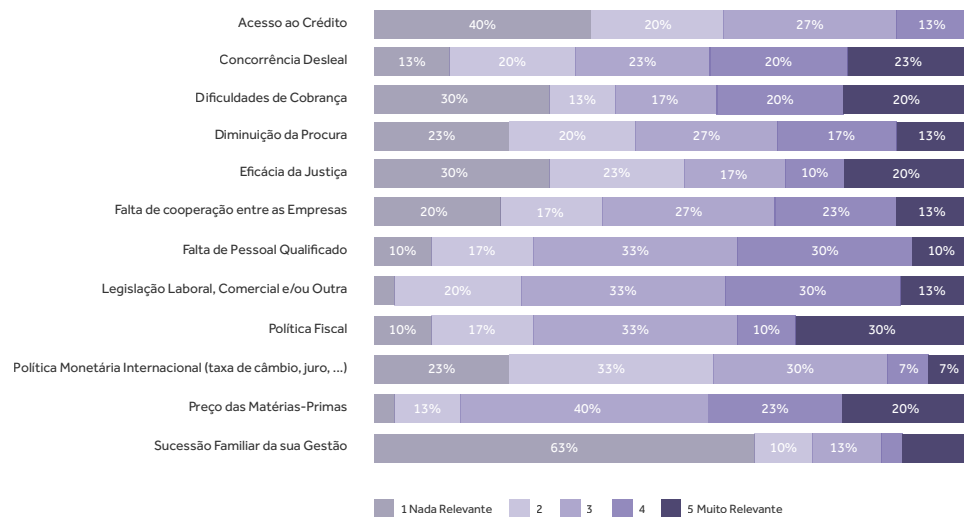


### 3.4. OS CONSTRANGIMENTOS E AS INICIATIVAS

Dificuldades de cobrança (20%), eficácia da justiça (20%), preço das matérias-primas (20%), concorrência desleal (23%) e política fiscal (30%) foram os constrangimentos tidos como muito relevantes para uma fatia importante das empresas. Curiosamente, nenhuma das empresas respondentes considerou o acesso ao crédito como um constrangimento muito importante. A falta de pessoal qualificado também não parece ser um problema estrutural deste setor, pois apenas 10% das empresas lhe atribuíram esse relevo.

Por último, não obstante a reduzida dimensão empresarial que caracteriza o setor e a natureza familiar das empresas, os problemas ao nível da sucessão na gestão são tidos como nada relevantes para 63% das empresas, assumindo-se, de forma destacada, como o menos preocupante dos constrangimentos elencados.

#### PRINCIPAIS CONSTRANGIMENTOS PERCECIONADOS

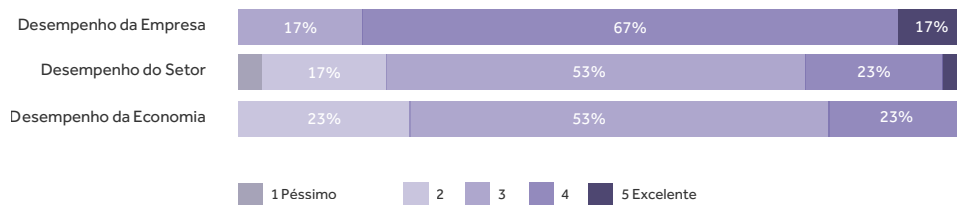


Deixando de lado os constrangimentos sentidos, concluímos que as principais iniciativas levadas a efeito pelas empresas para fazer face à conjuntura gravitam, maioritariamente, em torno da aposta em políticas de comunicação, marketing e imagem, na criação/lançamento de novos produtos e na aposta em novos mercados geográficos, ações aludidas, respetivamente, por 63%, 63% e 57% das empresas. Por sua vez, 43% das empresas estão a arriscar no estabelecimento de novas parcerias, outros 40% estão a optar por enveredar por novos segmentos de mercado e idêntico número está a encaminhar-se para iniciativas relacionadas com a melhoria de processos.

### 3.5. AS PERSPETIVAS

Quando questionamos os inquiridos sobre as perspetivas que detêm para os próximos 6 meses, duas grandes ideias de força se destacam: o desempenho, simultaneamente, mediano do setor (53%) e da economia (53%) e um desempenho muito superior da empresa, em que 67% das empresas o considera bom e 17% o reputa de excelente. Esta questão vem dar coerência às alusões extraídas em vários dos restantes domínios, sugerindo que os louros exibidos pelas empresas no decorrer do último semestre são mais mérito do posicionamento e da estratégia trilhada pelas próprias, do que a mera decorrência de qualquer efeito sinérgico induzido pelo próprio setor ou de um eventual efeito arrastamento, instigado pela própria economia.

#### PERSPETIVAS PARA OS PRÓXIMOS 6 MESES

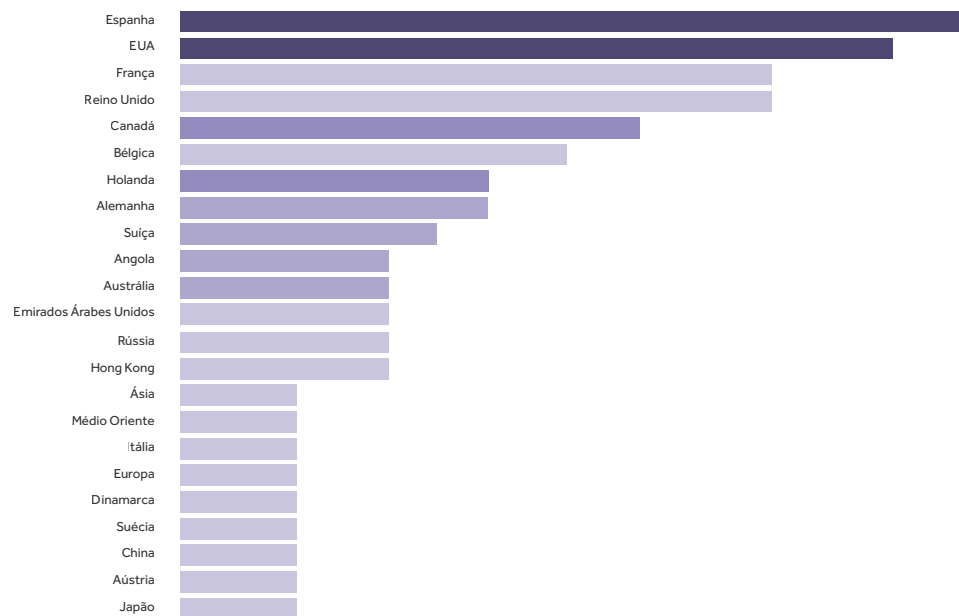


## 4. INTERNACIONALIZAÇÃO

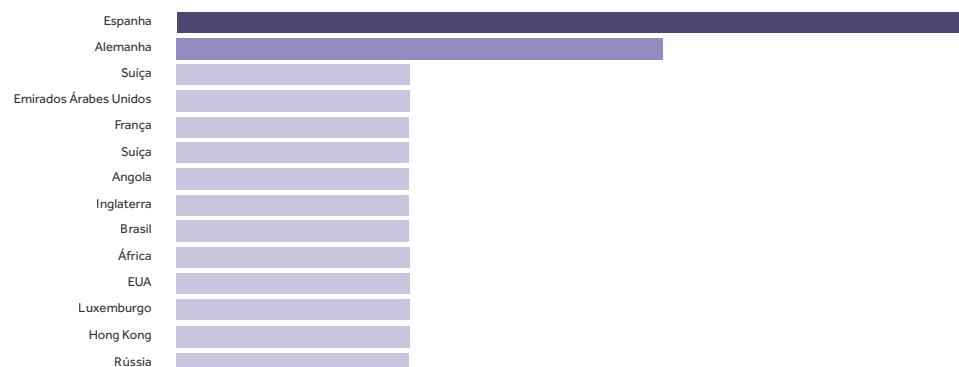
### 4.1. MERCADOS DE OPORTUNIDADE E DE DESINVESTIMENTO

Embora as empresas que dão corpo à amostra ostentem, em média, uma orientação exportadora ainda baixa, rondando os 31%, não é menos verdade que cerca de 57% estão a direcionar-se para novos mercados geográficos e que este fenómeno está a produzir efeitos, pois 63,3% das empresas admitem um reforço das exportações diretas no derradeiro período e 90% augura idêntico reforço para o próximo semestre. Da auscultação efetuada, ressaltam Espanha e EUA como os países mais frequentemente referidos (14% e 13%, respetivamente), ou se preferirmos, donde mais se esperam incrementos no volume de negócios internacional. Entre os países mais referenciados destacam-se ainda França e Reino Unido (ambos com 10%), Canadá (8%), Bélgica (6%) Holanda e Alemanha (ambos com 5%) e Suíça (4%). Os resultados do Barómetro sugerem uma dispersão muito grande de países, como reflexo de uma diversidade muito grande de experiências, laços comerciais e relacionais dos empresários nacionais. Por outro lado, Espanha (22%) e Alemanha (11%) encabeçam uma lista de países onde as empresas inquiridas espera uma retração significativa das exportações, outrora liderada por Angola.

#### PAÍSES ONDE SE ESPERA UM AUMENTO SIGNIFICATIVO DAS EXPORTAÇÕES



#### PAÍSES ONDE SE ESPERA UMA RETRAÇÃO SIGNIFICATIVA DAS EXPORTAÇÕES



## 4.2. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

Os apoios resultantes dos projetos de internacionalização em vigor (60%), o design do produto (50%), o acesso direto a redes de distribuição/comercialização (43%) e a presença direta nos mercados (40%) emergem como os fatores críticos de sucesso tidos como muito relevantes no processo de internacionalização das empresas.

Curiosamente, o preço do produto é, de entre os fatores críticos de sucesso apresentados, aquele que se afirma como o menos determinante, tendo mesmo sido considerado “nada relevante” para 13% das empresas.

### FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO À INTERNACIONALIZAÇÃO

