

Fileira Casa no Contexto Nacional e Internacional

Monografia Temática e Sectorial



Ficha técnica

TÍTULO

Fileira Casa no Contexto Nacional e Internacional:
Monografia Temática e Sectorial

CLIENTE

Exponor – Feira Internacional do Porto

AUTORIA

Sigma Team Consulting

EQUIPA

Alexandre Almeida
Eduarda Ramalho
Hermano Rodrigues
Jorge Moreira
Pedro Mazedo Gil
Rui Pedro Ferreira

DATA DE EDIÇÃO

Janeiro de 2014

Índice

1. Introdução	5
2. Estrutura da Fileira Casa.....	6
3. Fileira Casa no Contexto Internacional.....	8
4. Fileira Casa no Contexto Nacional	16
5. Conclusão.....	26



1. Introdução

A presente monografia temática e sectorial analisa a Fileira Casa, uma fileira que, como se verá nos pontos que se seguem, assume uma grande importância no contexto nacional e no contexto internacional.

Este trabalho marca o início de uma série de estudos a publicar ao longo de 2014 e 2015, estudos esses que visam analisar de forma sintética e incisiva as principais atividades representadas nas feiras internacionais organizadas pela *EXPONOR*, podendo revelar-se muito úteis para as empresas que nelas atuam em Portugal e para a própria eficiência empresarial coletiva que lhe está associada.

Esta iniciativa surge no contexto de um protocolo de colaboração estabelecido entre a *EXPONOR – Feira Internacional do Porto* e a *SIGMA TEAM CONSULTING* em finais de 2013, que se prolongará pelos próximos anos.

A análise da Fileira Casa aqui em destaque será organizada em três pontos essenciais:

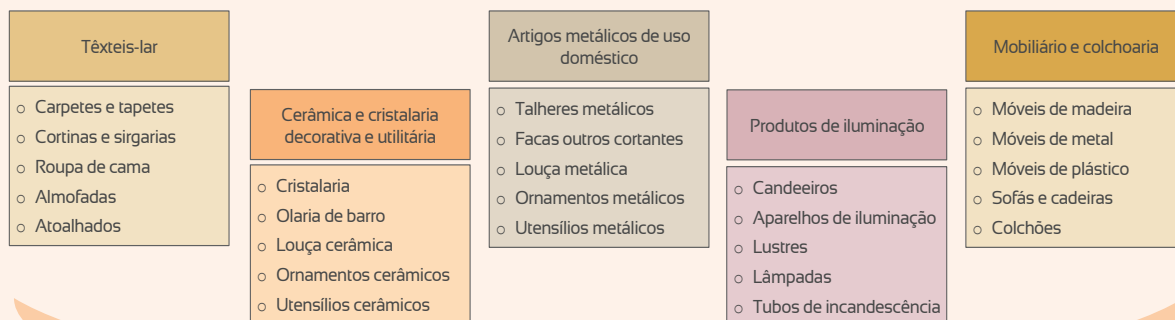
- Um primeiro ponto onde se procura identificar e delimitar sectorialmente o conjunto de atividades fundamentais que formam a fileira em estudo;
- Um segundo ponto onde se analisa a situação atual e a evolução recente no contexto mundial das principais atividades que formam a fileira em estudo, nomeadamente em termos de fluxos de comércio internacional;
- Um terceiro e último ponto onde se analisa a situação atual e a evolução recente da fileira em estudo no contexto nacional, quer em termos de relevância das atividades que a compõem quer da sua performance em matéria de comércio externo.

O estudo termina com um breve ponto conclusivo onde se destacam as principais ideias de força da análise efetuada.

A presente monografia recorre ao conceito “Fileira Casa” para se referir a um conjunto de atividades que disponibilizam no mercado soluções utilitárias e de decoração direcionadas sobretudo para o lar e para a hotelaria. Apesar de não estar enraizado no léxico corrente, trata-se de um conceito que é hoje muito comum no contexto do associativismo empresarial, da política pública e dos eventos internacionais ligados à decoração e ao habitat.

Embora não exista um consenso absoluto a propósito da sua estrutura, a Fileira Casa é usualmente conotada com cinco grandes grupos de produtos: têxteis-lar, cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária, artigos metálicos de uso doméstico, produtos de iluminação e mobiliário e colchoaria (Figura 1).

FIGURA 1
FILEIRA CASA EM PERSPETIVA



Fonte: Elaboração própria

Com uma ligação forte a um núcleo importante de sectores ditos tradicionais, relativamente intensivos em trabalho e em recursos naturais, a Fileira Casa tem vindo a sofrer uma alteração profunda ao longo das últimas duas décadas na forma como se posiciona nos mercados e nos fatores que suportam a sua competitividade.

Fruto dessa transformação, a Fileira Casa insere-se cada vez mais no seio das designadas indústrias criativas e indústrias da moda, valorizando crescentemente os aspetos da marca, da estética, do design, do conforto, das sensações, das experiências e do marketing, procurando responder à mudança nas preferências do consumidor, às novas tendências demográficas e, ainda, aos padrões recentes de evolução do conceito e estrutura da família moderna.

Esta realidade tem vindo a reforçar-se pelo facto das principais atividades associadas à Fileira Casa se inserirem progressivamente em cadeias de valor globais dominadas pelo retalho, dada a afirmação crescente de players do tipo IKEA, que estão a revolucionar a relação com os clientes e a forma como se organizam as cadeias de produção e de distribuição.

2. Estrutura da Fileira Casa

Ainda a propósito do objeto de estudo (Fileira Casa), tendo em conta os objetivos da presente monografia, importa delimitar de forma rigorosa a realidade que pretendemos analisar. Essa delimitação encontra-se sistematizada no Quadro 1 quer em termos sectoriais (com base na CAE - Classificação das Atividades Económicas) quer em termos de produtos (com base na NC - Nomenclatura Combinada). Para estabelecer a ligação entre estas duas nomenclaturas recorreu-se ao *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC)*, aproveitando o trabalho realizado pelas Nações Unidas na correspondência entre o ISIC e o HS (Harmonized System).

QUADRO 1.
DELIMITAÇÃO SECTORIAL DA FILEIRA CASA E RESPECTIVA CORRESPONDÊNCIA COM A NOMENCLATURA COMBINADA

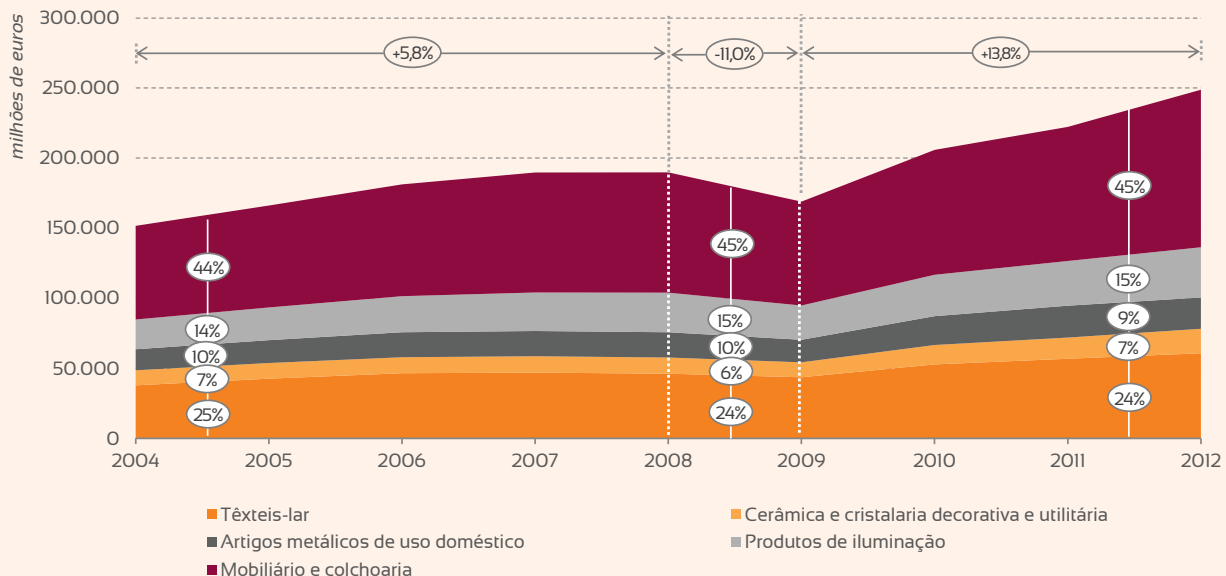
CAE Rev. 3	Nomenclatura Combinada
Têxteis-lar	
13920 - Fabricação de artigos têxteis confeccionados, exceto vestuário	630110, 630120, 630130, 630140, 630190, 630210, 630221, 630222, 630229, 630231, 630232, 630239, 630240, 630251, 630252, 630253, 630259, 630260, 630291, 630292, 630293, 630299, 630311, 630312, 630319, 630391, 630392, 630399, 630411, 630419, 630491, 630492, 630493, 630499, 630611, 630612, 630619, 630710, 630790, 630800, 940430, 940490
13930 - Fabricação de tapetes e carpetes	570110, 570190, 570210, 570220, 570231, 570232, 570239, 570241, 570242, 570249, 570250, 570251, 570252, 570259, 570291, 570292, 570299, 570310, 570320, 570330, 570390, 570410, 570490, 570500
13961 - Fabricação de passamanarias e sirgarias	560130, 560210, 560221, 560229, 560290, 560410, 580410, 580421, 580429, 580430, 580500, 580610, 580620, 580631, 580632, 580639, 580640, 580710, 580790, 580810, 580890, 580900, 581010, 581091, 581092, 581099, 581100
Cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária	
23132 - Cristalaria	701310, 701321, 701329, 701331, 701332, 701339, 701391, 701610
2341 - Fabricação de artigos cerâmicos de uso doméstico e ornamental	691110, 691190, 691200, 691310, 691390, 691410, 691490
Artigos metálicos de uso doméstico	
25710 - Fabricação de cutelaria	820551, 821110, 821191, 821192, 821193, 821194, 821195, 821210, 821220, 821290, 821300, 821410, 821420, 821510, 821520, 821591, 821599
25991 - Fabricação de louça metálica e artigos de uso doméstico	732310, 732391, 732392, 732393, 732394, 732399, 732490, 741811, 741819, 741820, 761511, 761519, 761520, 821000, 830400, 830510, 830520, 830590, 830610, 830621, 830629, 830630
Produtos de iluminação	
27400 - Fabricação de lâmpadas elétricas e de outro equipamento de iluminação	853910, 853921, 853922, 853929, 853931, 853932, 853939, 853941, 853949, 853990, 940510, 940520, 940530, 940540, 940550
Mobiliário e colchoaria	
31020 - Fabricação de mobiliário de cozinha	940340
31030 - Fabricação de colchoaria	940421, 940429
31091 - Fabricação de mobiliário de madeira para outros fins	940161, 940169, 940330, 940350, 940360
31092 - Fabricação de mobiliário metálico para outros fins	940171, 940179, 940310, 940320
31093 - Fabricação de mobiliário de outros materiais para outros fins	940130, 940140, 940150, 940151, 940159, 940180, 940381, 940389, 940190, 940370
31094 - Atividades de acabamento de mobiliário	940390, 940410

Fonte: Elaboração própria

Não obstante, em muitos casos, implicarem custos de transporte apreciáveis, os produtos da Fileira Casa têm uma natureza claramente transacionável. Atualmente, o valor dos bens exportados por esta fileira cifra-se em cerca de 250 mil milhões de euros anuais, correspondentes a cerca de 1,8% do total do comércio internacional (um pouco menos do que no início do século XXI, altura em que representava 2,2% do total das trocas internacionais). O grupo de produtos mais representativo é o respeitante a mobiliário e colchoaria, seguido a grande distância pelo grupo do têxteis-lar; os produtos de cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária são os menos representativos.

Como se pode observar no Gráfico 1, ao longo da última década, as exportações associadas à Fileira Casa registaram uma interessante dinâmica de crescimento a nível mundial (embora abaixo da registada pelo comércio internacional como um todo), sobretudo no período que se seguiu à crise internacional de 2008/9. Na primeira fase de expansão da primeira década do século XXI (2004-2008), as exportações desta fileira cresceram a uma taxa média anual de 5,8% (contra uma taxa de 10,4% do comércio internacional como um todo); na fase mais recente (2009-2012), aceleraram para uma taxa de crescimento média anual de 13,8% (contra uma taxa de 16,7% das trocas internacionais como um todo).

GRÁFICO 1.
EXPORTAÇÕES MUNDIAIS NA FILEIRA CASA POR GRANDES GRUPOS DE PRODUTOS, 2004-2012



Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

A dinâmica de crescimento das exportações não foi homogênea no conjunto dos produtos que se inserem na Fileira Casa. Acresce que a crise internacional de 2008/9 alterou um pouco as tendências que se vinham a afirmar. Em conjunto, estas forças determinaram um reforço da liderança dos produtos de mobiliário e colchoaria (que viram a sua quota subir em 1 p.p.) e do peso relativo dos produtos de iluminação a expensas dos artigos metálicos de uso doméstico e dos têxteis-lar.

3. Fileira Casa no Contexto Internacional

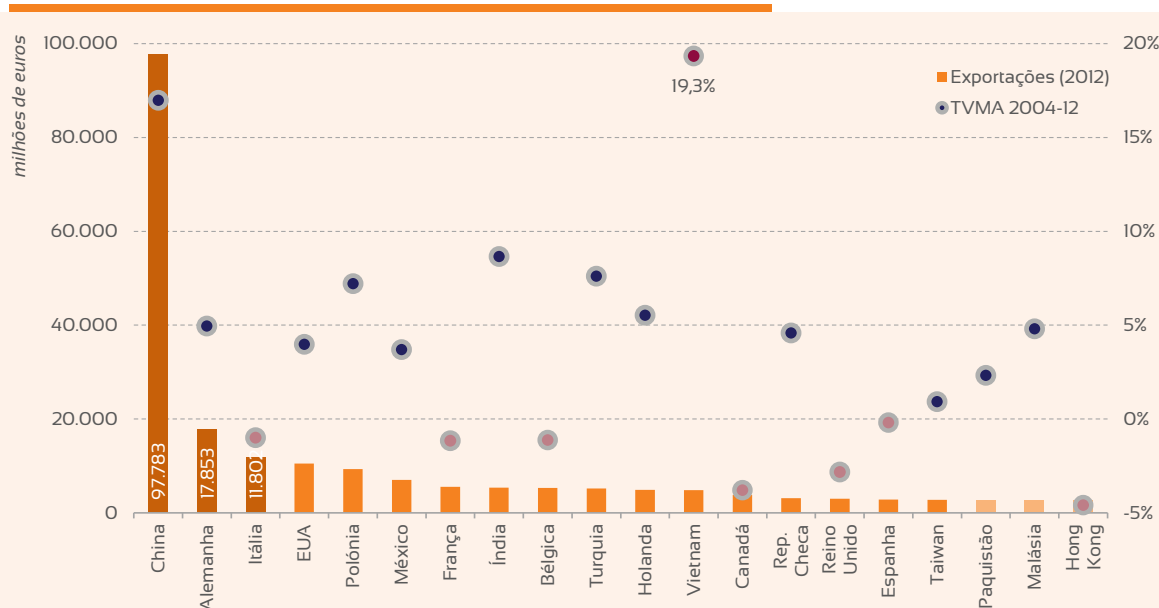
QUADRO 2.
TAXA DE VARIAÇÃO MÉDIA ANUAL DAS EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS
LIGADOS À FILEIRA CASA, 2004-2012

Grupos de Produtos	2004-08	2008-09	2009-12	2004-12
Têxteis-lar	+5,1%	-5,5%	+11,7%	+6,1%
Artigos têxteis confeccionados, exceto vestuário	+6,7%	-0,8%	+12,2%	+7,7%
Tapetes e carpetes	+2,5%	-12,6%	+10,5%	+3,3%
Passamanarias e sirgarias	+2,7%	-15,7%	+10,8%	+3,1%
Cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária	+1,8%	-7,6%	+18,0%	+6,3%
Cristalaria	+4,5%	-9,3%	+16,1%	+6,8%
Artigos cerâmicos de uso doméstico e ornamental	-0,8%	-5,7%	+19,8%	+5,8%
Artigos metálicos de uso doméstico	+4,7%	-10,9%	+11,5%	+5,1%
Cutelaria	+4,3%	-12,7%	+17,1%	+6,5%
Louça metálica e artigos de uso doméstico	+4,9%	-9,8%	+8,1%	+4,1%
Produtos de iluminação	+7,4%	-13,4%	+13,6%	+6,8%
Lâmpadas elétricas e outro equip. de iluminação	+7,4%	-13,4%	+13,6%	+6,8%
Mobiliário e colchoaria	+6,5%	-13,6%	+14,9%	+6,7%
Mobiliário de cozinha	+6,1%	-12,8%	+5,9%	+3,5%
Colchoaria	+14,5%	-8,3%	+12,4%	+10,6%
Mobiliário de madeira para outros fins	+4,5%	-10,1%	+10,7%	+4,8%
Mobiliário metálico para outros fins	+12,3%	-17,2%	+23,9%	+12,1%
Mobiliário de outros materiais para outros fins	+4,1%	-17,5%	+18,3%	+6,1%
Acabamentos de mobiliário	+11,3%	-13,6%	+12,1%	+8,1%

Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

Em termos mais desagregados, verifica-se que no período global considerado na análise (2004-2012), foram os produtos de mobiliário metálico não cozinha que registaram a melhor performance no contexto das exportações totais ligadas à Fileira Casa, seguindo-se os produtos de colchoaria e os têxteis-lar confeccionados. Os que mais se destacaram pela negativa foram as passamanarias e sirgarias, os tapetes e carpetes e louça metálica e artigos de uso doméstico. No período pós- crise mais recente (2009-2012), os produtos com maiores taxas de crescimento das exportações foram o mobiliário metálico não cozinha, os artigos cerâmicos de uso doméstico e ornamental e mobiliário não cozinha de outros materiais que não madeira e metal. Já os que menores taxas de crescimento apresentaram foram o mobiliário de cozinha e a louça e outros artigos metálicos de uso doméstico (Quadro 2).

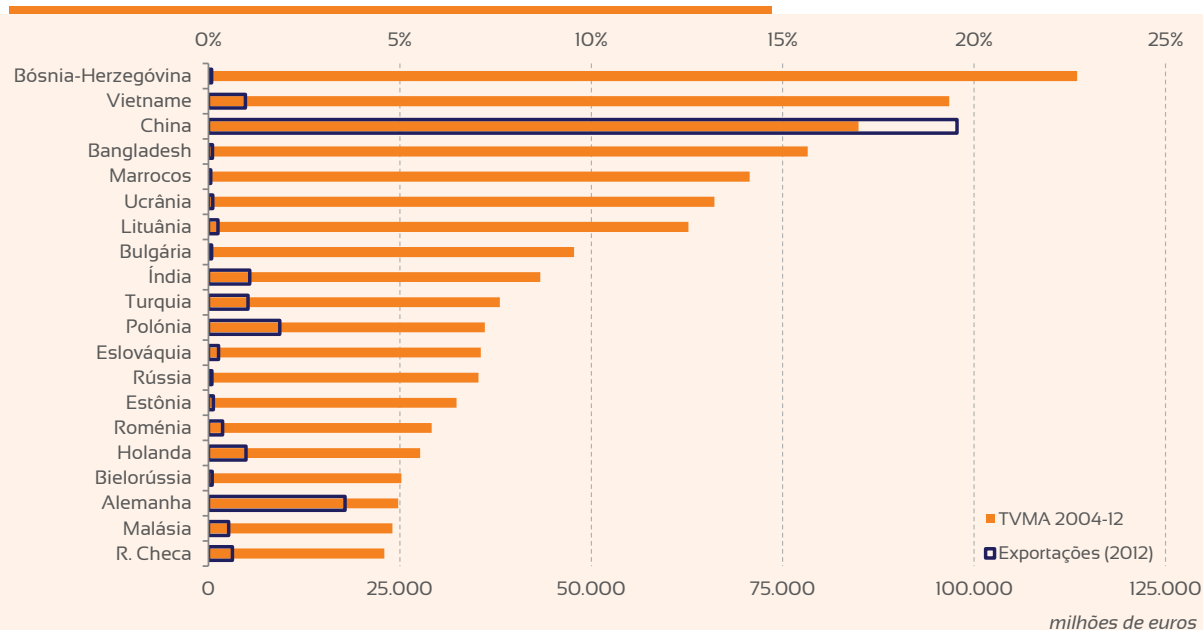
GRÁFICO 2.
PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES NA FILEIRA CASA A NÍVEL MUNDIAL, 2012



Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

O principal exportador de produtos ligados à Fileira Casa no globo é, de forma destacada, a China. Por si só, este país responde por quase 40% das exportações mundiais deste tipo de produtos. Seguem-se a Alemanha, a Itália e os Estados Unidos da América (EUA), que continuam a jogar um papel importante nesta fileira. Entre os restantes players relevantes estão vários países europeus, nomeadamente da Europa de Leste, vários países asiáticos, México e Canadá (Gráfico 2).

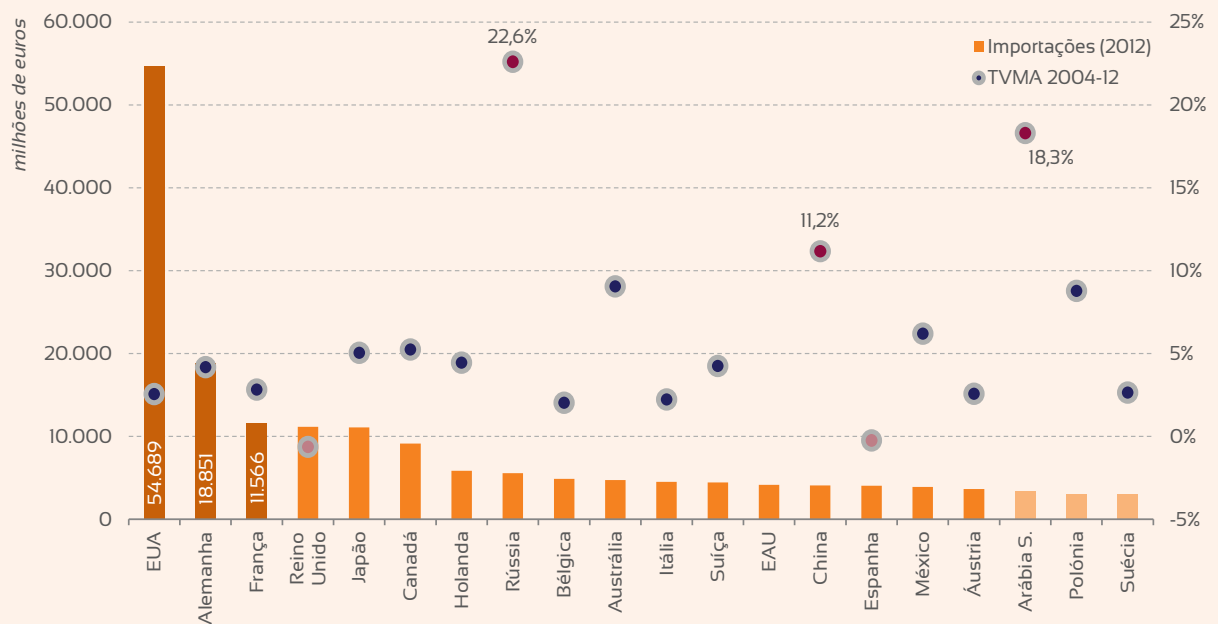
GRÁFICO 3.
PAÍSES EXPORTADORES MAIS DINÂMICOS NA FILEIRA CASA, 2004-2012*



*No TOP 50 dos exportadores mundiais
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

No tocante ao ritmo de crescimento das exportações, como se pode constatar pelos dados sistematizados no Gráfico 3, são sete os países que mais se destacam no TOP 50 dos maiores exportadores de produtos ligados à Fileira Casa: a Bósnia, o Vietname, a China, o Bangladesh, Marrocos, Ucrânia e Lituânia. Numa leitura mais global deste gráfico, torna-se evidente a agressividade da Ásia e da Europa de Leste nesta fileira.

GRÁFICO 4.
PRINCIPAIS PAÍSES IMPORTADORES NA FILEIRA CASA A NÍVEL MUNDIAL, 2012

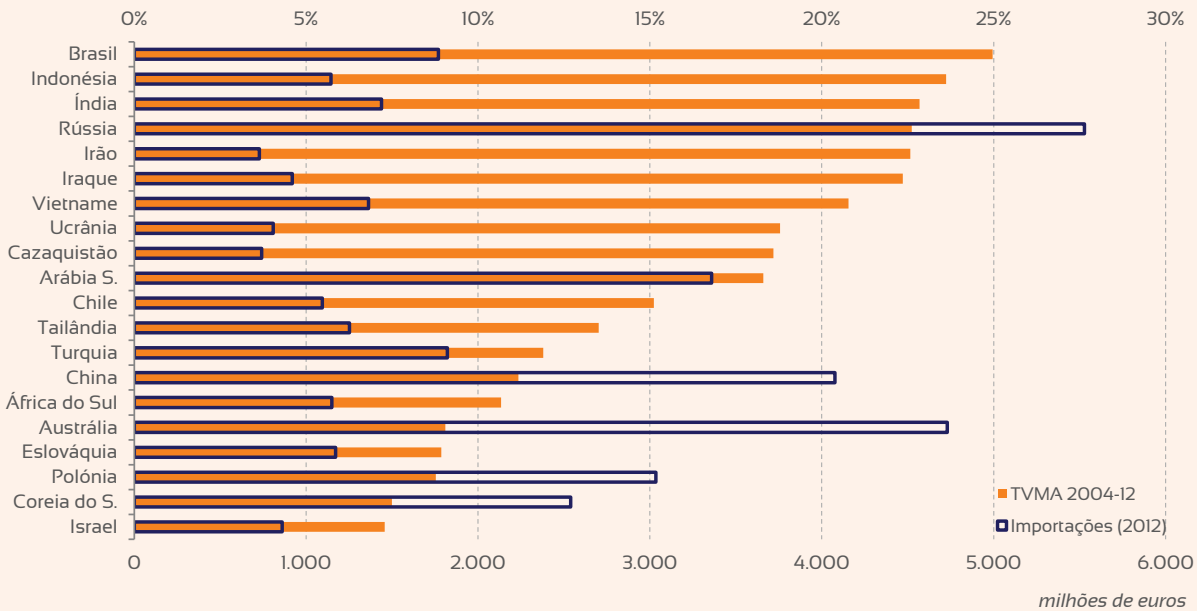


Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

Olhando agora para o lado da oportunidade, verifica-se que os principais mercados de importação estão claramente concentrados na tríade (Europa Ocidental, América do Norte e Japão). Rússia, China, Emirados Árabes Unidos (EAU), México, Arábia Saudita e Polónia começam a assumir também alguma importância, espelhando o elevado ritmo a que a procura final por este tipo de produtos está a exhibir nestes mercados (Gráfico 4).

A par destes países, como se pode constatar pelos dados sistematizados no Gráfico 5 que se segue, existem outros que também se destacam fortemente pela dinâmica de crescimento das suas importações. São eles o Brasil, a Indonésia, a Índia, o Irão, o Iraque, o Vietname, a Ucrânia, o Cazaquistão, o Chile, a Tailândia, a Turquia, a África do Sul, entre outros. Uma boa parte destes mercados são interessantes não apenas pelo ritmo de crescimento da procura mas, também, pela própria dimensão que a mesma já apresenta. É crescentemente para aqui que os esforços de internacionalização dos países produtores são dirigidos. Os principais *players* da fileira em Portugal não deverão, portanto, ignorar estas tendências.

GRÁFICO 5.
PAÍSES IMPORTADORES MAIS DINÂMICOS NA FILEIRA CASA, 2004-2012*



*No TOP 50 dos importadores mundiais
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

Desagregando a informação respeitante às importações, constata-se que, entre os produtos mais importados na atualidade, se destacam claramente, os móveis de madeira, exceto para escritórios, cozinhas ou quartos de dormir e assentos (Gráfico 6).

GRÁFICO 6.
PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS DA FILEIRA CASA A NÍVEL MUNDIAL, 2012



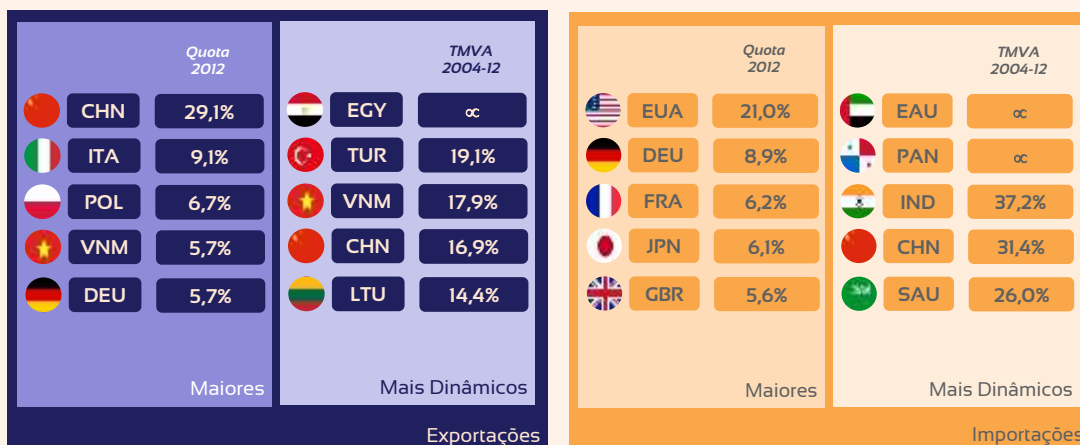
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

A título ilustrativo, apresenta-se na Caixa de Texto 1 uma análise aprofundada da realidade e da dinâmica recente exibida pelo produto acabado da Fileira Casa que foi mais importado no mundo em 2012. Como se pode constatar, em larga medida, o comportamento deste produto reflete a realidade global dos produtos da fileira em estudo: as exportações são dominadas pela China e as importações dominadas pelo mundo desenvolvido; os países mais dinâmicos nas exportações são sobretudo países asiáticos e nas importações são sobretudo países do Médio Oriente e da Ásia.

CAIXA DE TEXTO 1.

"MÓVEIS DE MADEIRA": O 1.º PRODUTO MAIS IMPORTADO NO MUNDO EM 2012 LIGADO À FILEIRA CASA

O produto específico mais importado no contexto dos produtos que integram a Fileira Casa respeita aos "móveis de madeira (exceto do tipo utilizado em escritórios, em cozinhas ou em quartos de dormir, bem como assentos)". As importações deste tipo de móveis têm um nível de concentração significativo, fruto da importância do mercado norte-americano nas importações mundiais, que agrega mais de um quinto do total das mesmas. Porém, grande parte destas importações são produtos de baixo valor acrescentado provenientes de países asiáticos com mão-de-obra barata como a China, o Vietname ou a Indonésia. O ranking dos 5 maiores importadores é liderado pelas EUA e completado pelas três maiores potências europeias (Alemanha, França e Reino Unido) e pelo Japão.



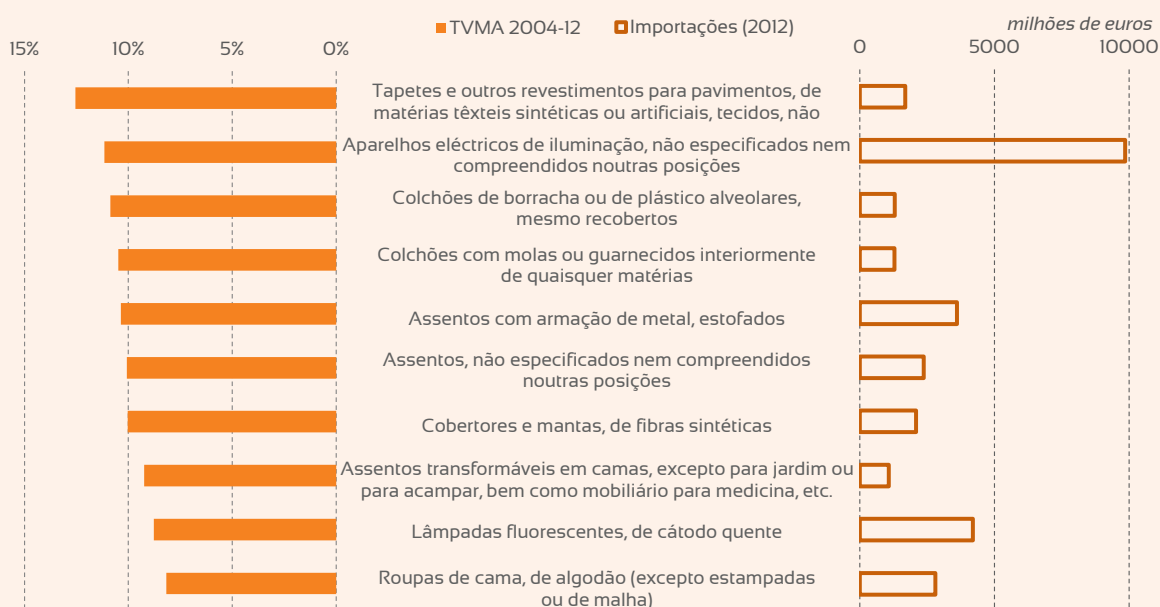
Em termos evolutivos, foram os países em desenvolvimento (ou emergentes) que mais protagonismo ganharam ao longo do período em análise na exportação do produto aqui em análise (2004-2012). As portas de entrada que mais cresceram nos últimos anos foram os Emirados Árabes Unidos, o Panamá, a Índia, a China e a Arábia Saudita, cujas taxas de crescimento anual foram manifestamente elevadas. Por exemplo, os dois primeiros classificados (EAU e PAN) que, em 2004, não registaram qualquer importação de móveis de madeira, viram o seu volume de importações em 2012 superar já a barreira dos 350 milhões de euros, numa tendência ainda com potencial de continuidade.

O aspeto similar na maior parte destes países é a partilha da China como a principal origem das suas importações, geralmente com uma forte importância na composição das suas importações. Tal não é estranho uma vez que o mercado das exportações de móveis de madeira (exceto para escritórios, cozinhas ou quartos de dormir e assentos) é dominado largamente pela China, com 29,1% do total. Por seu turno, o mercado internacional de mobiliário de luxo é dominado pela Itália, com uma forte tradição histórica neste segmento, focada predominantemente no mercado europeu.

No tocante ao crescimento das exportações, os países claramente mais dinâmicos são o Egipto, a Turquia, o Vietname, a China e a Lituânia. Os dois países asiáticos emergentes são claramente os mais importantes deste grupo já que, conjuntamente, exportaram um volume superior a 6,6 mil milhões de euros em 2012. Quando alargamos a análise ao TOPIO dos países mais dinâmicos em matéria de exportações, encontramos Portugal na 7ª posição, com um comportamento excepcional, materializado por uma taxa de crescimento anual de 11,5%, sustentada muito à custa dos anos após o início da crise económica e financeira que assolou o país de forma agressiva.

Em termos de dinâmica, os produtos que exibem uma melhor performance no contexto do comércio internacional ligado à Fileira Casa são os tapetes e outros revestimentos de matérias têxteis para pavimentos, os aparelhos elétricos de iluminação, os colchões de borracha ou de plástico alveolares, os colchões com molas ou guarnecidos interiormente de quaisquer matérias (exceto de borracha ou de plástico alveolares, bem como colchões de água, colchões e travesseiros, pneumáticos), os sofás com armação de metal, os cobertores e mantas de fibras sintéticas, os sofás transformáveis em camas, as lâmpadas fluorescentes de cátodo quente e as roupas de cama de algodão (Gráfico 7).

GRÁFICO 7.
 PRODUTOS IMPORTADOS DA FILEIRA CASA MAIS DINÂMICOS A NÍVEL MUNDIAL,
 2004-2012

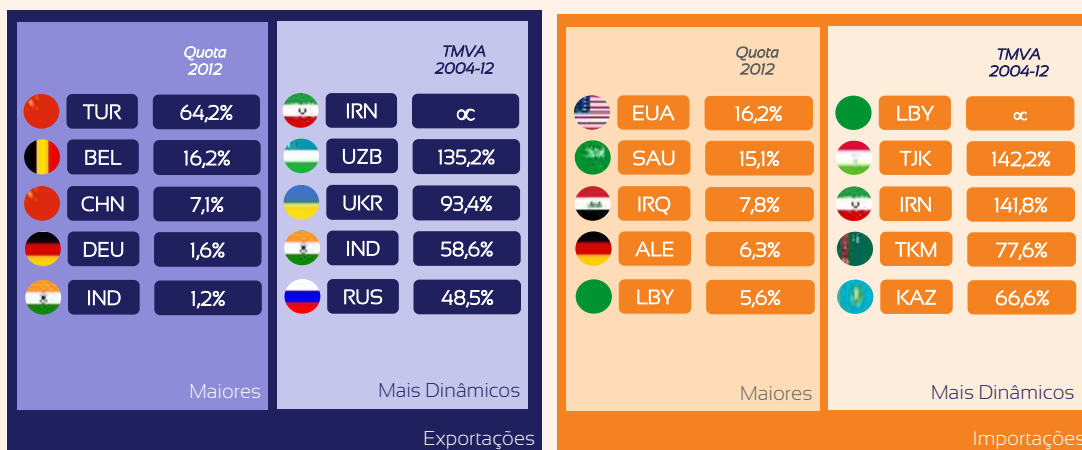


Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

A título ilustrativo, apresenta-se na Caixa de Texto 2 que se segue uma análise aprofundada da realidade e da dinâmica recente exibida pelo produto específico integrado na Fileira Casa que apresentou um maior crescimento das importações no mundo ao longo do período 2004-2012: tapetes e outros revestimentos de matérias têxteis para pavimentos. Trata-se de um caso muito interessante, uma vez que retrata um bem com uma longa tradição, que continua a revelar uma performance invejável nos mercados internacionais, cabendo a responsabilidade principal por este desempenho a um país muito particular (com um nível de desenvolvimento intermédio): a Turquia. Pelo lado dos destinos, este caso também se mostra curioso porque (com exceção dos EUA), os principais mercados importadores de maior dimensão e mais dinâmicos localizam-se maioritariamente no Médio Oriente.

CAIXA DE TEXTO 2.
"TAPETES E OUTROS REVESTIMENTOS PARA PAVIMENTOS DE MATÉRIAS TÊXTEIS": O PRODUTO MAIS DINÂMICO NO COMÉRCIO INTERNACIONAL DA FILEIRA CASA

O produto importado cujas trocas comerciais internacionais mais cresceram nos últimos oito anos respeita a "tapetes e outros revestimentos para pavimentos, de matérias têxteis sintéticas ou artificiais, tecidos, não tuados nem flocados, aveludados, confeccionados (exceto tapetes denominados 'kelim' ou 'kilim', 'schumacks' ou 'soumak', 'karamanie' e tapetes semelhantes a tecidos à mão)". Este tipo de produto ainda não desempenha um papel fundamental no ranking de produtos mais importados a nível mundial, encontrando-se apenas na 36ª posição do ranking, com apenas 1,7 mil milhões de euros de volume de importações mundiais. No entanto, desde 2004, este tipo de tapetes escalou 24 posições, desde a posição 60ª, verificando uma tendência sustentada ao longo do tempo, acentuada nos últimos anos. De facto, enquanto no período de 2004-2008, este tipo de produto cresceu a uma taxa média anual de 6,3%, no período subsequente (2008-2012) vivenciou um crescimento próximo dos 20% ao ano.



A evolução deste tipo de tapetes e revestimentos de pavimento deve-se, sobretudo, à dinâmica imprimida pela Turquia, que se apresenta como a grande e principal origem das importações mundiais, sendo responsável por quase dois terços das exportações mundiais, cujo significado é a superação da barreira dos 1,25 mil milhões de euros de exportações no ano de 2012 (em 2004, as exportações turcas registavam um volume de apenas 57 milhões de euros).

Os principais destinos das exportações são as grandes potências mundiais do mundo desenvolvido (EUA em 1º, Alemanha em 4º e Japão em 6º) e países do Médio Oriente como a Arábia Saudita (2º), o Iraque (3º) e a Líbia (5º). Com a exceção da Alemanha, estes países renderam-se aos tapetes e revestimentos de pavimento turcos, tornando a Turquia no principal fornecedor das suas importações.

Em termos dinâmicos, a tendência que captamos na análise feita aponta para uma orientação geográfica claramente virada para o Médio Oriente e a Ásia. Com efeito, quando consideramos o TOP30 dos maiores importadores deste produto, verificamos que nove dos dez países cujas importações mais cresceram são destas regiões. O grupo dos países mais ativos neste capítulo é fechado com Marrocos, um país africano posicionado no 7º lugar do ranking dos mais dinâmicos.

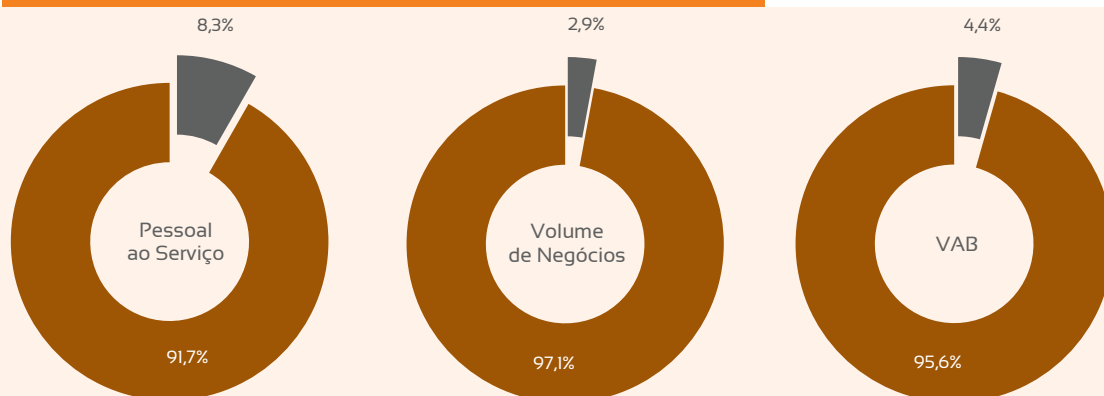
Ao percorrer o ranking dos principais exportadores deste produto, encontramos Portugal na 29ª posição, com pouco mais de 1,1 milhões de euros de exportações, valor quase duplicado durante o período em análise, isto é, verificando uma taxa de crescimento anual na ordem dos 6,1%. Os dois principais destinos das exportações portuguesas deste produto são os EUA e Angola que agregam 78% do total, isto é, 869 mil euros.

Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

A Fileira Casa aqui em estudo reúne um conjunto de atividades económicas com tradição e relevância económica em Portugal. Em 2011, esta fileira gerou na nossa economia 756 milhões de euros de valor acrescentado bruto (VAB), 2,4 mil milhões de euros de volume de negócios (VN) e 56.428 empregos. No contexto das indústrias transformadoras, estes números representam cerca de 8,3% do pessoal ao serviço, 2,9% do VN e 4,4% do VAB, o que atesta a sua relevância em termos de emprego e de criação de valor (Gráfico 8).

4. Fileira Casa no Contexto Nacional

GRÁFICO 8.
RELEVÂNCIA DA FILEIRA CASA NO CONTEXTO DAS INDÚSTRIAS TRANSFORMADORAS EM PORTUGAL, 2011



Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

Em termos geográficos, como se pode verificar pelos dados apresentados no Quadro 3, existe uma forte concentração das principais atividades ligadas à Fileira Casa em torno da região Norte do país (região que concentra cerca de 58% do total do emprego nestas atividades), ainda que a região Centro também represente um pólo importante (região que concentra cerca de 31% do total do emprego nestas atividades).

QUADRO 3.
DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DO EMPREGO NA FILEIRA CASA EM PORTUGA, 2011

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	Madeira
Têxteis-lar	76,6%	16,9%	3,2%	2,2%	0,9%	0,1%	0,1%
Cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária	14,4%	80,5%	2,5%	1,7%	0,6%	0,3%	0,0%
Artigos metálicos de uso doméstico	57,6%	31,5%	10,4%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%
Produtos de iluminação	23,9%	39,9%	28,9%	4,7%	2,1%	0,3%	0,3%
Mobiliário e colchoaria	65,8%	21,8%	5,7%	4,7%	1,5%	0,2%	0,3%
FILEIRA CASA	57,8%	31,3%	5,9%	3,5%	1,2%	0,2%	0,2%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

A posição de destaque do Norte nesta fileira decorre da relevância que as atividades ligadas ao mobiliário e aos têxteis-lar nele assumem, reforçada pelo facto de integrarem clusters históricos desta região. De forma diferente, a posição do Centro resulta sobretudo da representatividade regional das atividades ligadas à cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária e das atividades ligadas à iluminação.

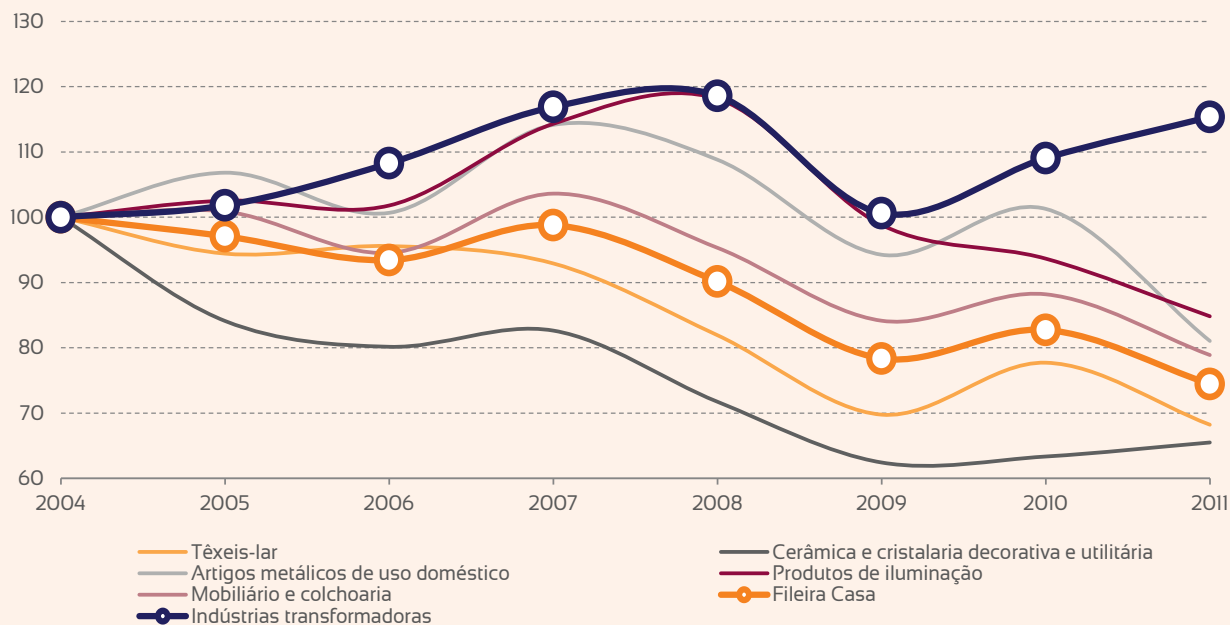
QUADRO 4.
DIMENSÃO E RELEVÂNCIA DAS ATIVIDADES QUE INTEGRAM A FILEIRA CASA EM PORTUGAL, 2011

Grupos de Produtos	Empresas		Emprego		VN		VAB	
	10 ⁶ €	%	10 ⁶ €	%	10 ⁶ €	%	10 ⁶ €	%
Têxteis-lar	1.204	15,0%	11.124	19,7%	588	24,9%	147	19,5%
Artigos têxteis confeccionados, exceto vestuário	968	12,1%	8.586	15,2%	466	19,7%	108	14,3%
Tapetes e carpetes	143	1,8%	1.439	2,6%	74	3,1%	19	2,6%
Passamanarias e sirgarias	93	1,2%	1.099	1,9%	48	2,0%	20	2,7%
Cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária	1.031	12,8%	8.851	15,7%	306	12,9%	129	17,1%
Cristalaria	27	0,3%	670	1,2%	56	2,4%	18	2,4%
Artigos cerâmicos de uso doméstico e ornamental	1.004	12,5%	8.181	14,5%	249	10,5%	111	14,7%
Artigos metálicos de uso doméstico	196	2,4%	2.943	5,2%	149	6,3%	58	7,7%
Cutelaria	118	1,5%	1.284	2,3%	48	2,0%	22	2,8%
Louça metálica e artigos de uso doméstico	78	1,0%	1.659	2,9%	101	4,3%	36	4,8%
Produtos de iluminação	238	3,0%	2.291	4,1%	135	5,7%	49	6,4%
Lâmpadas elétricas e outro equip. de iluminação	238	3,0%	2.291	4,1%	135	5,7%	49	6,4%
Mobiliário e colchoaria	5.364	66,8%	31.219	55,3%	1.186	50,2%	374	49,4%
Mobiliário de cozinha	649	8,1%	3.376	6,0%	137	5,8%	43	5,7%
Colchoaria	72	0,9%	1.294	2,3%	100	4,2%	25	3,3%
Mobiliário de madeira para outros fins	4.068	50,6%	22.926	40,6%	791,5	33,5%	257	33,9%
Mobiliário metálico para outros fins	115	1,4%	1.090	1,9%	54,6	2,3%	19	2,5%
Mobiliário de outros materiais para outros fins	188	2,3%	1.717	3,0%	83,3	3,5%	23	3,1%
Acabamentos de mobiliário	272	3,4%	816	1,4%	19,6	0,8%	7	0,9%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

Dentro da Fileira Casa, são as atividades ligadas ao mobiliário e colchoaria (e, muito em particular, as que formam a CAE 31091 da fabricação de mobiliário de madeira para outros fins) que assumem o maior peso sectorial, representando 67% do número total de empresas, 55% do emprego, 50% do VN e 49% do VAB. Seguem-se, a grande distância, as atividades produtoras de têxteis-lar (que respondem por 15% do número total de empresas, 20% do emprego, 25% do VN e 20% do VAB da fileira) e as atividades produtoras de cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária (que respondem por 13% do número total de empresas, 16% do emprego, 13% do VN e 17% do VAB da fileira). As atividades ligadas à produção de artigos metálicos de uso doméstico e à produção de produtos de iluminação são claramente menos relevantes, ainda que sejam as que exibem os maiores níveis de produtividade do trabalho (Quadro 4).

GRÁFICO 9.
DINÂMICA DE EVOLUÇÃO DO VOLUME DE NEGÓCIOS NAS ATIVIDADES LIGADAS À FILEIRA CASA EM PORTUGAL, 2004-2011



Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

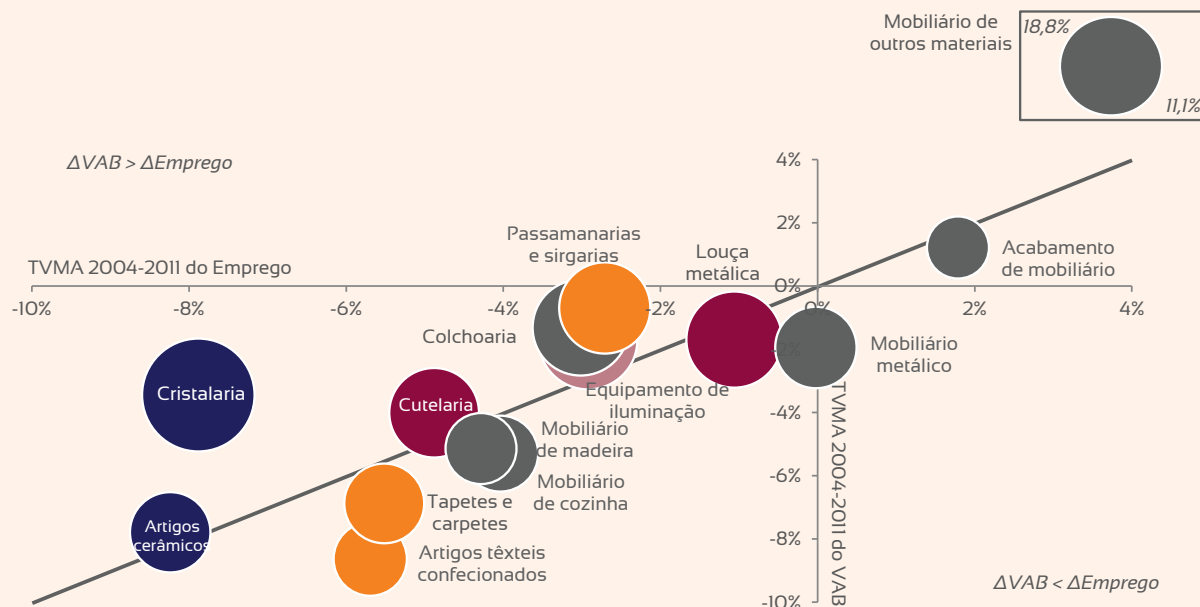
No respeitante à dinâmica recente, a Fileira Casa apresenta uma evolução preocupante em Portugal, evidenciando uma tendência de retração desde 2004, que se agravou fortemente com a crise internacional de 2008/09 e com a crise económica e financeira que assolou o nosso país. Com efeito, a fileira casa parece estar com dificuldade em sustentar as pressões económicas negativas, uma vez que apenas conseguiu um aumento da atividade nos anos de 2007 e 2010, a contrastar com o verificado no conjunto das indústrias transformadoras que apenas registou uma quebra avultada durante o ano de 2009 (Gráfico 9).

Em grande medida, esta realidade é explicada pela ascensão de países asiáticos de mão-de-obra barata, que constitui uma ameaça ampliada nos setores mais tradicionais e menos intensivos em tecnologia e conhecimento, como aqueles que constituem a fileira em estudo.

No seio da Fileira Casa, destaca-se o comportamento muito negativo das atividades ligadas à cerâmica e cristalaria decorativa e utilitária que, entre 2004 e 2009, viram o seu volume de negócios cair perto de 40%. No entanto, em anos mais recentes, estas atividades têm esboçado um movimento de viragem, ainda que lenta. De forma inversa têm evoluído as atividades ligadas aos produtos de iluminação que, tendo sido aquelas que mais atenuaram a tendência de quebra da fileira (em conjunto com o subsector do mobiliário), estão a observar, nos anos mais recentes, uma redução muito acentuada do VN.

GRÁFICO 10.

DINÂMICA DE EVOLUÇÃO DO EMPREGO, DO VAB E DA PRODUTIVIDADE NAS ATIVIDADES LIGADAS À FILEIRA CASA EM PORTUGAL, 2004-2011



* A dimensão das bolhas está indexada ao nível de produtividade em 2011.

Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

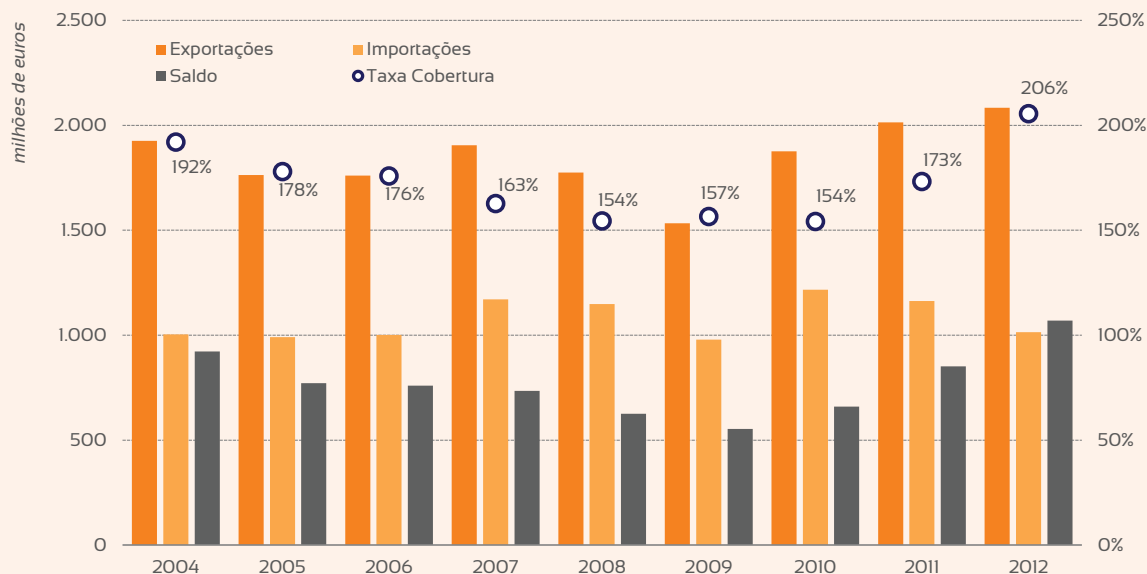
Estendendo a análise da evolução recente das atividades associadas à Fileira Casa ao emprego e ao VAB, o quadro não sai globalmente mais favorável. Com efeito, a maior parte destas atividades registou taxas de variação médias anuais (TVMA) bastante negativas nas variáveis em apreço. As exceções prendem-se com o mobiliário de outros materiais e os acabamentos de mobiliário (Gráfico 10).

Apesar da redução dos números do emprego e do VAB na generalidade das atividades em análise, o facto é que algumas conseguiram acréscimos de produtividade relevantes e, por essa via, acréscimos de competitividade, como é o caso das atividades de fabricação de mobiliário de outros materiais, da cristalaria e da fabricação de passamanarias e sirgarias que viram a sua produtividade aumentada em 59%, 39% e 15%, respetivamente.

Mas esta análise não fica completa sem se considerar a performance da Fileira Casa em matéria de comércio externo. A este nível, como se verificará de seguida, o quadro revelou-se moderadamente favorável, aspeto que permitiu que a evolução nas variáveis anteriormente analisadas não fosse ainda mais negativo.

Com efeito, considerando o período compreendido entre 2004 e 2012, as exportações portuguesas da Fileira Casa registaram um crescimento médio anual de 1%, que foi positivo mas ficou muito aquém das trocas internacionais mundiais na fileira. Neste horizonte temporal, destaca-se o movimento de quebra das exportações em 2008, que se prolongou e acentuou em 2009, seguido de uma forte recuperação a partir de 2010.

GRÁFICO 11.
EXPORTAÇÕES, IMPORTAÇÃO, SALDO COMERCIAL E TAXA DE COBERTURA DA
FILEIRA CASA EM PORTUGAL, 2004-2012



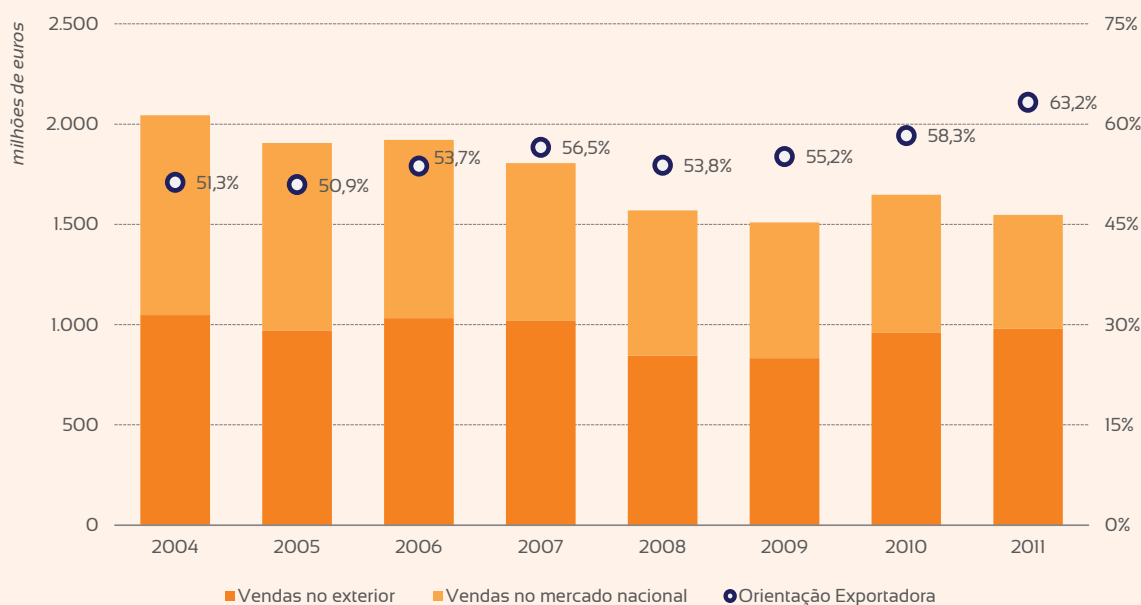
Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

Deste modo, e não obstante a quebra observada em 2009, o desempenho das exportações portuguesas da Fileira Casa foi mais favorável no subperíodo 2008-2012 (TVMA de 4%) do que no subperíodo que antecedeu a crise económica profunda que assolou o nosso país (TVMA de 2004-2008 a situar-se em -2%). Por comparação com o conjunto das indústrias transformadoras, a Fileira Casa exibiu um crescimento médio anual das exportações mais baixo (TVMA na IT de 5%) com os desempenhos médios anuais antes e depois de 2009 a registarem uma instabilidade contrastante com a estabilidade da IT (TVMA nos dois subperíodos em torno dos 5%).

No que toca às importações, estas registaram uma variação média anual virtualmente nula, o que se apresentou praticamente em linha com o total das indústrias transformadoras. Salienta-se, à semelhança do que ocorreu nas exportações, um movimento de quebra em 2008 e 2009 (com variações anuais de, respetivamente, -2% e -15%), seguindo-se uma recuperação significativa em 2010 (24%), mas que foi interrompida nos dois anos seguintes, nos quais se observou uma trajetória de recuo (com variações de, respetivamente, -5% e -13%).

Ao longo do período em análise, o saldo da balança comercial mostrou-se sistematicamente positivo, sendo de assinalar a melhoria registada nos três últimos anos, após reduções sucessivas nos anos precedentes. Decorrente da evolução dos fluxos de comércio internacional português entre 2004 e 2008, a taxa de cobertura das exportações pelas importações exibiu um movimento descendente. Mais recentemente, as quebras de importações em conjugação com os aumentos das exportações levaram a uma melhoria daquele indicador, que tem estado sempre manifestamente acima do observado no total das indústrias transformadoras.

GRÁFICO 12.
EVOLUÇÃO DA ORIENTAÇÃO EXPORTADORA DA FILEIRA CASA EM PORTUGAL,
2004-2011



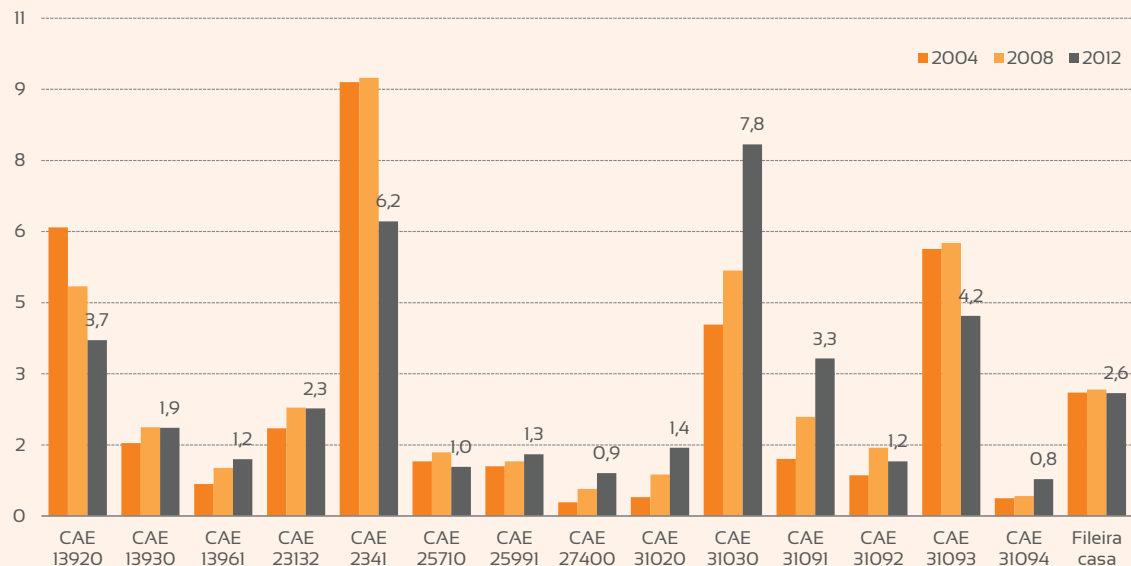
Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

Embora a performance evidenciada pelas exportações da Fileira Casa no período em análise não tenha sido brilhante, foi notável o esforço envidado com vista a direcionar a produção nacional para os mercados externos. Com efeito, verificou-se um reforço expressivo daquela que já era uma orientação exportadora significativa: em 2011, este indicador atingiu 63%, mais 12 pontos percentuais do que em 2004 e mais 21 pontos percentuais do que o conjunto das indústrias transformadoras (Gráfico 12).

De notar, a este propósito, que a maior parte das atividades contempladas na Fileira Casa apresenta vantagens comparativas face ao mundo, excetuando-se os casos das atividades ligadas à fabricação de produtos de iluminação (CAE 27400) e das atividades de acabamento de mobiliário (CAE 31094). Acresce que uma boa parte destas atividades registaram uma melhoria das vantagens comparativas reveladas em anos recentes (Gráfico 13).

No cômputo global da Fileira Casa, o nível de especialização tem sido estável, correspondendo, em 2012, a 2,6 vezes o registado pelo mundo. Para este resultado contribuiu, sobretudo, a evolução das atividades ligadas à fabricação de colchoaria (CAE 31030) e à fabricação de artigos cerâmicos de uso doméstico e ornamental (CAE 2341), com as primeiras a observarem um aumento das suas vantagens comparativas ao longo do tempo e as segundas a apresentarem alguma deterioração, apesar de o indicador em apreço permanecer elevado.

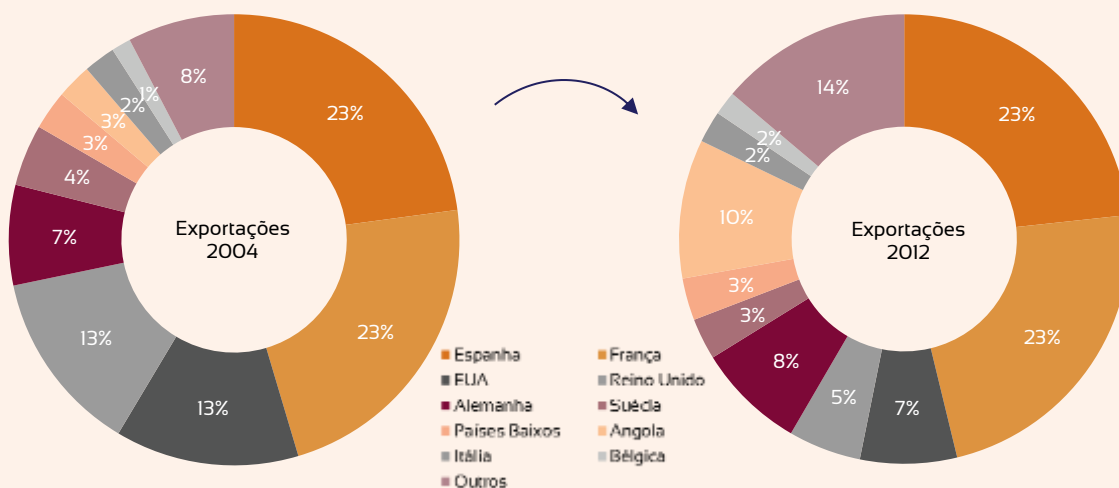
GRÁFICO 13.
VANTAGENS COMPARATIVAS REVELADAS NA FILEIRA CASA E EM CADA UMA DAS SUAS ATIVIDADES, 2004-2012



Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

No respeitante à geografia das exportações da Fileira Casa em Portugal, um aspeto a realçar e pouco favorável é que as mesmas se encontram altamente concentradas em apenas dois países: Espanha e França. Em conjunto, estes dois países foram responsáveis, em 2012, por cerca de 46% das exportações totais da fileira. Esta realidade torna-se ainda mais desfavorável quando se constata que, por comparação com 2004, o TOP 10 dos clientes de Portugal é composto pelos mesmos países, embora com algumas mudanças de posicionamento relativo (Gráfico 14).

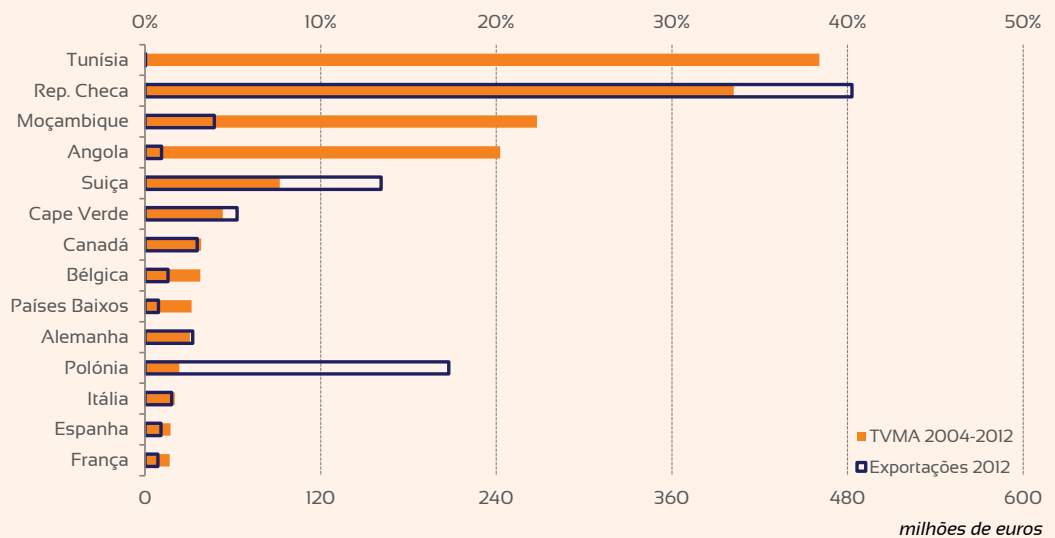
GRÁFICO 14.
PRINCIPAIS DESTINOS DAS EXPORTAÇÕES DAS ATIVIDADES DA FILEIRA CASA PORTUGUESA, 2004-2012



Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

Com o objetivo de perceber melhor as dinâmicas recentes das exportações portuguesas da Fileira Casa, no grupo dos 20 destinos mais relevantes em 2012 (responsáveis por cerca de 93% das exportações da fileira), selecionaram-se aqueles que observaram um desempenho mais positivo no período em análise. Deste exercício resultaram 14 países, destacando-se, entre eles, de forma clara, a Tunísia, a República Checa e, também, Moçambique e Angola (sendo que este último país, como se pode confirmar no Gráfico 14, ocupa um dos lugares cimeiros nos destinos dos produtos portugueses da Fileira Casa). Apesar da evolução muito favorável das saídas para estes quatro países, não se deverá ignorar a dinâmica dos demais países (europeus e não europeus), tendo todos eles exibido uma trajetória mais favorável do que a das exportações médias da Fileira Casa portuguesa para o mundo (Gráfico 15).

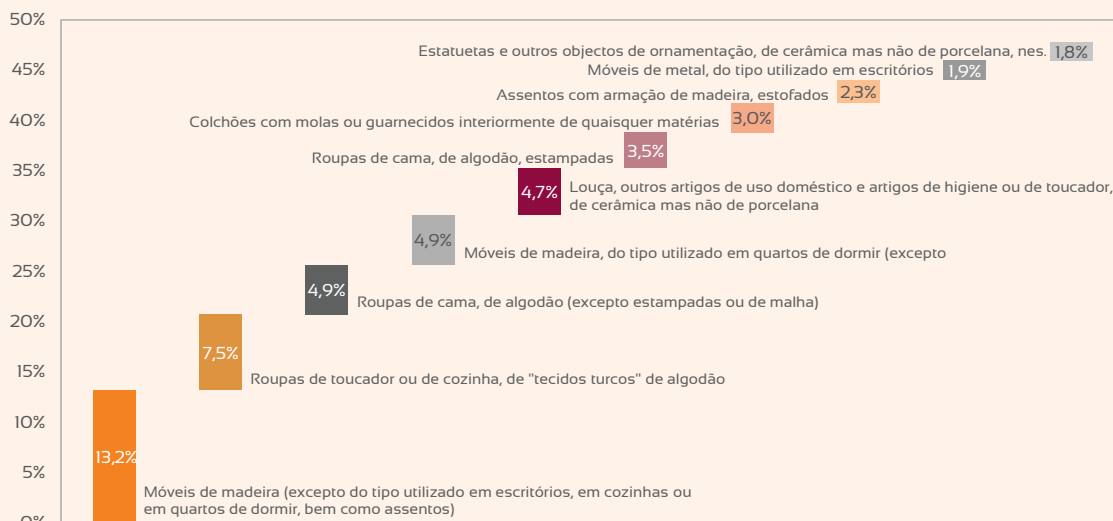
GRÁFICO 15.
DESTINOS MAIS DINÁMICOS DAS EXPORTAÇÕES DA FILEIRA CASA EM PORTUGAL, 2004-2012



Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

Concentrando agora a atenção nos produtos específicos da Fileira Casa que se destinaram ao exterior, observa-se que, em 2012, oito num total de cento e oitenta e nove produtos representam cerca de metade do total das saídas de 2012, o que revela que, também em termos de produtos, se regista uma excessiva concentração dos fluxos de saída da Fileira Casa portuguesa. Ocupando uma posição de liderança, que já vem de trás, surgem os móveis de madeira (exceto para escritórios, cozinhas ou quartos de dormir e assentos). Este é um aspeto interessante, uma vez que este é o tipo de produto que também ocupa a liderança nas importações mundiais. Destaca-se ainda o facto de alguns produtos de têxteis-lar ocuparem lugares de relevo nas exportações portuguesas, assim como os outros tipos de móveis, assentos e artigos de cerâmica e porcelana (Gráfico 16).

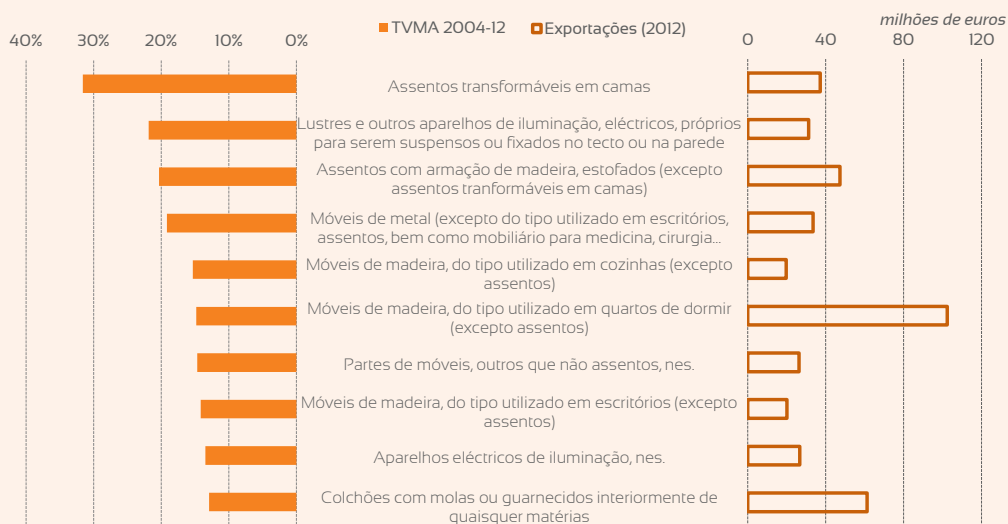
GRÁFICO 16.
PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PELA FILEIRA CASA EM PORTUGAL, 2012



Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

Por sua vez, atendendo ao TOP 30 dos produtos expedidos em 2012, observa-se que foram os sofás transformáveis em camas que exibiram, em termos médios anuais, um crescimento mais significativo nas exportações portuguesas da Fileira Casa, num movimento especialmente impulsionado pela trajetória exibida no segundo subperíodo (2009-2012). Em segundo, terceiro e quarto lugares, surgem os lustres e outros aparelhos de iluminação, os sofás estofados com armação de madeira e os móveis de metal, sendo que no primeiro e terceiro casos foi notório o abrandamento registado no segundo subperíodo, ao passo que no segundo caso a variação média anual foi semelhante nos dois subperíodos Gráfico 17.

GRÁFICO 17.
PRODUTOS MAIS DINÂMICOS EXPORTADOS PELA FILEIRA CASA EM PORTUGAL, 2004-2012



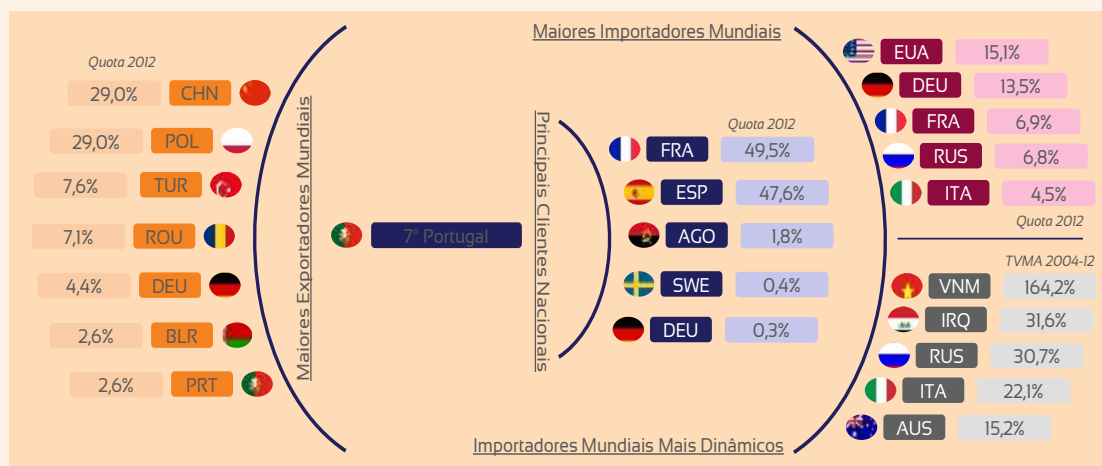
Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE

De notar que os móveis de madeira, do tipo utilizado em quartos de dormir, que ocupavam uma posição de destaque no conjunto das exportações da fileira em 2012, também exibiram uma evolução favorável pronunciada. Diferentemente, as partes de sofás não especificados nem compreendidos noutras posições – os produtos com maior relevância nas exportações da fileira – registaram uma quebra média anual de 5%. Na mesma linha, as roupas de toucador ou de cozinha, de tecidos turcos de algodão – que corresponderam ao terceiro produto mais expedido em 2010 – exibiram uma quebra durante o período em análise.

CAIXA DE TEXTO 3.

“SOFÁS-CAMA”: O PRODUTO MAIS DINÂMICO NAS EXPORTAÇÕES PORTUGUESAS DA FILEIRA CASA

Os “Assentos transformáveis em camas, exceto para jardim ou para acampar, bem como mobiliário para medicina, odontologia ou cirurgia” (que usualmente se designam por sofás-cama) correspondem ao produto da Fileira Casa em Portugal que, entre os 30 produtos mais exportados em 2012, evidenciaram uma maior dinâmica de crescimento entre 2004 e 2012. Este produto registou uma variação média anual de 31,6% entre 2004 e 2012, especialmente impulsionada pelo excelente desempenho no subperíodo compreendido entre 2008 e 2012 (TVMA de 63,2%). Destaca-se a fortíssima recuperação observada em 2009, após a quebra apurada no ano anterior, seguindo-se-lhe três anos de crescimento menor mas, ainda assim, claramente acima do registado no conjunto das indústrias transformadoras e no cômputo da Fileira Casa.



Desde 2008, França e Espanha têm sido os dois principais destinos das exportações lusas deste produto, respondendo em conjunto por 97,2% das exportações contabilizadas em 2012. Em 2004, foi a Alemanha o principal destino das saídas portuguesas deste produto, ocupando França o segundo lugar, invertendo-se a ordem nos três anos seguintes. Realça-se, neste quadro, o pujante crescimento das saídas para Espanha (embora com um nível de partida muito baixo), o muito recente crescimento das vendas para a Suécia, que a colocaram em quarto lugar em 2012, e o decréscimo das vendas para a Alemanha. Não obstante a fortíssima concentração das vendas em apenas dois países, não deixa de ser mencionável o papel assumido por alguns países africanos, realçando-se, desde logo, Angola, que ocupa em 2012 a 3ª posição.

Os países acabados de enunciar têm visto as suas importações aumentar e, nos casos da Alemanha e sobretudo de Angola, com uma intensidade superior à das importações mundiais. Acresce que todos eles exibem défices comerciais, sugerindo que serão mercados atrativos para a aposta das empresas portuguesas produtoras deste tipo de produto. Todavia, há outros países que se revelam, também, potencialmente atrativos para a produção portuguesa, como é o caso dos EUA - o maior importador líquido a nível mundial – bem como a Rússia e, ainda, a Itália, o Vietname, o Iraque e a Áustria, seja pela dimensão do seu mercado seja pelo ritmo de crescimento do mesmo.

A monografia que acaba de se apresentar visou reunir, de forma objetiva e sintética, informação relevante para os diversos *players* da Fileira Casa em Portugal. Em particular, pretendeu-se aqui ventilar e articular um conjunto de dados que, reportando-se a uma realidade em forte mutação e de elevada importância económica em termos mundiais e nacionais, merecesse ser acomodado na estratégia das empresas nacionais (e de todas as entidades que lhe prestam apoio), de modo a contribuir favoravelmente para a sua competitividade.

Apesar de muitos dos produtos que compõem a Fileira Casa implicarem elevados custos de transporte, ela exhibe uma natureza claramente transacionável. O valor das trocas internacionais de bens ligados à Fileira Casa atingiu em 2012 um máximo histórico, cifrando-se em quase 250 mil milhões de euros. No período compreendido entre 2004 e 2012, os fluxos internacionais destes produtos registaram uma interessante dinâmica de crescimento (variação média anual de 6,4%), tendo acelerado no período que se seguiu à eclosão da crise internacional de 2008/9 (variação média anual de 13,8%).

O principal país exportador mundial da Fileira Casa é a China, que responde por quase 40% das exportações totais. Seguem-se a Alemanha, a Itália e os Estados Unidos da América (EUA) e, depois, vários países europeus, nomeadamente da Europa de Leste, vários países asiáticos, o México e o Canadá. Relativamente ao ritmo de crescimento das exportações, são sete os países que mais se destacam no TOP 50 dos maiores exportadores de produtos ligados à Fileira Casa: a Bósnia, o Vietname, a China, o Bangladesh, Marrocos, Ucrânia e Lituânia. Decorre daqui uma aposta crescente por parte de países do leste europeu e da Ásia, a par do Norte de África e que, em muitos casos, já se materializa numa presença significativa no comércio mundial da fileira.

No que diz respeito aos principais países importadores, que correspondem a terrenos de oportunidade a ter em linha de conta por parte das empresas portuguesas, verifica-se uma forte concentração na Europa Ocidental, América do Norte e Japão. Porém, Rússia, China, EAU, México, Arábia Saudita e Polónia começam a assumir também importância, pelo que não devem ser descurados do caminho das empresas lusas.

A par destes países, existem outros que também se destacam fortemente, desta feita pela dinâmica de crescimento das suas importações. São eles o Brasil, a Indonésia, a Índia, o Irão, o Iraque, o Vietname, a Ucrânia, o Cazaquistão, o Chile, a Tailândia, a Turquia, a África do Sul, entre outros. Uma boa parte destes mercados são interessantes não apenas pelo ritmo de crescimento da procura mas, também, pela própria dimensão que a mesma já apresenta. Estes países deverão ser, de igual modo, alvo de especial atenção por parte do nosso tecido empresarial.

Passando do panorama mundial para o panorama nacional, verifica-se que a fileira em apreço representou, em 2011, cerca de 8,3% do pessoal ao serviço, 2,9% do VN e 4,4% do VAB do total das indústrias transformadoras, o que ilustra a sua elevada relevância em termos de emprego e de criação de valor.

5. Conclusão

Dentro da Fileira Casa, são as atividades ligadas ao mobiliário e colchoaria (e, muito em particular, a fabricação de mobiliário de madeira para outros fins) que assumem o maior peso sectorial, representando 67% do número total de empresas, 55% do emprego, 50% do VN e 49% do VAB. No respeitante à dinâmica recente, a Fileira Casa apresenta uma evolução preocupante em Portugal, evidenciando uma tendência de retração desde 2004, que se agravou fortemente com a crise internacional de 2008/09 e com a crise económica e financeira que assolou o nosso país.

Apesar da redução dos números do emprego e do VAB na generalidade das atividades em análise, o facto é que algumas conseguiram acréscimos de produtividade relevantes e, por essa via, acréscimos de competitividade, como é o caso das atividades de fabricação de mobiliário de outros materiais, da cristalaria e da fabricação de passamanarias e sirgarias.

Olhando agora para os dados do comércio internacional, e tendo em conta o período compreendido entre 2004 e 2012, verifica-se que desempenho global das exportações portuguesas da Fileira Casa, embora positivo (crescimento médio anual de 1%), ficou muito aquém do registo mundial. Mas nem tudo foi desfavorável. Com efeito, ao longo do período em análise, o saldo da balança comercial mostrou-se sistematicamente positivo, sendo de assinalar a melhoria registada nos três últimos anos. De forma idêntica, a orientação exportadora registou uma tendência bastante favorável, encontrando-se sempre acima da média das indústrias transformadoras. Acresce que a maior parte das atividades contempladas na Fileira Casa apresenta vantagens comparativas face ao mundo.

No respeitante à geografia das exportações portuguesas da Fileira Casa, um aspeto a realçar pouco favorável prende-se com o facto das mesmas se encontrarem altamente concentradas em apenas dois países: Espanha e França. Atentando aos TOP 20 dos países clientes de Portugal, destaca-se, indubitavelmente, a evolução verificada na Tunísia, República Checa e, também, Moçambique e Angola. A conjugação da informação relativa à identificação de países que têm sido especial alvo das exportações portuguesas com a dos países que se revelam potencialmente atrativos para Portugal sugere que, para além dos países nos quais Portugal já tem uma boa presença ou nos quais esta está a aumentar de forma expressiva, ainda há vários outros que merecem um olhar atento.



Sigma Team Consulting, SA

www.sigma.com.pt
geral@sigma.com.pt

Rua Cunha Júnior, 41-A, 2.º
4250-186 PORTO
Tel/Fax: 22 502 20 27