SIGMA TEAM
Consulting

EXPONOR
FEIRA INTERNACIONAL DO PORTO

Joalharia, Ourivesaria e Relojoaria no Contexto Nacional e Internacional

Monografia Temática e Sectorial

Maio 2014

Ficha técnica

TÍTULO

Joalharia, Ourivesaria e Relojoaria no Contexto Nacional e Internacional: Monografia Temática e Sectorial

CLIENTE

Exponor – Feira Internacional do Porto

AUTORIA

Sigma Team Consulting

EQUIPA

Danuta Kondek
Eduarda Ramalho
Hermano Rodrigues
Jorge Moreira
Pedro Mazeda Gil
Rui Pedro Ferreira

DATA DE EDIÇÃO

Maio de 2014

Índice

1. Introdução 5
2. Cadeia de valor da joalharia, ourivesaria e relojoaria 6
3. Joalharia, ourivesaria e relojoaria no contexto nacional 9
4. Comércio internacional de produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria 21
5. Conclusão 29

1. Introdução

A presente monografia temática e sectorial analisa a joalharia, ourivesaria e relojoaria segundo uma perspetiva integrada e de cadeia de valor, considerando não apenas a produção e distribuição deste tipo de produtos mas, também, os serviços de comércio e reparação que usualmente lhe estão associados.

Este trabalho materializa o terceiro output de uma série de estudos a publicar ao longo de 2014 e 2015 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, para investidores potenciais e para a própria eficiência empresarial coletiva que lhe está associada.

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

A análise da joalharia, ourivesaria e relojoaria aqui em destaque será organizada em três pontos essenciais:

- Um primeiro ponto onde se descreve sucintamente a cadeia de valor da joalharia, ourivesaria e relojoaria e se delimitam as atividades que a compõem e que se pretendem analisar no trabalho, quer do ponto de vista sectorial quer ponto de vista dos produtos associados;
- Um segundo ponto onde se procura aproximar a dimensão atual do mercado da joalharia, ourivesaria e relojoaria em Portugal e analisar a sua evolução recente ao nível da produção, da comercialização e do comércio internacional de produtos;
- Um terceiro e último ponto onde se analisa o mercado mundial de produtos e componentes de joalharia, ourivesaria e relojoaria em termos de trocas internacionais.

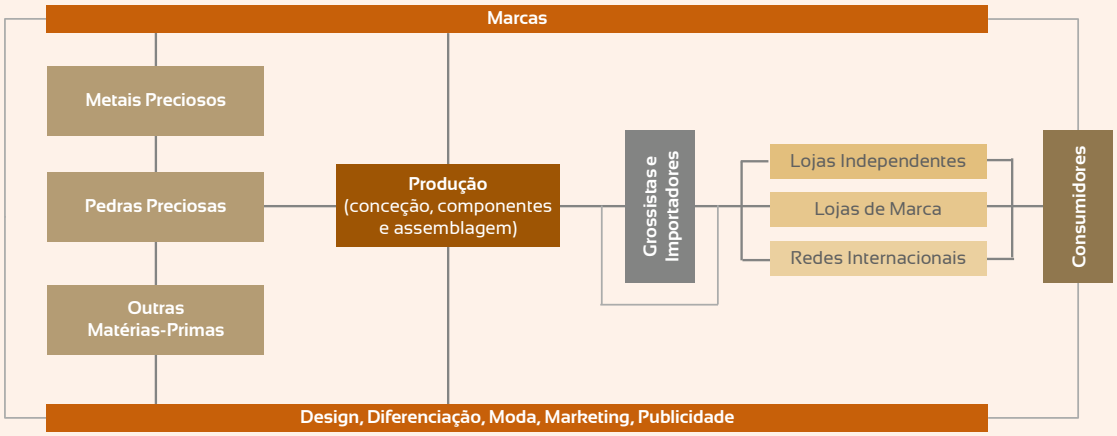
O estudo termina com um breve ponto conclusivo onde se destacam as principais ideias de força da análise efetuada.

2. Cadeia de valor da joalharia, ourivesaria e relojoaria

O foco da presente monografia é a joalharia, ourivesaria e relojoaria enquanto conjunto de produtos que visam sobretudo adornar o corpo humano. Adota-se no trabalho uma perspetiva ampla das atividades em estudo que, para além dos artefactos finais, inclui as partes necessárias à sua produção e os serviços associados à sua comercialização grossista e retalhista.

Os produtos de joalharia, ourivesaria e, mesmo, de relojoaria estão historicamente associados ao culto da beleza e da aparência. Desta forma, não estranhamente, as indústrias responsáveis pela sua produção – indústrias de fabricação de joalharia, ourivesaria e artigos similares e indústrias de fabricação de relógios e material de relojoaria – inserem-se hoje nas designadas "indústrias da moda".

FIGURA 1
CADEIA DE VALOR DA JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA



Fonte: Elaboração própria

A cadeia de valor da joalharia, ourivesaria e relojoaria é relativamente simples, partindo sempre da exploração e produção de metais preciosos ou metais nobres e, em muitos casos, também, de pedras preciosas, entre outras matérias-primas (e.g. vidro, plástico). Em causa estão atividades dominadas por grandes grupos internacionais (e.g. De Beers, Barrick Gold Corporation, Goldcorp Inc., Barrick Gold, Polyus Gold, Newmont Mining Corporation, Newcrest Mining, Yamana Gold, Kinross Gold, AngloGold Ashanti, Gold Fields Limited, Dominion Diamond Corporation, Debswana Diamond Company, Rio Tinto Diamonds).

Subsequentemente, aparecem as atividades ligadas à produção propriamente dita de joias e relógios. A este nível, o peso das grandes marcas internacionais é, também, muito importante. Marcas como a Tiffany & Co, a Buccellati, a Chopard, a Piaget, a Cartier, a Mikimoto, a Harry Winston, a Van Cleef & Arpels, a Bulgari e a Korloff destacam-se claramente nas joias. Marcas como a Rolex, a TAG Heuer, a Omega, a Panerai, a IWC, a Patek Philippe, a A. Lange & Söhne, a Montblanc, a Breitling, a Breguet e a Hublot destacam-se nos relógios. A par destas grandes marcas, existe uma grande pulverização de fabricantes em todos os países do mundo, quer de produtos finais quer de peças, partes ou componentes.

Por fim, na ligação ao mercado, surgem os grossistas, os importadores e os retalhistas. Na maior parte dos casos, existe um grande número de players locais e nacionais em cada país. Contudo, progressivamente, começam a emergir cadeias internacionais com relevância, como é o caso da Cadenzza, da Swarovski, da Signet e da Pandora.

QUADRO 1.
DELIMITAÇÃO SECTORIAL DA CADEIA DE VALOR DA JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA E RESPETIVA CORRESPONDÊNCIA COM A CLASSIFICAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS

CAE Rev. 3	Principais atividades, produtos e serviços
Atividades Industriais	
2652 - Fabricação de relógios e material de relojoaria	Compreende a fabricação de relógios elétricos, eletrónicos e mecânicos (de pulso, bolso, parede, mesa, bordo, despertadores, etc.) e aparelhos semelhantes (caixas de relógio mesmo de metais preciosos, etc.), assim como aparelhos de registo de horas e medição de tempo (parquímetros, interruptores, horários, etc.). Inclui acessórios, partes e peças separados de relógios e de outro material de relojoaria.
3212 - Fabricação de joalharia, ourivesaria e artigos similares	Compreende a fabricação de objetos de joalharia e de outros artigos de ourivesaria, de metais preciosos ou de metais comuns folheados ou chapeados com metais preciosos (compreende uma variedade de produtos, nomeadamente, artigos para serviço de mesa, talheres, artigos de escritório, artigos religiosos, artigos de adorno pessoal, pulseiras, braceletes, relógios e artigos técnicos ou de laboratório), pedras preciosas ou semipreciosas (sintéticas ou reconstituídas) ou de combinações de metais preciosos com pedras preciosas ou semipreciosas ou de outros materiais. Inclui a atividade de gravação e similares dos artigos incluídos nesta atividade. Compreende, também, o talhe e polimento de diamantes e de outras pedras preciosas e semipreciosas para joalharia e uso industrial. Inclui pedras preciosas artificiais (sintéticas ou reconstituídas), pérolas-trabalhadas (naturais ou de cultura) e artigos de pérolas preciosas.
Atividades Terciárias	
4648 - Comércio por grosso de relógios e de artigos de ourivesaria e joalharia	Compreende o comércio por grosso de relógios, bem como de artigos de ourivesaria e joalharia.
4777 - Comércio a retalho de relógios e de artigos de ourivesaria e joalharia, em estabelecimentos especializados	Compreende o comércio a retalho de relógios, joias, filigranas e de outros artigos de ourivesaria de metais preciosos ou de metais comuns folheados ou chapeados com metais preciosos.
9525 - Reparação de relógios e de artigos de joalharia	Compreende a reparação de todo o tipo de relógios de uso pessoal ou para casa e suas partes, assim como a reparação e alteração de artigos de joalharia. Inclui cronómetros e aparelhos similares.

Fonte: Elaboração própria

Do ponto de vista da Classificação das Atividades Económicas, como se pode observar no Quadro 1, a delimitação sectorial da joalharia, ourivesaria e relojoaria compreende a CAE 2652 (Fabricação de relógios e material de relojoaria), a CAE 3212 (Fabricação de joalharia, ourivesaria e artigos similares), a CAE 4648 (Comércio por grosso de relógios e de artigos de ourivesaria e joalharia), a CAE 4777 (Comércio a retalho de relógios e de artigos de ourivesaria e joalharia, em estabelecimentos especializados) e a CAE 9525 (Reparação de relógios e de artigos de joalharia). Importa salientar que, na prática, não existe uma separação clara entre as atividades ligadas à joalharia, ourivesaria e relojoaria. Por um lado, existem muitas empresas industriais que também têm retalho e, por outro, existem muitas empresas comerciais que também fabricam produtos.

QUADRO 2.
TIPOLOGIAS DE PRODUTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA E RESPETIVA CORRESPONDÊNCIA COM A NOMENCLATURA COMBINADA

Grupos de Produtos	Códigos da Nomenclatura Combinada
Relógios e suas partes	910111, 910112, 910119, 910121, 910129, 910191, 910199, 910211, 910212, 910219, 910221, 910229, 910291, 910299, 910521, 910529, 910811, 910812, 910819, 910820, 910890, 910911, 910919, 910990, 911011, 911012, 911090, 911110, 911120, 911180, 911190, 911220, 911290, 911310, 911320, 911430, 911440, 911490
Artefactos de joalharia, ourivesaria e suas partes	711311, 711319, 711320, 711411, 711419, 711420, 711510, 711590, 711610, 711620

Fonte: Elaboração própria

No tocante a produtos, foram estruturadas duas tipologias fundamentais: (i) relógios e suas partes; (ii) artefactos de joalharia, ourivesaria e suas partes. Esta classificação, no caso da presente monografia, será especialmente útil para analisar os padrões de comércio internacional de produtos joalharia, ourivesaria e relojoaria no contexto nacional e internacional. Para o efeito, recorrer-se-á à correspondência estabelecida no Quadro 2, baseada nos códigos da Nomenclatura Combinada (NC).

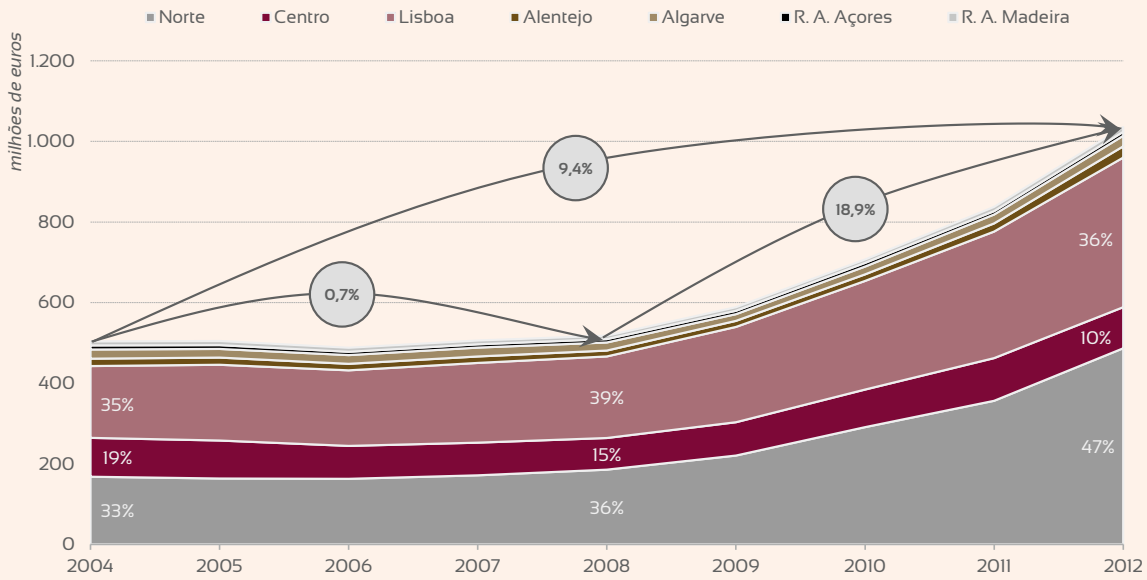
3. Joalharia, ourivesaria e relojoaria no contexto nacional

Segundo os últimos dados disponíveis do INE (relativos a 2012), o mercado português da joalharia, ourivesaria e relojoaria, avaliado pelo volume de negócios gerado no comércio a retalho de relógios e de artigos de ourivesaria e joalharia em estabelecimentos especializados (CAE 4777), deverá rondar os 1.000 milhões de euros.

Como se pode verificar pelos dados evidenciados no Gráfico 1, este valor decorre largamente do aumento acelerado das transações deste tipo de produtos em anos recentes, muito em especial no período 2008-2012, em que a taxa de variação média anual do volume de negócios no comércio a retalho dos produtos em análise se cifrou em 18,9%.

Trata-se de uma dinâmica totalmente em contraciclo com a evolução global da economia portuguesa, que se explica em larga medida pelo comércio de joias e, em particular, pelo comércio de ouro usado, induzido pela forte crise económica que assolou o nosso país desde 2009 e que se agravou com o pedido de resgate internacional solicitado pelo nosso país em 2011, bem como pela escalada do preço do ouro no mercado mundial ocorrida neste período.

GRÁFICO 1.
MERCADO DA JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA EM PORTUGAL, 2004-2012



Fonte: INE, Sistema de Contas Integrado das Empresas (SCIE).

Os desenvolvimentos assinalados fizeram-se sentir no país como um todo, mas mostraram-se especialmente vincados na região Norte. Com efeito, entre 2008 e 2012, o volume de negócios no comércio a retalho de relógios e de artigos de ourivesaria e joalharia em estabelecimentos especializados cresceu a uma taxa média anual de 27,3% na região Norte ao passo que em Lisboa apenas cresceu a uma taxa anual média de 16,4%, no Alentejo de 17,5%, no Centro de 6,7% e no Algarve de 4%.

Esta circunstância não constitui surpresa, uma vez que é bem conhecida a forte clusterização histórica das atividades de produção e comércio de joalharia e ourivesaria (e mesmo de relojoaria) na região Norte, em particular, no Grande Porto.

QUADRO 3.
DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DA CADEIA DE VALOR DA JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA EM PORTUGAL (NÚMERO DE EMPRESAS), 2012

	Fabricação de Relojoaria	Fabricação de Joalharia & Ourivesaria	Comércio por Grosso de R&J&O	Comércio a Retalho de R&J&O	Reparação de R&J	TOTAL
Norte	7	591	168	1.381	47	2.194
Centro	10	38	51	813	116	1.028
Lisboa	2	93	69	947	65	1.176
Alentejo	0	5	6	230	9	250
Algarve	0	7	3	163	10	183
R. A. Açores	0	4	0	44	12	60
R. A. Madeira	0	2	2	64	5	73
TOTAL (Portugal)	19	740	299	3.642	264	4.964

Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE (SCIE). Nota: a exploração de dados da Contrastaria levaria, em princípio, a números diferentes dos apresentados.

Tendo em conta os dados mais recentes do INE, a cadeia de valor nacional da joalharia, ourivesaria e relojoaria é composta por quase 5.000 empresas, maioritariamente PMEs. A região Norte do país é, de facto, a mais relevante, acolhendo 44% das referidas empresas. Segue-se Lisboa, com 24% do total das empresas, e o Centro com 21%. As restantes regiões portuguesas têm uma expressão residual. Nas atividades industriais (nomeadamente na fabricação de joalharia e ourivesaria), a preponderância do Norte destaca-se ainda mais, já que cerca de 80% das empresas existentes no país estão aqui localizadas. Nas atividades ligadas ao comércio por grosso isso também acontece, embora em menor grau (Quadro 3).

QUADRO 4.
ESTRUTURA E RELEVÂNCIA DA CADEIA DE VALOR DA JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA EM PORTUGAL, 2012

	Empresas		Emprego		VN		VAB		Grau de transformação	Produtividade aparente do trabalho
Atividades	N°	%	N°	%	10^3 €	%	10^3 €	%	%	€
Fabricação de Relojoaria	19	0,4%	406	3,2%	11.246	0,7%	7.362	3,8%	65,5%	18.133
Fabricação de joalharia e ourivesaria	740	14,9%	2.086	16,6%	259.326	17,0%	31.222	16,3%	12,0%	14.968
Comércio por grosso de relojoaria, joalharia e ourivesaria	299	6,0%	1.010	8,0%	212.585	13,9%	23.495	12,2%	11,1%	23.262
Comércio a retalho de relojoaria, joalharia e ourivesaria	3.642	73,4%	8.727	69,4%	1.035.708	67,8%	125.758	65,5%	12,1%	14.410
Reparação de relógios e de artigos de joalharia	264	5,3%	342	2,7%	9.854	0,6%	4.086	2,1%	41,5%	11.947
TOTAL	4.964	100,0%	12.571	100,0%	1.528.719	100,0%	191.923	100,0%	12,6%	15.267

Fonte: Elaboração própria com base em INE (SCIE)

Em termos de importância relativa das várias atividades que compõem a cadeia de valor da joalharia, ourivesaria e relojoaria em Portugal, constata-se que o grosso das empresas, do emprego, do volume de negócios e do valor acrescentado se concentra sobretudo no comércio a retalho. O segundo conjunto de atividades mais relevante está associado à fabricação de joalharia e ourivesaria, embora a grande distância do comércio a retalho. Só depois aparece o comércio por grosso de joias e relógios. A fabricação de relojoaria e a reparação de joias e relógios assumem uma relevância ainda pouco significativa no nosso país (Quadro 4).

CAIXA DE TEXTO 1.
PRINCIPAIS EMPRESAS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA COM PRESENÇA EM PORTUGAL, 2012

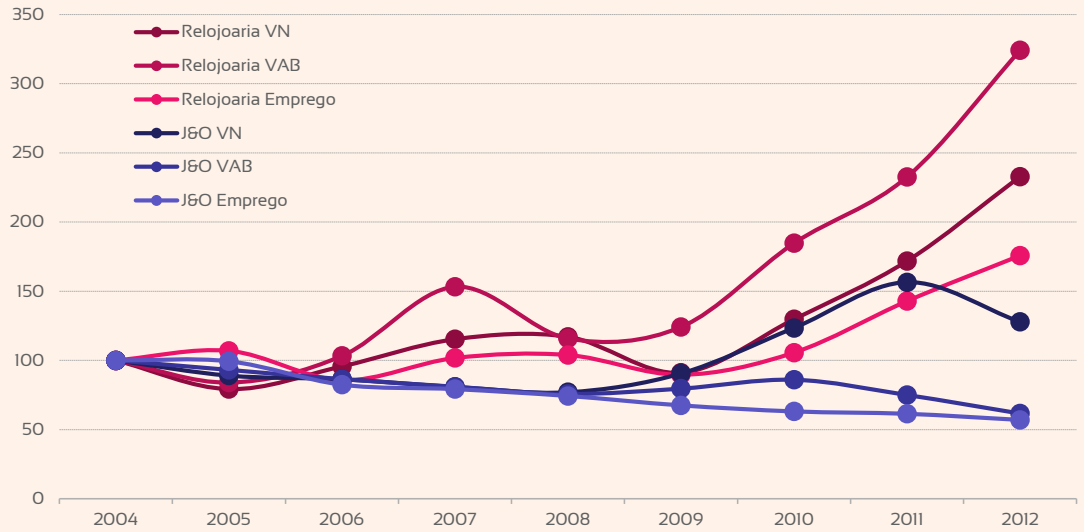
Como já referido, a cadeia de valor nacional da joalharia, ourivesaria e relojoaria é formada por cerca de 5 mil empresas. Apresenta-se, de seguida, a listagem de algumas das mais importantes. Como se pode verificar, a maior parte destas empresas são PME de base familiar. A sua localização reflete a distribuição geográfica já analisada, com a região Norte (e, em especial, o Grande Porto) a assumir um papel destacado.

Designação	Localização	Volume de Negócios
Fabricação de relojoaria		
CIMD, SA	Fundão	3 M€ - 10 M€
SPIREL, LDA	Maia	1 M€ - 3 M€
OROPOL, SA	Castelo de Paiva	< 1 M€
HARCANE, LDA	Covilhã	< 1 M€
POLIBEIRA, LDA	Fundão	< 1 M€
Fabricação de Joalharia e Ourivesaria		
MOUTINHO & ARAUJO, LDA	Maia	100 M€ - 250 M€
ILIDIO DOS SANTOS GALEIRAS & CIA, LDA	Gondomar	10 M€ - 25 M€
FLAMINGO, SA	Gondomar	3 M€ - 10 M€
A. J. AMORIM, LDA	Gondomar	3 M€ - 10 M€
FERREIRA MARQUES & IRMÃO, SA	Gondomar	1 M€ - 3 M€
FERNANDO ROCHA, SA	Guimarães	1 M€ - 3 M€
L.N. JOIAS, LDA	Lisboa	1 M€ - 3 M€
JOSÉ MARTINS BARBOSA & CIA, LDA	Gondomar	1 M€ - 3 M€
Comércio por grosso de Relojoaria, Joalharia e Ourivesaria		
TEMPUS INTERNACIONA, SA	Lisboa	25 m€ - 50 M€
ANGELO DE SOUSA COSTA, LDA	Odivelas	10 M€ - 25 M€
TORRES DISTRIBUIÇAO, SA	Lisboa	10 M€ - 25 M€
ADRIFER, LDA	Lisboa	10 M€ - 25 M€
TEMPO SIDERAL, LDA	Braga	3 M€ - 10 M€
TESOURO SIMBOLICO, LDA	Gondomar	3 M€ - 10 M€
PLANET ONE, SA	Lisboa	3 M€ - 10 M€
MONTBLANC IBERIA, LDA	Lisboa	3 M€ - 10 M€
Comércio a retalho de Relojoaria, Joalharia e Ourivesaria		
TESOUROS PERDIDOS, LDA	Porto	100 M€ - 250 M€
TEMPUS DISTRIBUIÇAO, SA	Lisboa	50 M€ - 100 M€
HEMISFÉRIO DOURADO, LDA	Santo Tirso	25 m€ - 50 M€
DAVID ROSAS, LDA	Porto	25 m€ - 50 M€
PROEZA DE LUXO, LDA	Penafiel	10 M€ - 25 M€
TORRES JOALHEIROS, SA	Lisboa	10 M€ - 25 M€
META GOLD, LDA	Vila Franca de Xira	10 M€ - 25 M€
GOLDESCUDO, LDA	Lisboa	10 M€ - 25 M€
MILÉNIO GOLD, LDA	Braga	10 M€ - 25 M€

Fonte: Elaboração própria com base em dados do SABI, entre outros.

Focando agora a atenção apenas nas empresas industriais de joalharia, ourivesaria e relojoaria com produção em Portugal, verifica-se que as atividades (mais maduras), ligadas como se sabe à fabricação de joalharia e ourivesaria, registaram uma contração muito significativa no período em análise. A evolução das variáveis emprego e VAB mostram isso de forma evidente. Com efeito, o emprego industrial associado à fabricação de joalharia e ourivesaria caiu 43% entre 2004 e 2012, e de forma ininterrupta ano após ano; o VAB caiu 38%, embora de forma intercalar, uma vez que entre 2009 e 2010 registou uma pequena recuperação (Gráfico 2). Esta dinâmica recessiva não está tão evidente na variável volume de negócios, aspeto que se explica essencialmente pelo efeito do boom, já referido atrás, ocorrido na transação de ouro a partir de 2008.

GRÁFICO 2.
DINÂMICA INDUSTRIAL NA JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA EM PORTUGAL, 2004-2012

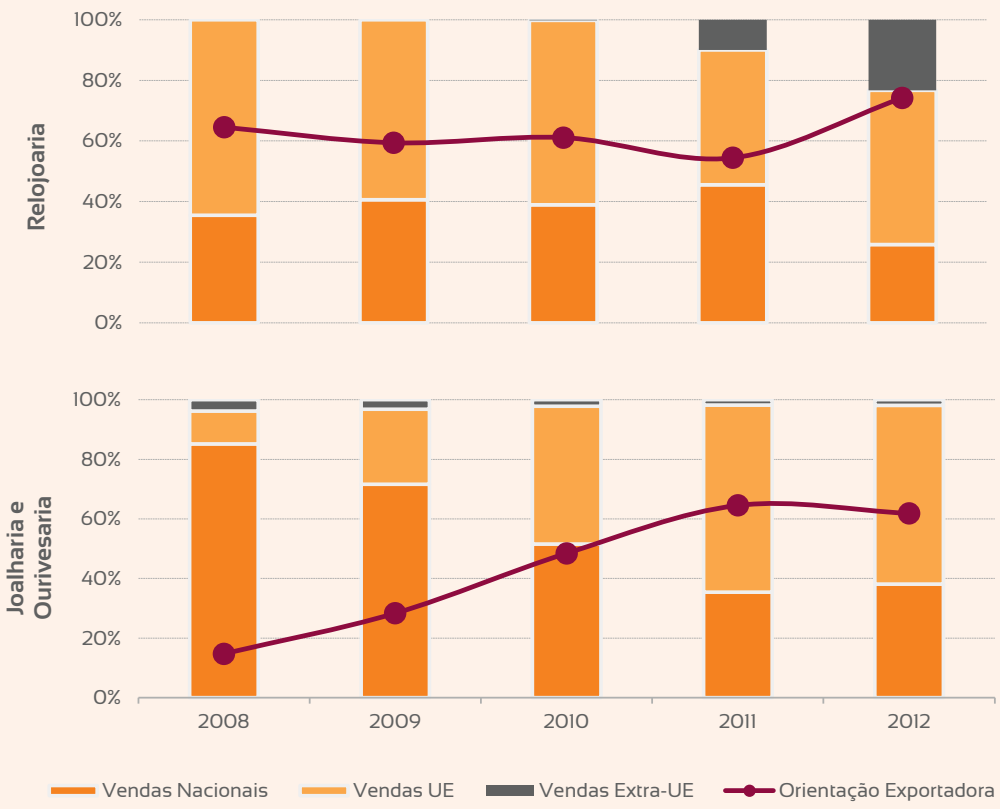


Fonte: INE, Sistema de Contas Integradas das Empresas.

Diferentemente, as atividades ligadas à fabricação de relojoaria afirmam-se claramente como emergentes, registando um crescimento absolutamente extraordinário em anos recentes. Com efeito, entre 2004 e 2012, o volume de negócios na indústria de produção de relógios e suas partes observou um crescimento de 233%, ao passo que o VAB trilhou um aumento de 324% e o emprego de 176% (Gráfico 2).

Esta interessante dinâmica na fabricação de relojoaria em Portugal decorre, em grande medida, de investimento direto estrangeiro feito em Portugal por multinacionais de origem suíça, francesa e alemã especializadas na produção de relógios ou suas partes, do aumento do nível de atividade de empresas existentes a produzir peças em subcontratação e a trabalhar em processos de assemblagem de caixas de relógio e, ainda, de fenómenos recentes de empreendedorismo.

GRÁFICO 3.
ORIENTAÇÃO EXPORTADORA DAS INDÚSTRIAS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA EM PORTUGAL, 2008-2012



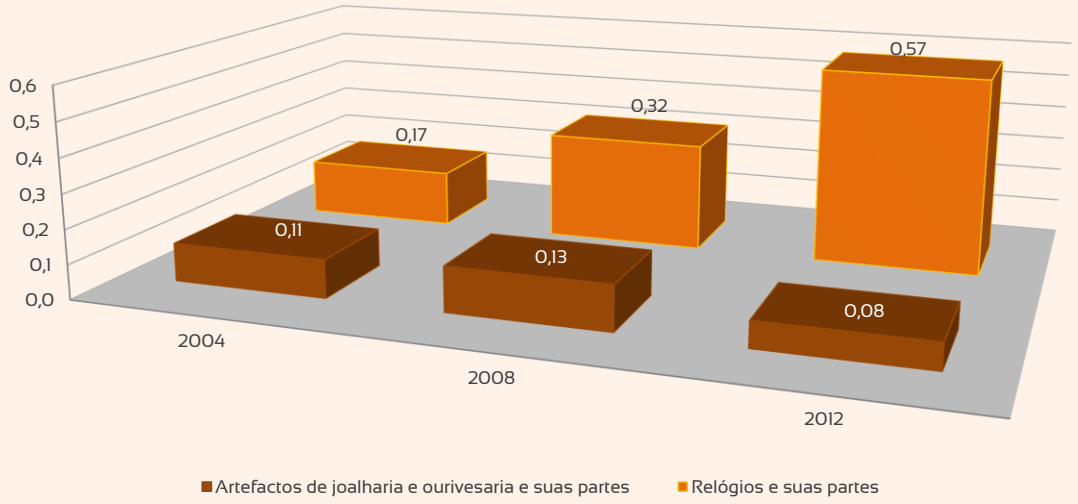
Fonte: Elaboração própria com base em dados do SABI, entre outros.

No tocante à orientação para o exterior, verifica-se que ambas as atividades industriais em estudo apresentam atualmente um foco significativo nos mercados internacionais, com mais de 60% da sua produção a ser exportada. Este é um traço que carateriza, praticamente de raiz, a fabricação de relojoaria. No caso da fabricação de joalharia e ourivesaria, este padrão é muito recente, já que em 2008 a sua orientação exportadora não ultrapassava os 20%. Um outro aspeto distintivo prende-se com o foco das exportações. Com efeito, ao passo que a fabricação de joalharia e ourivesaria exporta essencialmente para mercados comunitários, a fabricação de relojoaria exporta crescentemente para mercados extracomunitários (Gráfico 3).

Não obstante a elevada orientação exportadora atual evidenciada pelas atividades industriais em análise, a verdade é que, em termos absolutos, o valor das exportações portuguesas de produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria ainda é relativamente reduzido, não tendo ultrapassado em 2013 os 150 milhões de euros (112 milhões de relógios e suas partes e 37 milhões de artefactos de joalharia e relojoaria e suas partes).

Na verdade, importa não perder de vista que Portugal apresenta historicamente desvantagens comparativas reveladas nos produtos em estudo, nomeadamente na tipologia associada à joalharia e ourivesaria. No caso da relojoaria, embora a situação de desvantagem comparativa revelada seja igualmente aplicável, é notória a situação atual mais favorável e a progressão conseguida nos últimos anos (Gráfico 4).

GRÁFICO 4.
VANTAGENS COMPARATIVAS REVELADAS DE PORTUGAL NOS PRODUTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA, 2004-2012



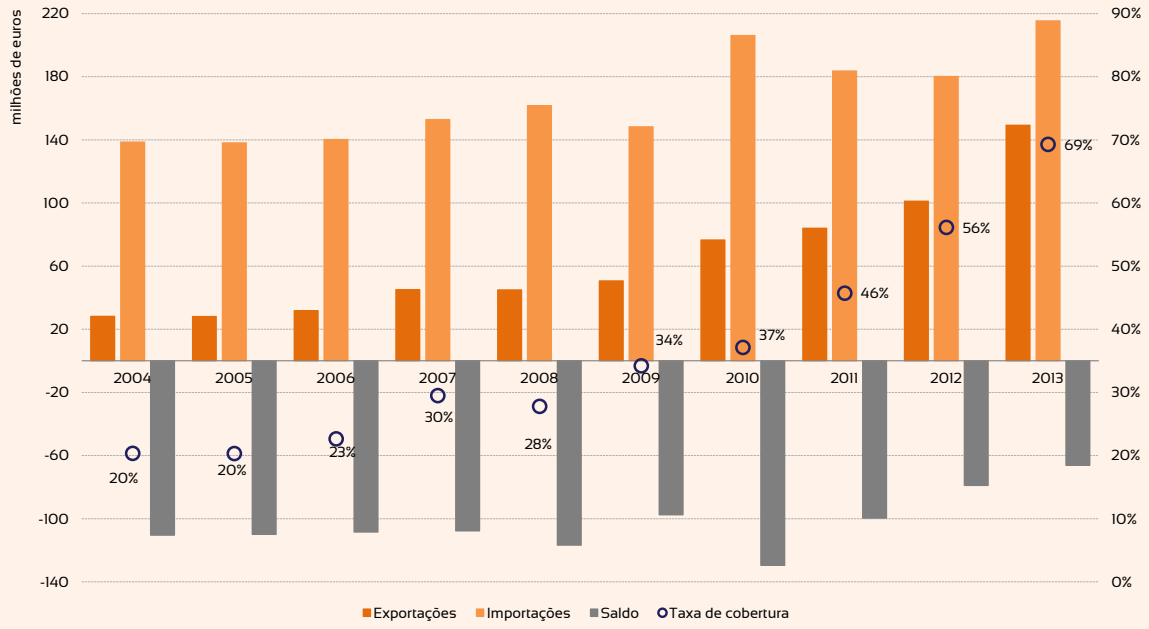
Nota: Valores superiores à unidade no indicador de vantagens comparativas reveladas sinalizam "vantagens comparativas; valores inferiores à unidade sinalizam "desvantagens comparativas".

Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

Este é, de facto, um handicap que se arrasta desde longa data e ao qual se associam também défices comerciais históricos muito relevantes em Portugal nos produtos em análise. Com efeito, em 2004, a taxa de cobertura das importações pelas exportações no nosso país em produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria não ultrapassava os 20%. Desde esse ano, aquele indicador melhorou substancialmente, mas, mesmo assim, chegamos a 2013 com uma taxa de cobertura que ainda não vai além dos 69%.

A melhoria na balança comercial dos produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria em Portugal resultou de uma evolução favorável das exportações face às importações em anos recentes. Em concreto, no período compreendido entre 2004 e 2013, as exportações portuguesas de joalharia, ourivesaria e relojoaria exibiram um crescimento médio anual de 20% (muito acima de média global das exportações de mercadorias, que se cifrou em 3,2% no período em análise), ao passo que as importações registaram um crescimento médio de apenas 5%.

GRÁFICO 5.
COMÉRCIO INTERNACIONAL DE PRODUTOS DE OURIVESARIA, JOALHARIA E RELOJOARIA COM ORIGEM/ DESTINO PORTUGAL, 2004-2013



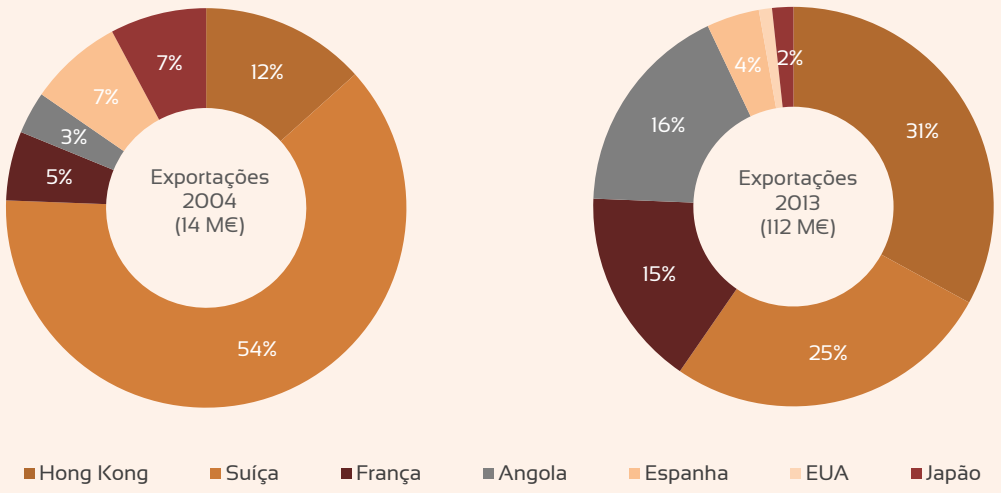
Fonte: Elaboração própria com base na ComTrade.

Dividindo a análise nos dois subperíodos já atrás considerados, constata-se que o crescimento das exportações e, em menor grau, das importações, foi mais acentuado entre 2008 e 2013 (27% e 6%, respetivamente) do que entre 2004 e 2008 (12% e 4%, respetivamente), traduzindo um comportamento distinto do verificado para o total do comércio internacional de mercadorias português (entre o primeiro e o segundo subperíodo, as importações totais do país inverteram o sentido da sua trajetória, passando de uma variação positiva para uma quebra, enquanto as exportações, embora em aceleração, exibiram um andamento bem mais modesto que o dos produtos da joalharia, ourivesaria, e relojoaria). Trata-se, pois, de um comportamento em contraciclo com a dinâmica global da economia portuguesa que, em parte, está associado ao aumento da orientação para o exterior dos vários elos da cadeia de valor em estudo e, também, com as transações absolutamente anormais de ouro e joias ocorridas no nosso país em anos recentes e com fenómenos de re-exportação, sobretudo de relógios e suas partes.

Atentando nos principais países de destino das exportações portuguesas quer de joalharia e ourivesaria quer de relojoaria, constata-se existir uma significativa concentração geográfica das mesmas em cinco mercados perfeitamente identificados: Hong Kong, Suíça, França, Angola, Espanha e EUA.

No caso da relojoaria, como se pode verificar pelo Gráfico 6, Suíça e Hong-Kong são, em 2013, os dois principais clientes de Portugal, seguindo-se França, Espanha, EUA e Japão. Entre 2004 e aquele ano, sobressai desde logo o ganho de protagonismo de Hong-Kong, que substituiu a Suíça no lugar cimeiro do ranking de destinos das exportações lusas deste tipo de produtos (note-se que, entre 2004 e 2013, as exportações para Hong-Kong aumentaram, em termos médios anuais, 40%, enquanto o aumento das exportações para a Suíça se ficou pelos 15%). Por outro lado, destaca-se a subida de quatro posições por parte de Angola, que passou a ocupar o 3° lugar do ranking (fruto de um crescimento médio anual das suas compras a Portugal de 17% no período em análise), bem como a subida de dezasseis posições por parte do Japão, que passou a ser o 6° maior cliente de Portugal (decorrente de um crescimento médio anual das suas compras a Portugal de 60%). Realça-se, ainda, o ganho de expressão por parte da França (cujas importações provenientes de Portugal exibem um crescimento médio anual de 43%) e alguma perda por parte de Espanha (que, ainda assim, vê as suas compras a Portugal aumentar, em termos médios anuais, cerca de 19%).

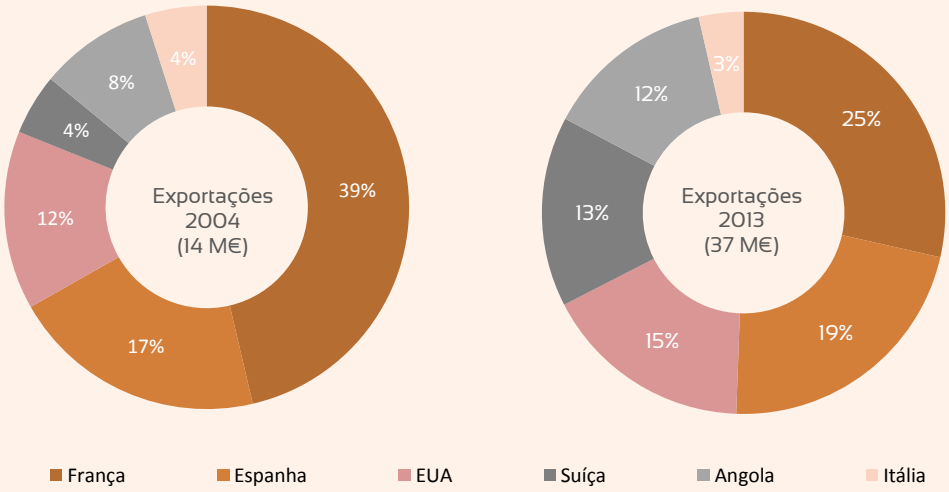
GRÁFICO 6.
PRINCIPAIS PAÍSES DE DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DE RELÓGIOS E SUAS PARTES COM ORIGEM EM PORTUGAL, 2004-2013



Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

No seu conjunto, os seis principais países de destino das exportações portuguesas de relojoaria foram responsáveis por 93% das compras em 2013, mais 2 p.p. que em 2004, ilustrando uma fortíssima dependência do nosso país face a um número muito restrito de países, sinalizando um eventual fator de preocupação para as empresas lusas, que deverá ser acomodado nas respetivas estratégias de médio/longo prazo.

GRÁFICO 7.
PRINCIPAIS PAÍSES DE DESTINO DAS EXPORTAÇÕES DE ARTEFACTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E SUAS PARTES COM ORIGEM EM PORTUGAL, 2004-2013



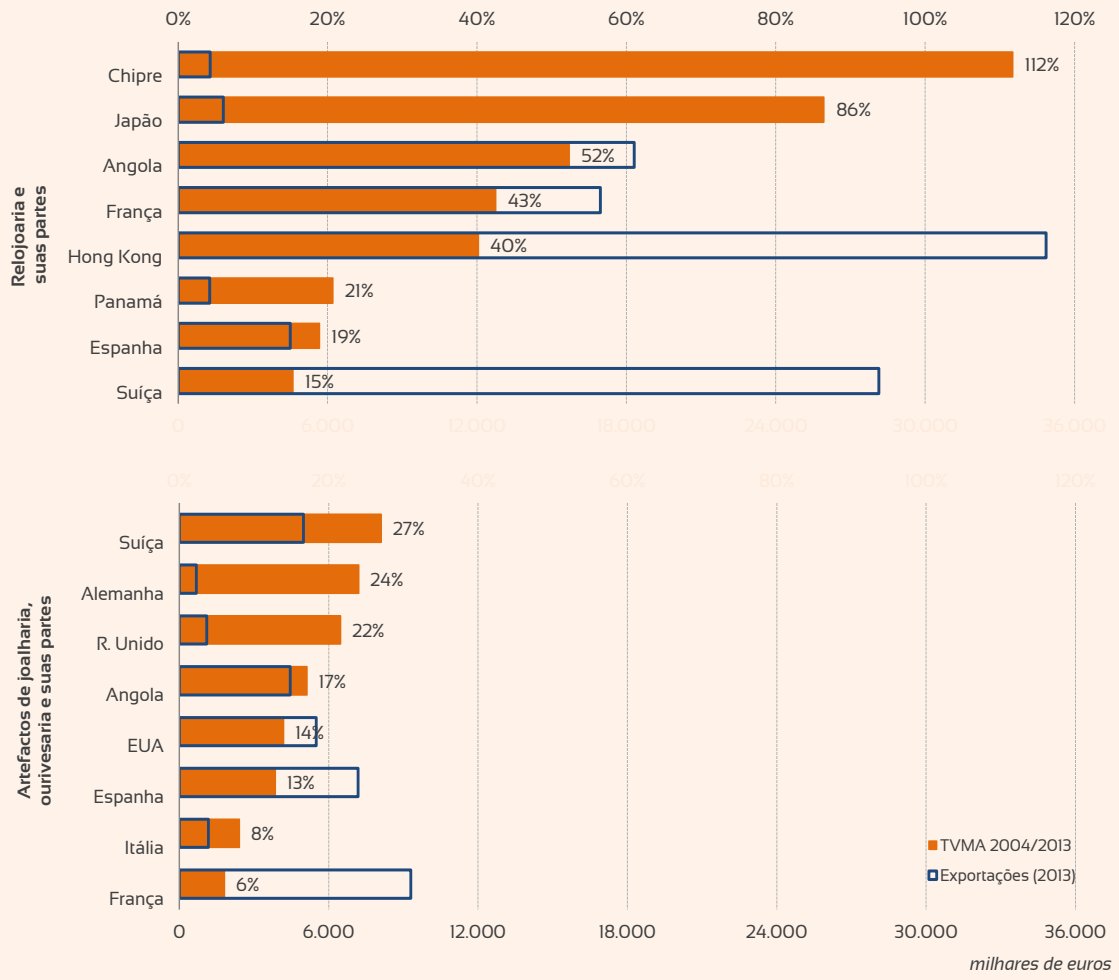
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

No caso dos artefactos de joalharia e ourivesaria, como se pode verificar pelo Gráfico 7, as exportações portuguesas foram, na sua esmagadora maioria, direcionadas para França, Espanha, EUA, Suíça, Angola e Itália. Com efeito, estes seis países eram responsáveis por 88% das exportações portuguesas em 2013 (mais 3 p.p. que em 2004). Juntos, França, Espanha e EUA mantiveram-se nos três primeiros lugares, respondendo, em 2013, por 59% das exportações lusas, o que correspondeu a -10 p.p. que em 2004, com a França a ver reduzido o seu peso relativo (embora mantendo a liderança), ao passo que os EUA e a Espanha viram moderadamente aumentada a sua expressão. Por seu turno, Angola, embora aumentando o seu peso relativo nas exportações portuguesas dos produtos em apreço, desce uma posição no ranking de clientes.

Relativamente ao ritmo de crescimento das exportações, e tendo em conta a listagem de principais destinos das vendas de Portugal ao exterior (que, como já se mencionou, é bastante reduzida), são seis os países que mais se destacam no conjunto das duas tipologias de produtos em análise: Chipre, Japão, Hong-Kong, Angola, Reino Unido e Panamá.

No respeitante à relojoaria, tal como se pode observar no Gráfico 8, Chipre, Japão, Angola, França, Hong-Kong, Panamá, Espanha e Suíça são os países que sobressaem em termos de ritmo de crescimento das exportações portuguesas. A forte concentração geográfica das exportações portuguesas destes produtos num muito restrito número de países explica que alguns dos destinos acabados de mencionar estejam associados a valores absolutos reduzidos de vendas ao exterior. É de realçar a dinâmica assumida por países que tradicionalmente não são alvo de intensas abordagens de internacionalização das empresas portuguesas, que permanecem ainda bastante focadas no contexto da Europa ocidental.

GRÁFICO 8.
DESTINOS MAIS DINÂMICOS DAS EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA COM ORIGEM EM PORTUGAL, 2004-2013



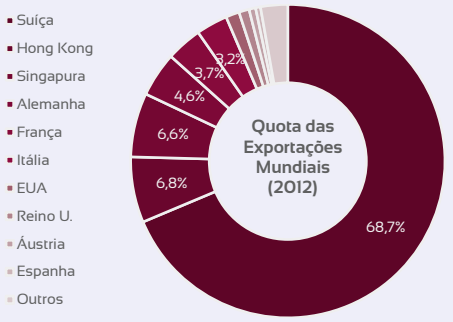
Notas: Para se obter o top de países mais dinâmicos, ordenaram-se os países por ordem decrescente das suas compras a Portugal e consideraram-se todos os que perfaziam uma quota acumulada de 93%

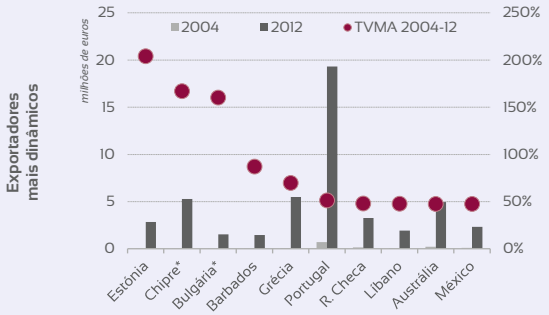
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade.

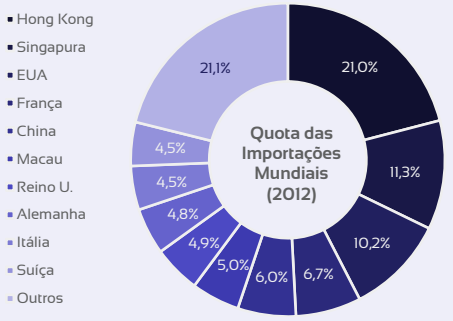
No respeitante à joalharia e ourivesaria, como se pode observar no Gráfico 8, são a Suíça, a Alemanha, o RU, Angola e EUA os países que mais se evidenciam em termos de crescimento.

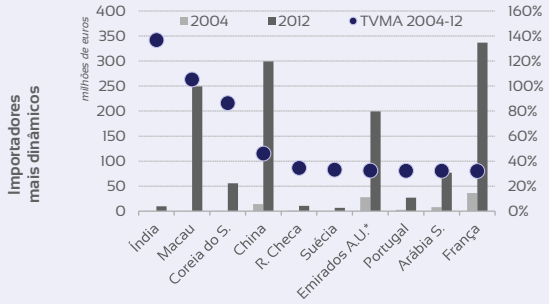
CAIXA DE TEXTO 2.
"RELÓGIOS DE BOLSO DE METAIS PRECIOSOS OU DE METAIS FOLHEADOS OU CHAPEADOS DE METAIS PRECIOSOS, DE CORDA AUTOMÁTICA": A TIPOLOGIA DE PRODUTO COM MAIS EXPRESSÃO NAS EXPORTAÇÕES PORTUGUESAS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA EM 2012

Os "relógios de bolso de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos, de corda automática (exceto com fundo de aço)" são os produtos mais exportados por Portugal no contexto dos produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria. Esta liderança é relativamente recente, uma vez que foi conseguida desde o ano de 2012 (19,3 milhões de euros), após um impulso assinalável no ano anterior (dos 6,7 para os 17,3 milhões de euros). O ano de 2013 foi também excelente, uma vez que o valor das exportações deste tipo de produtos ultrapassou a barreira dos 32 milhões de euros (uma subida 67% em apenas um ano).



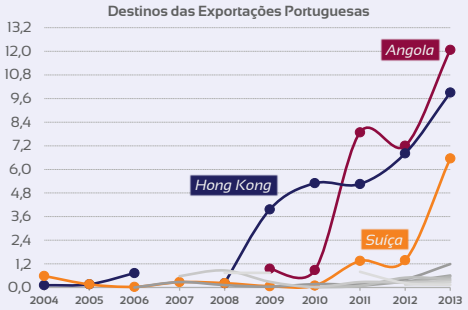


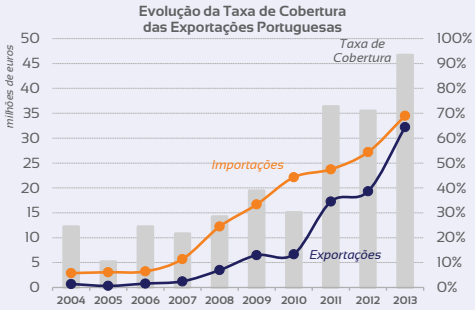




Numa perspetiva mundial, as trocas internacionais deste tipo de relógio vivenciou uma dinâmica recente muito interessante, tendo apresentado uma taxa de crescimento média anual próxima dos 20% entre 2004 e 2012, o que significou, em termos monetário, um aumento dos 1,3 mil milhões de euros para os 5,6 mil milhões de euros. O maior exportador mundial é a Suíça, responsável por mais de dois terços das exportações globais deste tipo de produtos. Segue-se Hong Kong (6,8%), Singapura (6,6%) e Alemanha (4,6%). Ainda no campo das exportações e em termos evolutivos, deve destacar-se a 6ª posição de Portugal no ranking dos mais dinâmicos, ainda que o seu ponto de partida em 2004 tenha sido absolutamente residual no contexto mundial. Do lado das importações, existe uma maior diversidade de países com trocas significativas: Hong Kong, Singapura, EUA, França, China e Macau apresentam uma quota igual ou superior a 5% e, em conjunto, são responsáveis por 60% do total das importações deste tipo de produtos. Ainda assim, destacam-se claramente Hong Kong (21,1%) e Singapura (21%). No que toca à dinâmica, e ponderando também a dimensão do mercado, o destaque vai para Macau, China, Emirados Árabes Unidos e França.

No contexto nacional, verifica-se uma concentração elevada em três destinos (Angola, Hong Kong e Suíça) e uma tendência clara para uma balança comercial superavitária no futuro próximo neste tipo de produtos.



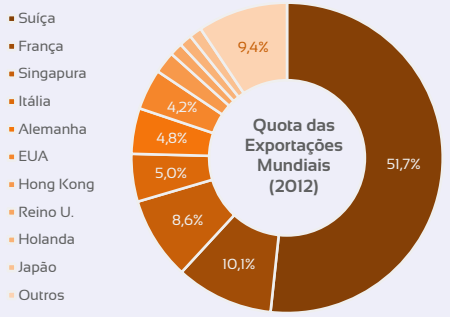


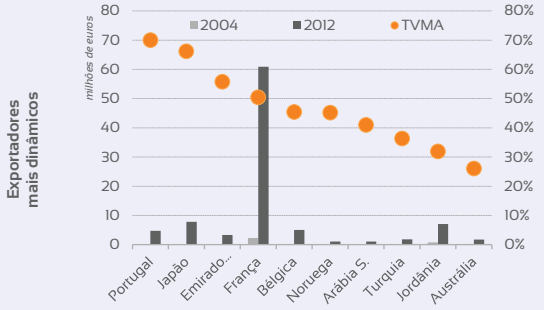
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

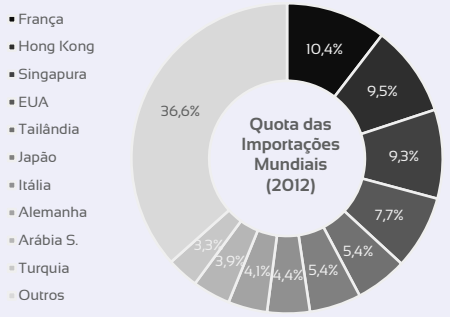
CAIXA DE TEXTO 3.
"RELÓGIOS DE PULSO DE CORDA EXCLUSIVAMENTE MANUAL": A TIPOLOGIA DE PRODUTO COM EXPRESSÃO NAS EXPORTAÇÕES PORTUGUESAS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA QUE APRESENTOU MAIOR DINÂMICA NO PERÍODO 2004-2012

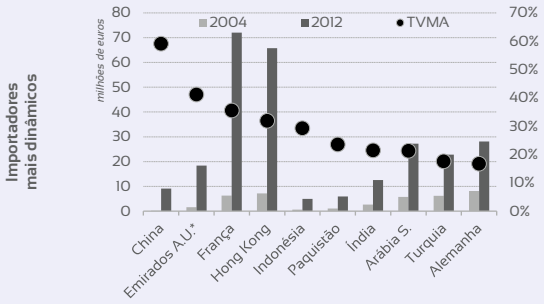
A tipologia de produto que mais se evidenciou em termos de dinâmica no período em análise (2004-2012) nas exportações portuguesas de joalharia, ourivesaria e relojoaria foi a dos "relógios de pulso de corda exclusivamente manual (exceto os de metais preciosos ou de metais folheados ou chapeados de metais preciosos)", desconsiderando as tipologias de partes/ componentes ou as tipologias "residuais" que, apesar de apresentarem taxas de crescimento mais elevadas, registam valores absolutos pouco impactantes.

Os principais países exportadores deste tipo de relógios são a Suíça (51,7%), a França (10,1%), Singapura (8,6%), Itália (5,0%), Alemanha (4,8%) e EUA (4,2%), que, em conjunto, exportaram quase 85% do total das exportações mundiais no ano de 2012. Este panorama não se alterou radicalmente nos últimos anos, mas verificaram-se tendências de crescimento de quota de mercado em países como França em detrimento de países como a Tailândia e Itália. França, como se pode verificar no gráfico em baixo (quadrante superior direito), foi mesmo o 4° país onde as exportações mais crescerem entre 2004 e 2012, tendo sido ultrapassada apenas por Portugal (1°), Japão (2°) e Emirados Árabes Unidos (3°). Ao nível das importações, a concentração de destinos geográficos é relativamente baixa: França (10,4%), Hong Kong (9,5%), Singapura (9,3%), EUA (7,7%) e Tailândia (5,4%) representam menos de metade do total das importações. França e Hong Kong são países de destaque em termos de crescimento das importações, assim como a China e os Emirados Árabes Unidos.

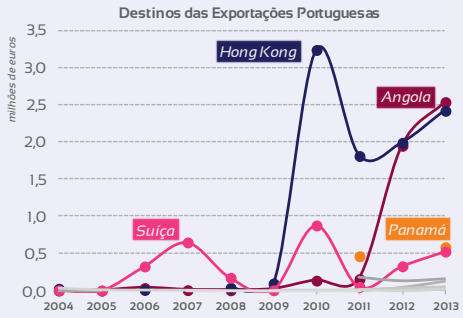


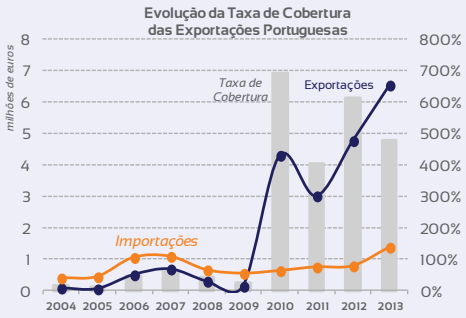






Em relação ao contexto nacional, o gráfico em baixo mais à direita é explícito quanto aos destinos que permitiram que o produto em análise surgisse como o mais dinâmico nas exportações portuguesas: Angola e Hong Kong são destinos de perto de 2,5 milhões de euros (cada) de "relógios de pulso de corda exclusivamente manual" portugueses. Um outro facto muito interessante que deve ser destacado prende-se com a evolução da taxa de cobertura das exportações, que, atualmente, rondam valores em torno dos 650%, em contraponto com apenas 18% registados em 2004.





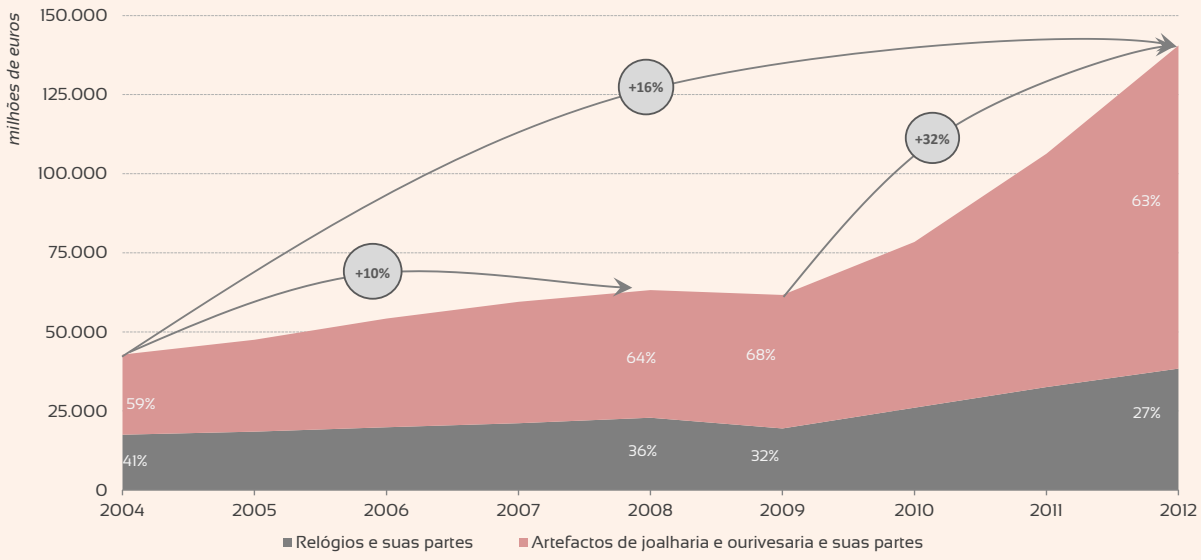
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade

4. Comércio internacional de produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria

O comércio mundial de produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria atingiu em 2012 a barreira dos 140 mil milhões de euros, tendo registado um crescimento médio anual desde 2004 de 16%. Esta evolução foi negativamente influenciada por uma quebra verificada em 2009, seguindo-se uma forte recuperação nos anos subsequentes (Gráfico 9).

Destaca-se, ao longo dos oito anos em análise, a evolução favorável do grupo dos produtos de joalharia e ourivesaria, cujos fluxos de comércio internacional exibiram um crescimento médio anual de 19%, mais 9 p.p. que o observado no grupo dos produtos de relojoaria, facto que lhe permitiu ganhar uma expressão consideravelmente maior no cômputo geral dos produtos em análise. A este respeito, assinala-se o facto de, ao contrário do que sucedeu com a relojoaria, as exportações de joalharia e ourivesaria não terem sido especialmente penalizadas nos anos de 2008 e 2009. Com efeito, enquanto os produtos de relojoaria viram os fluxos de comércio mundial cair 15% em 2009, as exportações dos produtos de joalharia e ourivesaria registaram somente um abrandamento em 2008 e 2009, assistindo, de seguida, a uma nova e forte aceleração.

GRÁFICO 9.
EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA, 2004-2012

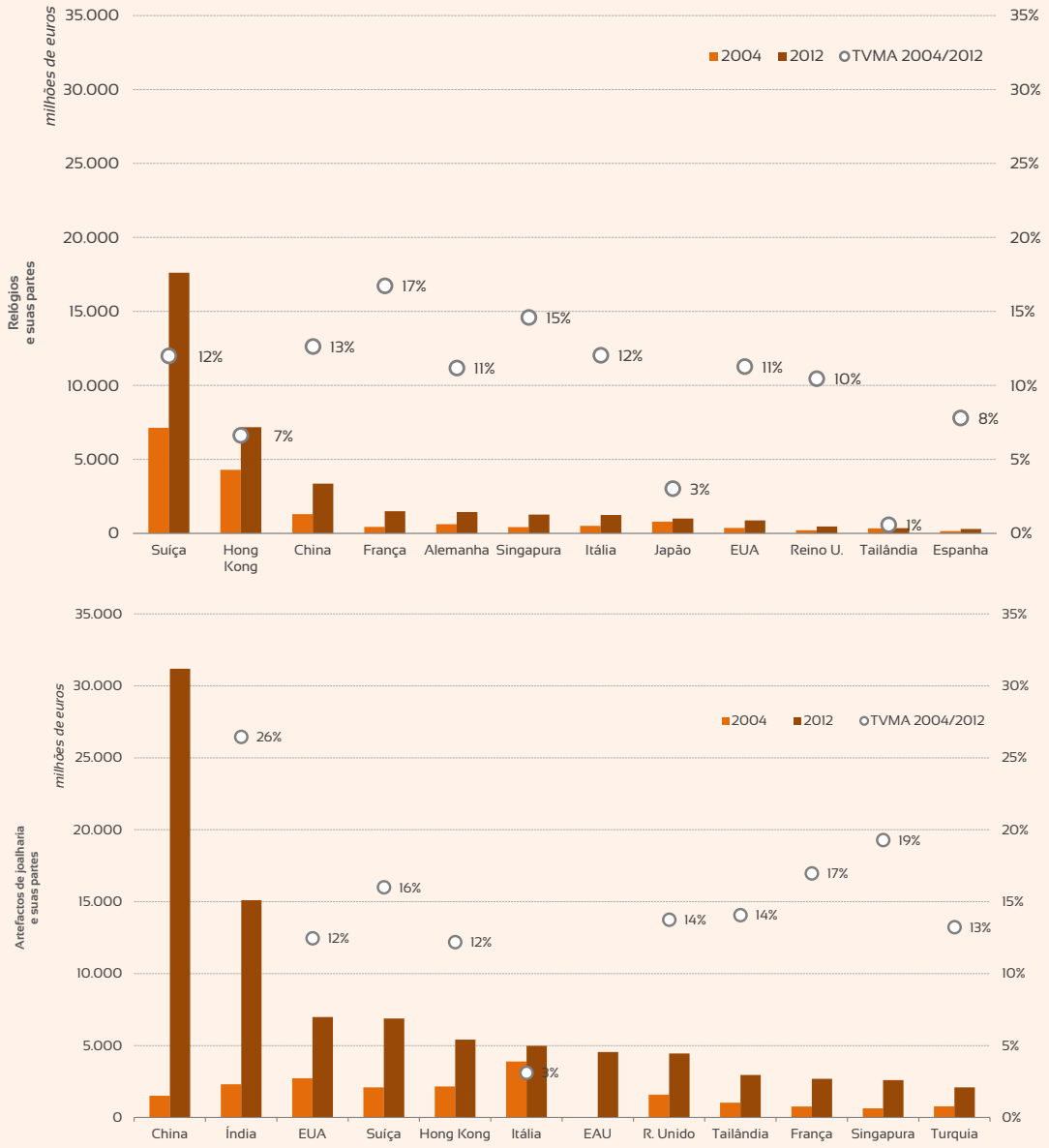


Fonte: Elaboração própria com base na ComTrade.

Em termos de origem geográfica, as exportações mundiais de produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria encontram-se bastante concentradas, sendo clara a preponderância de países como a China, os EUA, a Alemanha e o Japão (Gráfico 10).

Os produtos de relojoaria são aqueles que evidenciam uma maior concentração. Só a Suíça é responsável por quase metade das exportações mundiais (45,9%), seguindo-se países como Hong-Kong, China, França e Alemanha. Realça-se, entre 2004 e 2012, o ganho de expressão assumido pela França, por Singapura e, em lugar mais recuado no ranking dos principais exportadores, pelo Reino Unido.

GRÁFICO 10.
PRINCIPAIS EXPORTADORES DE PRODUTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA NO CONTEXTO MUNDIAL, 2004 - 2012

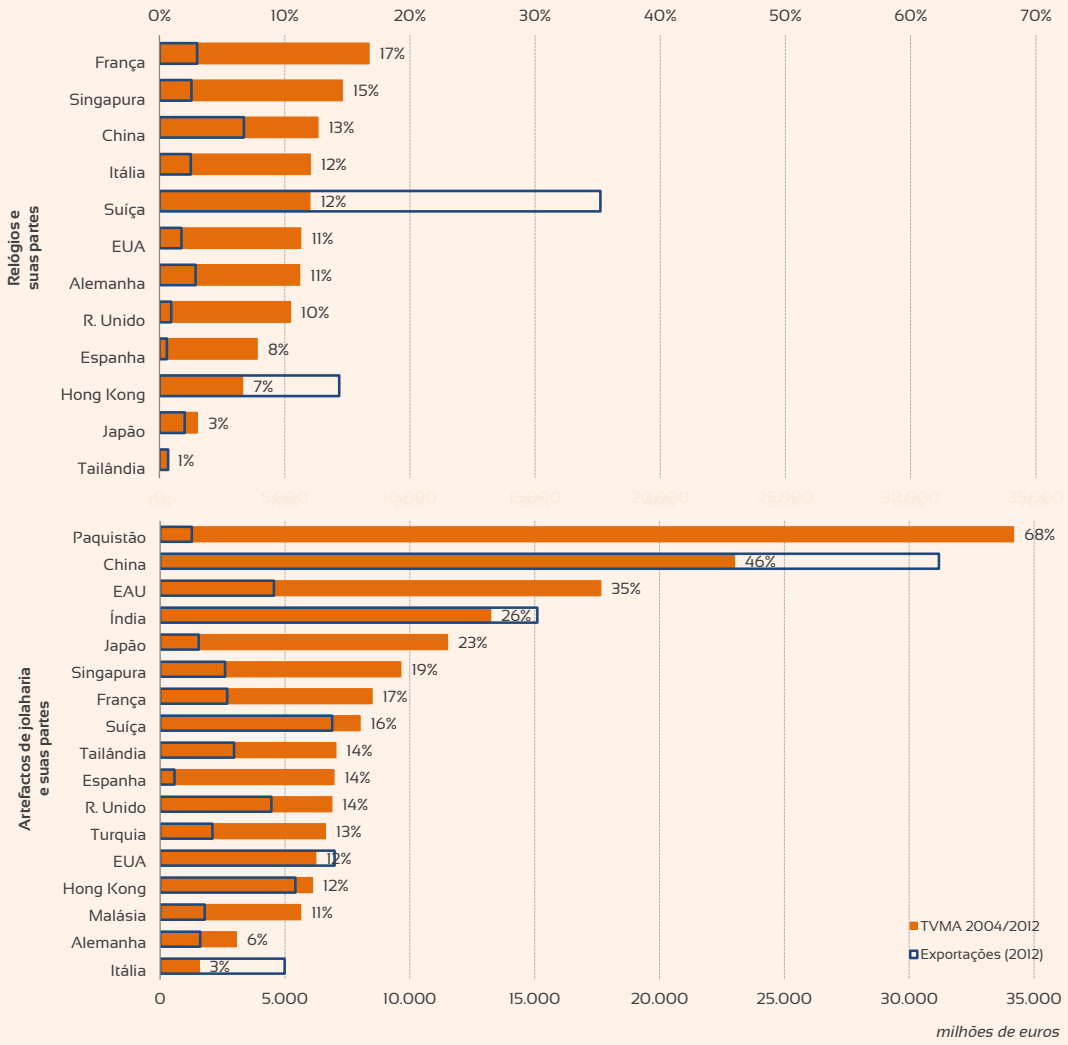


Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade.

No caso dos produtos de joalharia e ourivesaria, é a China o principal país exportador, respondendo por 31% das exportações mundiais, seguindo-se a Índia, com 15%, e, depois, EUA e Suíça, ambos com 7%, Hong-Kong e Itália, com 5%, e Emirados Árabes Unidos e Reino Unido, com 4%. Sobressai o ganho de protagonismo da China, que, crescendo a uma taxa média anual de 46% entre 2004 e 2012, substituiu a Itália na liderança do ranking mundial de exportadores. Apesar de menos pronunciado, assinala-se, também, o ganho de expressão por parte da Índia, que subiu uma posição, substituindo os EUA.

Do que acaba de ser referido decorre que, em ambos os grupos de produtos, é notória a coexistência, no conjunto dos principais exportadores mundiais, de um número muito relevante de países asiáticos e do Médio Oriente, a par de alguns países europeus e dos EUA.

GRÁFICO 11.
EXPORTADORES MAIS DINÂMICOS DE PRODUTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA, 2004 - 2012

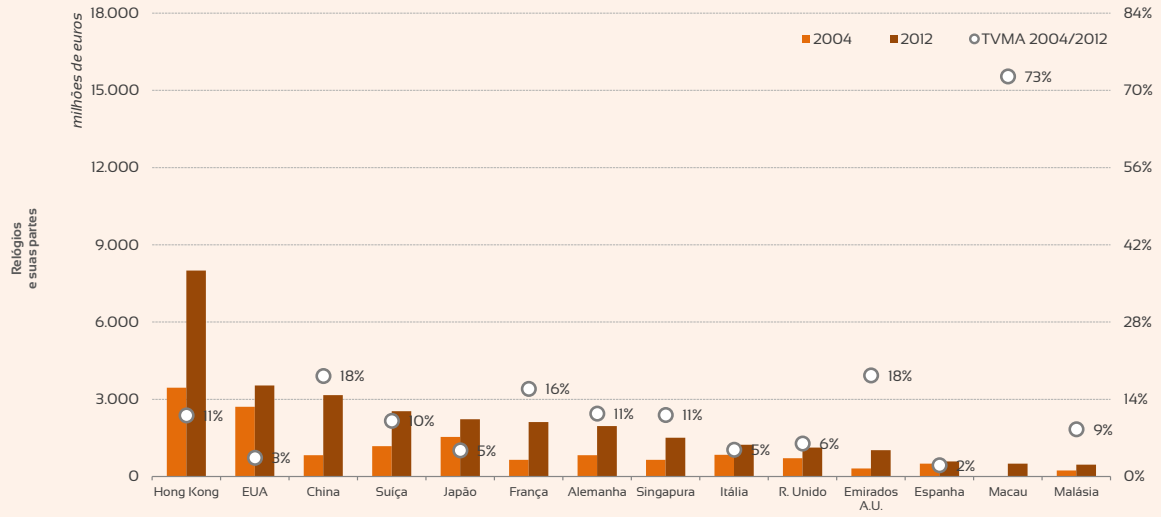


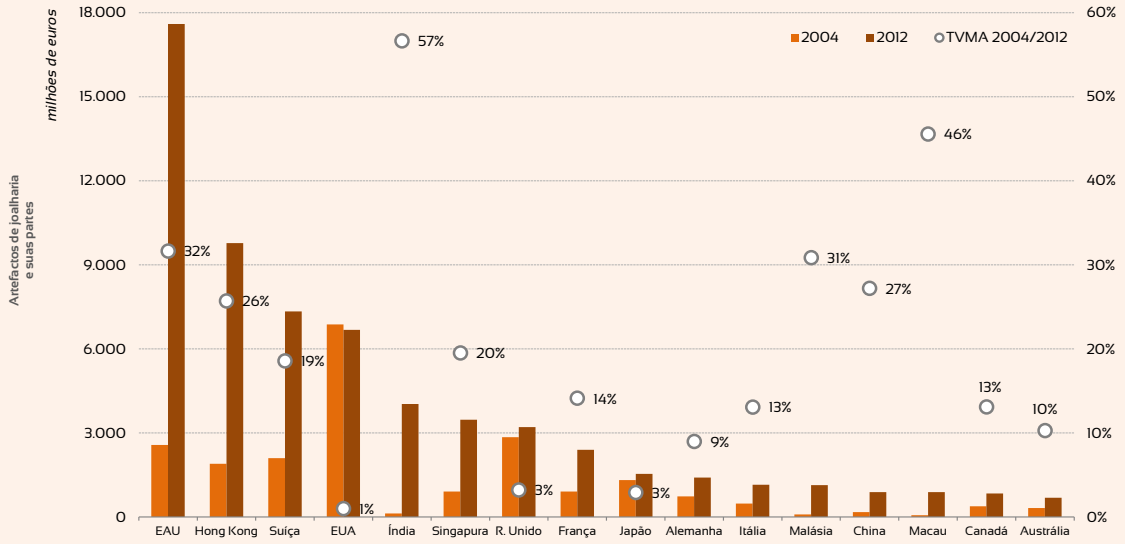
Notas: Para se obter o top de países mais dinâmicos, ordenaram-se os países por ordem decrescente das suas compras ao exterior e consideraram-se todos os que perfaziam uma quota acumulada de 95%
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade.

Numa perspetiva de dinâmica das exportações (Gráfico 11), verifica-se que, no caso dos produtos de relojoaria, foram oito os países que mais se destacaram entre 2004 e 2012, exibindo uma taxa de crescimento média anual de dois dígitos: França, Singapura, China, Itália, Suíça, EUA, Alemanha e Reino Unido. Este conjunto de países sugere, pois, que o grupo de produtos em apreço está a ganhar força quer em países ocidentais e com uma tradição mais recuada na relojoaria quer em economias avançadas e emergentes da Ásia.

Já no caso dos produtos de joalharia e ourivesaria, os países cujas exportações têm apresentado uma taxa de crescimento média anual igual ou superior à média deste grupo de produtos são países não ocidentais: Paquistão, China, Emirados Árabes Unidos, Índia, Japão e Singapura.

GRÁFICO 12.
MAIORES IMPORTADORES DE PRODUTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA NO CONTEXTO MUNDIAL, 2004-2012





Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade.

Olhando para o panorama mundial em termos de importações, verificamos que a concentração geográfica no cômputo geral da joalharia, ourivesaria e relojoaria é maior do que no caso das exportações. À cabeça, surgem os Emirados Árabes Unidos, seguidos, a curta distância, por Hong-Kong. Depois, surgem os EUA, que evidenciaram um crescimento notável das suas importações, ocupando a Suíça o quarto lugar no ranking mundial.

Considerando o grupo particular dos produtos de relojoaria, constata-se que Hong-Kong permanece no primeiro lugar, respondendo, em 2012, por 22% das importações mundiais. Em segundo lugar, mantêm-se os EUA, embora com uma apreciável perda de peso relativo no total das importações (10% em 2012, o que corresponde a -6 p.p. do que em 2004). A China sobe três posições e ocupa o terceiro lugar em 2012, com uma quota de 9%. Seguem-se a Suíça, o Japão e a França, com esta última a subir três posições face a 2004. Realça-se claramente o facto de alguns destes países serem, igualmente, países com peso significativo nas exportações, o que nos remete para a existência de uma forte componente de comércio intrassectorial.

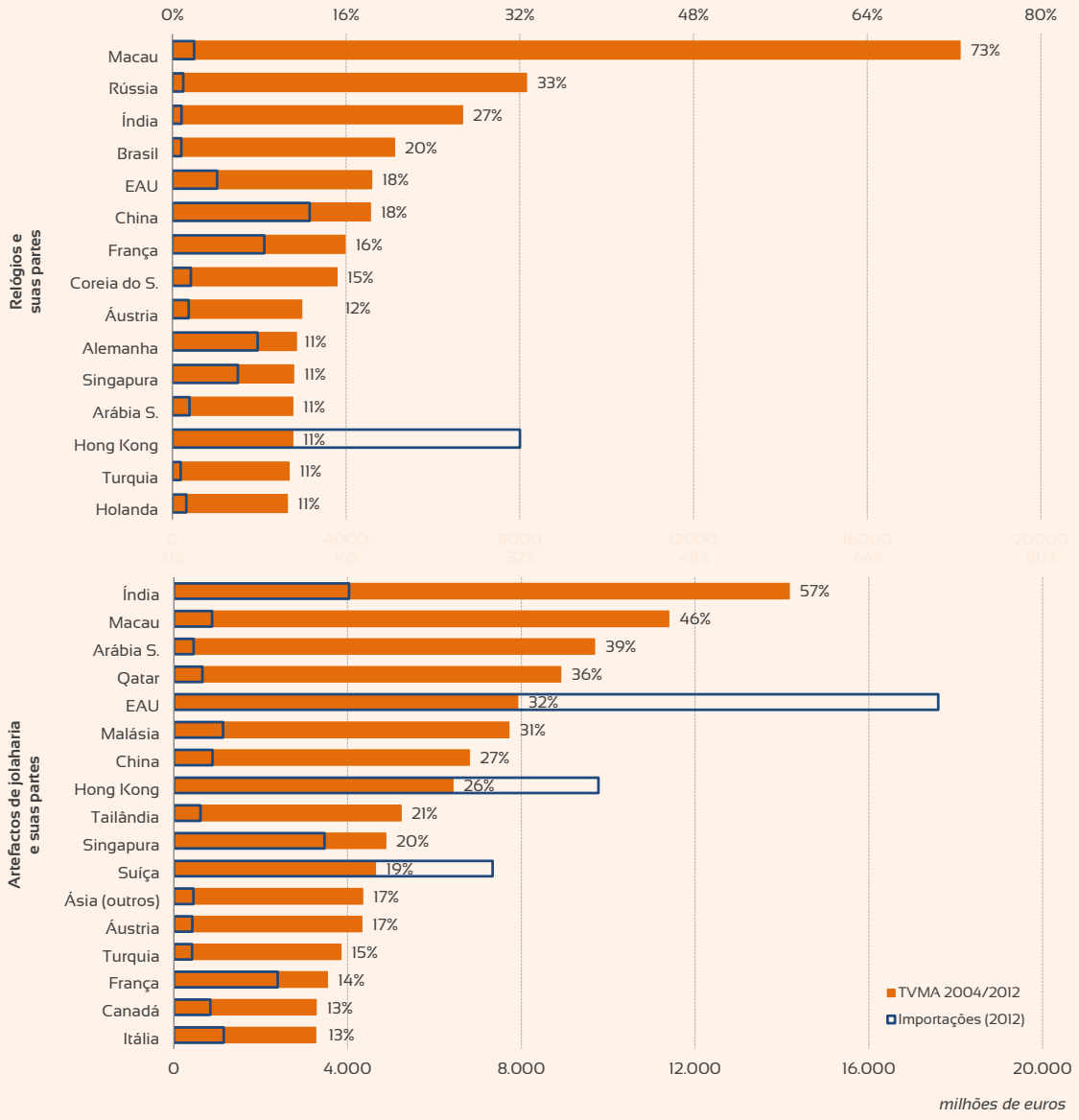
Atentando ao grupo dos produtos de joalharia e ourivesaria, observa-se que os Emirados Árabes Unidos respondem por cerca de um quarto das importações mundiais (25,2%), tendo, face a 2004, substituído o papel de primazia dos EUA. O segundo lugar é ocupado por Hong-Kong, com uma quota de 14%, que subiu três posições no conjunto dos oito anos em estudo. Seguem-se a Suíça, os EUA e a Índia, sendo que esta última passou a ter um posicionamento relativo bastante superior ao que possuía (ocupava o 23° lugar do ranking mundial de 2004). Também aqui há alguma coincidência entre os principais importadores e exportadores mundiais, denunciando um elevado peso do comércio intrassectorial e sugerindo cautela na identificação de mercados de oportunidade.

Perscrutando a evolução das importações (Gráfico 13), no caso dos produtos de relojoaria destacam-se quinze mercados cujo crescimento das compras ao exterior superou a média neste grupo de produtos. Entre estes, sobressai em particular o caso de Macau, seguido do da Rússia, da Índia, do Brasil e dos EAU, que apresentaram taxas de crescimento de importações muito significativas, não partindo de níveis de importações especialmente relevantes. De referir, ainda, que dos quinze países, apenas a China exibe uma balança comercial positiva, sendo que os demais apresentam défices comerciais.

No caso dos produtos de joalharia e ourivesaria, são vários os países que exibiram um crescimento superior ao da média do grupo de produtos em apreço: Índia, Macau, Arábia Saudita, Qatar, Emirados Árabes Unidos, Malásia, China, Hong-Kong, Tailândia e Singapura. Esta enumeração revela dois aspetos dignos de nota: todos estes países localizam-se fora da União Europeia e Macau, Emirados Árabes Unidos e Hong-Kong registam défices comerciais.

Significa isto que as empresas portuguesas que se queiram internacionalizar têm um vasto leque de mercados potencialmente interessantes para abordar. É, também, de assinalar que, pese embora não tão marcada como no caso da joalharia e ourivesaria, é notória a preponderância de países extraeuropeus a evidenciarem uma procura crescente e expressiva pelos produtos em análise, sugerindo que a diversificação geográfica presente nas estratégias de internacionalização portuguesas que se tem vindo a delinear para a generalidade dos sectores tenha especial eco nas atividades e produtos aqui em análise.

GRÁFICO 13.
IMPORTADORES MAIS DINÂMICOS DE PRODUTOS DE JOALHARIA, OURIVESARIA E RELOJOARIA, 2004-2012



Notas: Para se obter o top de países mais dinâmicos, ordenaram-se os países por ordem decrescente das suas compras ao exterior e consideraram-se todos os que perfaziam uma quota acumulada de 95%

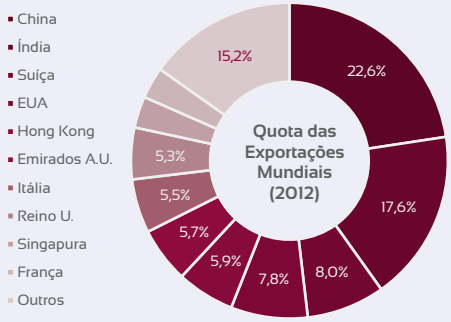
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade.

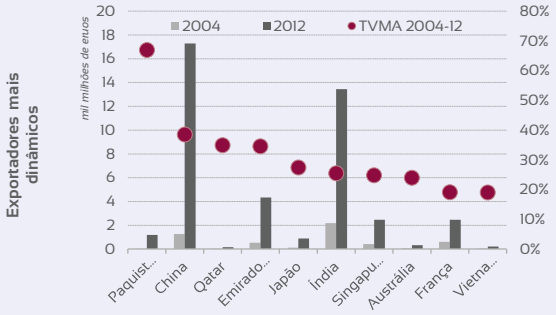
As empresas portuguesas devem, assim, estar atentas aos mercados asiático e do médio oriente e, mais concretamente, àqueles países que, em simultâneo, têm saldos comerciais negativos e cujas importações estão a crescer a taxas consideráveis, revelando a existência de uma procura potencial que deve ser explorada.

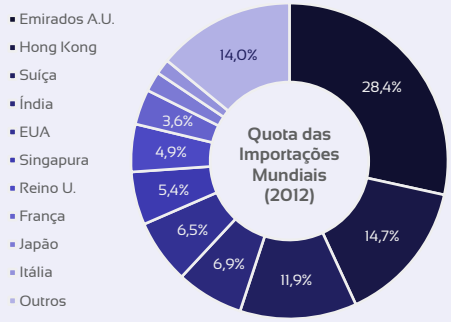
CAIXA DE TEXTO 4.
"ARTEFACTOS DE JOALHARIA E SUAS PARTES, DE OUTROS METAIS PRECIOSOS QUE NÃO PRATA, MESMO REVESTIDOS, FOLHEADOS OU CHAPEADOS DE METAIS PRECIOSOS": A TIPOLOGIA DE PRODUTO DE RELOJOARIA, JOALHARIA E OURIVESARIA MAIS IMPORTADA NO MUNDO EM 2012

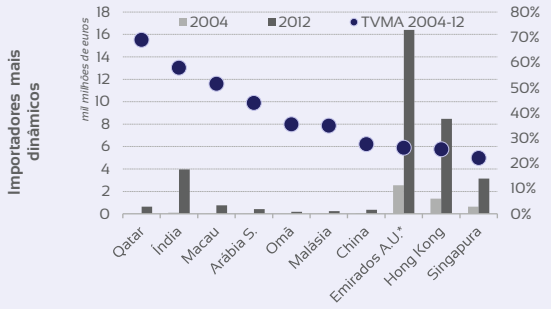
Os produtos de relojoaria, joalharia e ourivesaria mais transacionados internacionalmente são os "artefactos de joalharia e suas partes, de outros metais preciosos que não prata, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos (exceto com mais de 100 anos)". Mais concretamente, 54% do valor das importações registadas no âmbito deste tipo de produtos disseram respeito a esta tipologia de produto. De facto, pela sua descrição, a grande maioria das joias comercializadas enquadram-se nesta tipologia. Significa, portanto, que analisar o comércio internacional deste produto diz muito (ou quase tudo) daquilo que se passa nos palcos internacionais relativamente às trocas comerciais de joalharia.

No que concerne às exportações, os principais players de destaque são a China (22,6%), a Índia (17,6%), a Suíça (8,0%), os EUA (7,8%) e Hong Kong (5,9%). Este grupo de cinco países domina quase dois terços das exportações mundiais. O ranking da dinâmica das exportações mostra isso mesmo: a China foi o 2º país onde as exportações mais cresceram e a Índia o 6ª país. No ramo das importações, os Emirados Árabes Unidos são os grandes "compradores" de joias a nível mundial, respondendo por 28,4% das importações mundiais, fruto das dinâmicas imprimidas nos últimos 10 anos (T.V.M.A. de 26,3%). Hong Kong, Suíça, Índia e EUA compõem o grupo de países "seguidores", com quotas de 14,7%, 11,9%, 6,9% e 6,5%, respetivamente.

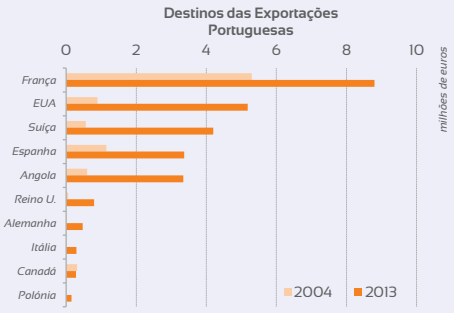


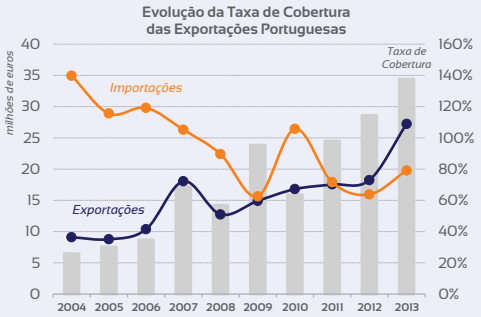






Em Portugal, as exportações e as importações desta tipologia de produto tomaram sentidos opostos, com impactos positivos na balança comercial nacional. Com efeito, a taxa de cobertura subiu de 26% em 2004 para 137,7% em 2013, o que significa que o nosso país passou de uma situação de elevada dependência para uma situação superavitária, embora com sustentabilidade duvidosa no futuro, pelas razões já apresentadas.



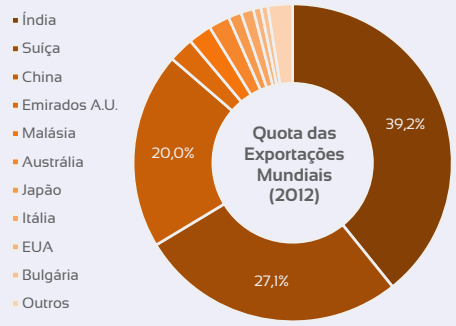


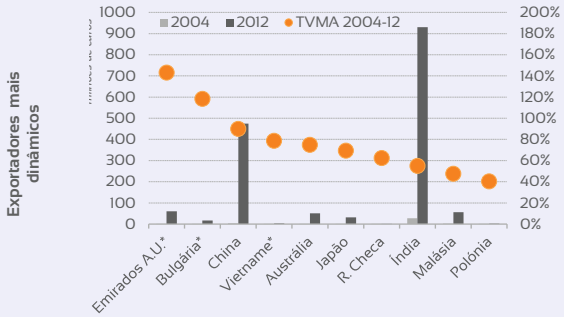
Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade.

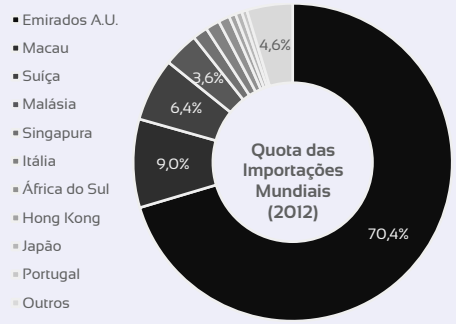
CAIXA DE TEXTO 5.
"ARTEFACTOS DE OURIVESARIA E SUAS PARTES, DE OUTROS METAIS PRECIOSOS QUE NÃO PRATA, MESMO REVESTIDOS, FOLHEADOS OU CHAPEADOS DE METAIS PRECIOSOS": A TIPOLOGIA DE PRODUTOS DE RELOJOARIA, JOALHARIA E OURIVESARIA QUE APRESENTOU MAIOR DINÂMICA IMPORTADORA A NÍVEL MUNDIAL NO PERÍODO 2004-2012

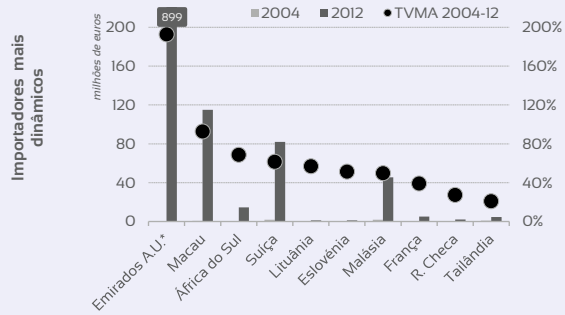
As trocas internacionais de "artefactos de ourivesaria e suas partes, de outros metais preciosos que não prata, mesmo revestidos, folheados ou chapeados de metais preciosos" aumentaram de 264 milhões de euros em 2004 para 1,3 mil milhões de euros em 2012. Esta evolução (uma taxa de crescimento média anual de 21,8%) conferiu-lhe o título de produto "estrela" no período em análise. Mesmo com a sua "pequena" importância global (1,2%), esta tipologia tem alguma importância no contexto nacional e, como iremos ver, o seu contributo para a balança comercial portuguesa é negativo.

As exportações estão grosso modo concentradas em três países: Índia (39,2%), Suíça (27,1%) e China (20%). Apenas mais cinco países verificaram uma quota superior a 1%: Emirados Árabes Unidos, Malásia, Austrália, Japão e Itália. No contexto europeu, destaca-se a Bulgária, a República Checa e a Polónia como países com uma forte dinâmica das exportações, a julgar pelos crescimentos exponenciais que têm apresentado. Contudo, é bom não esquecer que o ponto de partida (isto é, o valores das exportações) em 2004 era relativamente baixo. Na vertente de importações, o peso dos Emirados Árabes Unidos é tremendo, tendo representado mais de 70% do total das compras internacionais. Macau e Suíça foram, em 2012, os restantes compradores de relevo, com pesos superiores a 5%, figurando por isso no ranking dos países com importações mais dinâmicas em posições cimeiras.

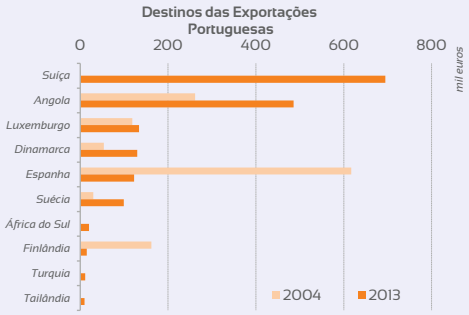


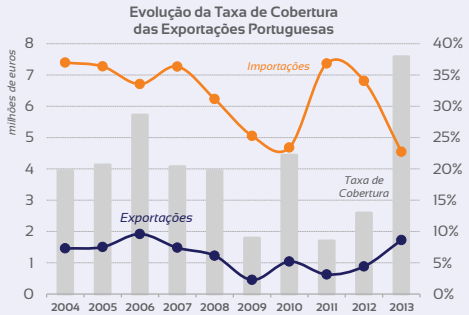






Suíça e Angola são os destinos mais frequentes das exportações portuguesas deste tipo de artefactos, agregando quase 70% das transações realizadas em 2013. Por outro lado, os mercados espanhol e finlandês estão em contraciclo, com descidas consideráveis no nível das suas compras de artefactos de ourivesaria portugueses.





Fonte: Elaboração própria com base em dados da ComTrade.

5. Conclusão

A presente monografia visou sistematizar, de forma objetiva e sintética, informação relevante para os diversos *players* da cadeia de valor da joalharia, ourivesaria e relojoaria. Pretendeu-se, assim, coligir e apresentar informação útil, passível de inclusão nas estratégias de crescimento qualificado do tecido empresarial nacional ou de investidores domésticos e internacionais, com vista à expansão da sua massa crítica e à conquista de uma maior visibilidade no panorama global.

Num primeiro passo, apresentou-se uma breve descrição da cadeia de valor em apreço, identificando-se os seus principais elos. Neste enquadramento, apresentaram-se, também, as atividades e produtos que integram as atividades core da cadeia e que foram tidos em conta ao longo de toda a monografia.

De seguida, caracterizou-se a cadeia de valor no contexto nacional. Aqui, começou-se por avaliar a dimensão do mercado português de joalharia, ourivesaria e relojoaria, que, segundo os dados mais recentes do INE, rondará os 1.000 milhões de euros. Este valor beneficiou de uma evolução bastante favorável registada entre 2008 e 2012, período no qual o volume de negócios no comércio a retalho dos produtos em análise cresceu cerca de 18,9% ao ano. Observou-se, assim, nas atividades em estudo uma trajetória em contraciclo com a generalidade das restantes atividades, que terá grande parte da sua fundamentação no comércio de ouro usado impulsionado pela crise desencadeada em 2009 e pela escalada do preço dos metais precisos no mercado mundial.

Os vários indicadores empresariais analisados espelham claramente a forte clusterização que marca a cadeia de valor da joalharia, ourivesaria e relojoaria, com uma nítida concentração na Região Norte (a título de exemplo, esta região agrega 44% do total das empresas da cadeia de valor, parcela que ascende a 80% quando em causa está apenas a componente industrial).

Nesta análise ao panorama nacional, e tendo em conta somente as atividades industriais, destaca-se o distinto comportamento que separa a fabricação da joalharia e ourivesaria da fabricação de relojoaria. Com efeito, no primeiro caso, e não obstante a já referida trajetória favorável do volume de negócios, o emprego caiu 43% entre 2004 e 2012 e o VAB recuou 38%. Diferentemente, nas atividades ligadas à fabricação de relojoaria o VAB exibiu um aumento de 324% e o emprego cresceu 176%.

Já no que toca à orientação para o exterior, verifica-se que ambas as atividades apresentam hoje um foco significativo nos mercados internacionais, com mais de 60% da sua produção a ser exportada, apesar deste posicionamento ser bem mais recente na joalharia e ourivesaria do que na relojoaria.

Não obstante, a balança comercial associada ao conjunto dos produtos de joalharia, ourivesaria e relojoaria permanece negativa, correspondendo-lhe, em 2013, uma taxa de cobertura das importações pelas exportações de 69%. Ainda assim, destaca-se a evolução favorável das exportações nos últimos anos (com um crescimento médio anual de 20% entre 2004 e 2013), face ao andamento das importações (com um crescimento médio anual de apenas 5%).

As exportações portuguesas dos produtos em análise estão muito concentradas em termos de destinos geográficos. No caso dos artefactos de joalharia e ourivesaria, França, Espanha, EUA, Suíça, Angola e Itália responderam por 88% das exportações portuguesas em 2013. No caso da relojoaria, Suíça e Hong-Kong são os dois principais clientes de Portugal (responsáveis, no conjunto, por 56% das compras do exterior), seguindo-se França, Espanha, EUA e Japão (que perfazem uma quota de 37%).

Olhando para a evolução das exportações por destino ao longo dos últimos oito anos, verifica-se que a Suíça, a Alemanha, o RU, Angola e EUA foram os países que mais se evidenciam na joalharia e ourivesaria. Por seu turno, Chipre, Japão, Angola, França, Hong-Kong, Panamá, Espanha e Suíça foram os países que mais sobressaíram na relojoaria. Daqui decorre que, ao contrário do que sucede com muitas outras atividades, na joalharia, ourivesaria e relojoaria, as empresas portuguesas têm vindo a envidar esforços de internacionalização em mercados que tradicionalmente não são explorados por nós.

O estudo termina com uma abordagem aos fluxos de comércio internacional, que atingiram 140 mil milhões de euros em 2012 e que exibiram um crescimento médio anua de 16%, entre 2004 e aquele ano.

A este nível, um dos primeiros aspetos que ressalta à vista prende-se com a forte concentração geográfica das exportações mundiais. Na relojoaria, por exemplo, a Suíça respondeu, em 2012, por quase metade das exportações a nível mundial (45,9%), seguindo-se Hong-Kong, China, França, Alemanha e Singapura. Já na joalharia e ourivesaria, foi a China o principal país exportador em 2012, respondendo por 31% do total mundial, seguindo-se a Índia, com 15%, e, depois, os EUA, Suíça, Hong-Kong Itália, Emirados Árabes Unidos e Reino Unido. Realça-se o ganho de protagonismo da China, que, crescendo a uma taxa média anual de 46% entre 2004 e 2012, substituiu a Itália na liderança do ranking mundial de exportadores. Como corolário do que acaba de ser referido decorre que, em ambos os grupos de produtos em análise, as exportações mundiais são dominadas por dois grupos de países: Ásia e Médio Oriente, por um lado, e Europa e EUA, por outro.

A concentração geográfica nas importações é ainda maior do que nas exportações, salientando-se o facto de alguns dos principais países importadores serem também fortes exportadores, o que remete para a existência de uma forte componente de comércio intrassectorial nas atividades em estudo. Na joalharia e ourivesaria, os Emirados Árabes Unidos respondem por cerca de um quarto das importações mundiais (25,2%), seguindo-se Hong-Kong (com uma quota de 14%) e, depois, a Suíça, os EUA e a Índia. Na relojoaria, Hong-Kong ocupa o primeiro lugar, respondendo, em 2012, por 22% das importações mundiais. Seguem-se os EUA (com 10%), a China, a Suíça, o Japão e a França. Atentando ao ritmo de crescimento das importações e ao saldo da balança comercial, é possível apontar Macau, Emirados Árabes Unidos e Hong-Kong como mercados especialmente apetecíveis para a internacionalização da joalharia e ourivesaria e Macau, Rússia, Índia, Brasil e Emirados Árabes Unidos como alvos privilegiados para a relojoaria.

Sigma Team Consulting, SA

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

Rua Cunha Júnior, 41-A, 2.°
4250-186 PORTO
Tel/Fax: 225 022 027