



## Estudo de mercado

Mercados emergentes no vestuário: Cazaquistão, Coreia do Sul, Índia, Malásia e Peru

Abril 2015

**cenit.**

**inITV**

  
**COMPETE**

 **QR EN**  
QUADRO  
DE REFERÊNCIA  
ESTRATÉGICO  
NACIONAL

  
UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu de  
Desenvolvimento Regional





## Estudo de mercado

Mercados emergentes no vestuário: Cazaquistão, Coreia do Sul, Índia, Malásia e Peru



# Índice

- 7** Introdução
- 9** Consumo de vestuário por região
  - 9** Evolução das despesas dos consumidores
  - 9** Consumo de vestuário na América do Norte
  - 10** Consumo de vestuário na América do Sul
  - 10** Consumo de vestuário na Europa
  - 11** Consumo de vestuário na CEI
  - 12** Consumo de vestuário no Médio Oriente
  - 13** Consumo de vestuário em África
  - 13** Consumo de vestuário na Ásia e Oceânia
- 15** Consumo e importações de vestuário no Cazaquistão
  - 15** Enquadramento económico
  - 15** Consumo e importação de vestuário
  - 17** Principais fornecedores
  - 18** Exportações portuguesas de vestuário
- 21** Consumo e importações de vestuário na Coreia do Sul
  - 21** Enquadramento económico
  - 21** Consumo e importação de vestuário
  - 22** Principais fornecedores
  - 24** Exportações portuguesas de vestuário
- 27** Consumo e importações de vestuário na Índia
  - 27** Enquadramento económico
  - 27** Consumo e importação de vestuário
  - 28** Principais fornecedores
  - 31** Exportações portuguesas de vestuário
- 33** Consumo e importações de vestuário na Malásia
  - 33** Enquadramento económico
  - 33** Consumo e importação de vestuário
  - 35** Principais fornecedores
  - 36** Exportações portuguesas de vestuário
- 39** Consumo e importações de vestuário no Peru
  - 39** Enquadramento económico
  - 39** Consumo e importação de vestuário
  - 40** Principais fornecedores
  - 42** Exportações portuguesas de vestuário
- 45** Considerações finais
- 45** Glossário
- 49** Metodologia e referências

## Índice de figuras

- 20** Figura 1: Exportações de vestuário de Portugal com destino ao Cazaquistão
- 20** Figura 2: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino ao Cazaquistão
- 25** Figura 3: Exportações de vestuário de Portugal com destino à Coreia do Sul
- 25** Figura 4: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino à Coreia do Sul
- 32** Figura 5: Exportações de vestuário de Portugal com destino à Índia
- 32** Figura 6: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino à Índia
- 38** Figura 7: Exportações de vestuário de Portugal com destino à Malásia
- 38** Figura 8: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino à Malásia
- 44** Figura 9: Exportações de vestuário de Portugal com destino ao Peru
- 44** Figura 10: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino ao Peru

# Introdução

As importações mundiais de vestuário aumentaram 8,9%, ou 39,4 mil milhões de dólares, para um máximo recorde de 481,1 mil milhões de dólares em 2013, de acordo com os dados da Organização Mundial do Comércio (OMC) divulgados na análise desenvolvida pelo Textiles Intelligence. O aumento em 2013 representou uma recuperação, na medida em que surgiu após um crescimento de apenas 1,2% em 2012. No entanto, ficou aquém dos aumentos de 18,2% e 11,7% registados em 2011 e 2010, respetivamente.

O aumento em 2013 refletiu crescimentos nas importações em 6 regiões. O crescimento mais acelerado foi registado no Médio Oriente (subida de 9,9%), seguido pela África (subida de 8,1%). No entanto o crescimento foi mais modesto na América do Norte (subida de 3,9%), Europa (subida de 3,4%), Ásia e Oceânia (subida de 3,4%) e América Central e do Sul (subida de 3,0%). Além disso, o crescimento nas importações da Europa surgiu após uma acentuada quebra no ano anterior e, como resultado, permaneceram abaixo do nível registado em 2011, refletindo a continuidade da incerteza económica na região em geral e na zona do euro em particular. Por seu lado, as importações da Comunidade dos Estados Independentes (CEI) caíram 0,5%.

O comércio mundial de bens está estimado ter acelerado em 2014 e em 2015 está previsto crescer a um ritmo ainda mais rápido. Em termos de volume, o comércio está estimado ter aumentado 4,7% em 2014, tendo aumentado 2,3% em 2013 e está estimado aumentar 5,3% em 2015. Caso venha a

confirmar-se, o aumento em 2015 ficará em linha com a taxa média de crescimento de longo prazo de 5,3% ao ano que foi registada ao longo do período de 20 anos entre 1993 e 2013.

O crescimento do comércio nos países em desenvolvimento deverá continuar a ultrapassar o crescimento no comércio em países desenvolvidos, apesar de a situação na UE e nos EUA estar prevista melhorar. De referir que o crescimento nas importações da UE poderá ser afetado por uma continuidade na fragilidade do euro.

De salientar que a recente quebra no preço do petróleo poderá levar a uma continuação do período de deflação que poderá ter um efeito negativo sobre as vendas a retalho e consequentemente sobre o comércio em termos globais. A descida no preço do petróleo, para além de ter um efeito sobre os custos dos combustíveis e da energia (e consequentemente sobre os custos de produção e transporte), irá ajudar os fabricantes de fibras sintéticas a diminuir os preços e consequentemente a permanecerem competitivos, à medida que o preço do algodão permanece a um nível baixo.

Efetivamente, o preço do algodão diminuiu na 2.ª metade de 2014, na sequência da decisão do governo chinês de cessar a política de acumulação de stocks de algodão, substituindo-a por uma política de subsídios diretos aos produtores da fibra e redução do preço pago em leilão para as suas reservas de algodão.

Como resultado, espera-se uma descida no preço unitário dos produtos têxteis e vestuário. No entanto, não está ainda claro quão substancial será a quebra, na medida em que os custos laborais e os custos associados com as questões sociais continuam a aumentar. Além disso, mesmo que os custos gerais

para os fabricantes continuem a diminuir, estes poderão aproveitar a oportunidade para melhorar as suas margens. Dito isto, as decisões dos fabricantes serão em larga medida dependentes do nível de pressão exercida pelas marcas ocidentais para diminuir os preços praticados.



# Consumo de vestuário por região

## Evolução das despesas dos consumidores

O aumento de 8,9% nas importações mundiais de vestuário em 2013 coincidiu com aumentos nos gastos dos consumidores em vestuário e calçado na maioria das principais economias, de acordo com os dados do Economist Intelligence Unit (EIU) divulgados pelo Textiles Intelligence.

As principais exceções em 2013 foram verificadas em diversas economias da América do Sul, incluindo: Argentina, Brasil e Colômbia. Estas quebras foram refletidas numa acentuada descida no crescimento das importações para países da região. Efetivamente, as importações cresceram apenas 3,0% após terem aumentado a fortes taxas de dois dígitos em cada um dos 3 anos anteriores. Em 2014, os gastos dos consumidores em vestuário e calçado nestes países está estimado ter diminuído novamente e está previsto cair ainda mais em 2015. Além disso, os gastos estão previstos crescer de forma apenas modesta entre 2015 e 2019.

Noutros locais, os gastos estão também previstos crescer de forma apenas moderada ao longo do período de 2015 a 2019 em diversas outras economias avançadas, incluindo: França, Alemanha, Japão, Reino Unido e EUA, e crescimento a taxas de dígito único médio na Austrália, Azerbaijão, Canadá, Polónia, Arábia Saudita, África do Sul e Coreia do Sul.

No entanto, os gastos estão previstos crescer a taxas de duplo dígito na China, Índia, Cazaquistão, Malásia

e Nigéria. Os gastos estão também previstos crescer a taxas de dois dígitos na Rússia e Ucrânia, embora este crescimento represente em larga medida uma recuperação após 2 anos de forte quebra em 2014 e 2015. Por outro lado, estão previstos crescimentos no dígito único elevado nas Filipinas, em Singapura e na Tailândia.

## Consumo de vestuário na América do Norte

### Importações de vestuário

As importações de vestuário dos países da América do Norte (incluindo México) aumentaram 3,9%, ou 3,9 mil milhões de dólares, para os 104,3 mil milhões de dólares em 2013, após uma quebra de 0,6% em 2012 e aumentos de 9,0% em 2011 e 13,2% em 2010. Como resultado, as importações atingiram um máximo recorde em 2013.

Em termos absolutos, o aumento foi devido principalmente a um acréscimo de 3,1 mil milhões de dólares, ou 3,5%, nas importações dos EUA. Em termos percentuais, no entanto, o crescimento foi mais acelerado no caso das importações para o Canadá (subida de 6,2%, ou 0,6 mil milhões de dólares) e México (subida de 9,0% ou 0,3 mil milhões de dólares).

## Despesas dos consumidores em vestuário e calçado

As despesas dos consumidores em vestuário e calçado na América do Norte continuaram a aumentar em 2013, de acordo com os dados do EIU divulga-

dos pelo Textiles Intelligence. O crescimento abrandou dos 3,9% em 2012 para os 2,0% em 2013, e em 2014 está estimado ter abrandado ainda mais, para os 1,9%.

Olhando para o futuro, o crescimento está previsto recuperar ligeiramente para os 2,0% em 2015 e durante o período de 4 anos até 2019 está previsto acelerar para uma média de 3,5% ao ano. No entanto, esta irá ainda representar uma das taxas de crescimento mais lentas em termos das regiões.

## Consumo de vestuário na América do Sul

### Importações de vestuário

As importações de vestuário para os países da América do Sul aumentaram 3,0%, ou 394 milhões de dólares, para os 13,5 mil milhões de dólares em 2013. Como resultado, as importações atingiram um máximo recorde pelo 3.º ano consecutivo. No entanto, o aumento representou um forte abrandamento em comparação com aumentos de 14,7% em 2012, 28,2% em 2011 e 22,2% em 2010. Além disso, representou o mais lento aumento entre as 7 regiões em destaque.

O abrandamento no crescimento das importações foi registado em diversos países, incluindo: Brasil, Chile, Colômbia e Uruguai, e foram registadas descidas nas importações para diversos outros países, incluindo: Argentina e Venezuela. Dito isto, as importações para o Equador e o Peru continuaram a crescer de forma significativa.

## Despesas dos consumidores em vestuário e calçado

O abrandamento no crescimento das importações de vestuário dos países da América do Sul em 2013 coincidiu com uma queda nas despesas dos consumidores em vestuário e calçado, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence. Efetivamente, os gastos caíram 1,7% em 2013 e uns adicionais 2,6% em 2014. As quebras nos gastos em 2013 e 2014 foram devido principalmente a descidas na Argentina e no Brasil, responsáveis pela grande parte dos gastos na região da América do Sul como um todo.

Estas descidas foram, por seu lado, atribuídas em larga medida a fortes depreciações nos valores das moedas locais face ao dólar. Efetivamente, ao longo do período de 3 anos entre 2011 e 2014, o real brasileiro depreciou 28,9% face ao dólar, enquanto o peso argentino caiu 46,5% face à moeda americana.

Os gastos dos consumidores em vestuário e calçado na América do Sul estão previstos cair uns acentuados 5,6% em 2015, devido principalmente a descidas dos gastos no Brasil e na Colômbia. Por conseguinte, está prevista uma recuperação e crescimento em média de 4,4% ao ano entre 2015 e 2019.

## Consumo de vestuário na Europa

### Importações de vestuário

As importações de vestuário para os países europeus aumentaram 3,4%, ou 6,1 mil milhões de dólares, para

os 183,6 mil milhões de dólares em 2013. No entanto, este aumento surgiu após uma descida de 8,8% no ano anterior e, como resultado, as importações em 2013 permaneceram abaixo dos níveis atingidos em 2011. Estas também ficaram abaixo do nível atingido em 2008, na medida em que a incerteza económica persistiu na região em geral e na Zona Euro em particular.

Efetivamente, dentro da região, em apenas 9 países as importações foram mais elevadas em 2013 do que em 2011, e apenas 3 destes 9 países encontravam-se na Zona Euro, nomeadamente: Estónia, Letónia e Países Baixos. Além disso, entre os 19 países da Zona Euro, as importações para 5 destes países foram mais elevadas em 2013 do que em 2008, nomeadamente: Finlândia, Alemanha, Letónia, Países Baixos e Eslováquia.

## Despesas dos consumidores em vestuário e calçado

A tendência nas importações de vestuário dos países europeus em 2012 e 2013 foi refletida nos níveis de despesas dos consumidores em vestuário e calçado na região, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence. As despesas em 2013 cresceram apenas 2,8% após uma descida de 6,6% no ano anterior e, como resultado, permaneceram abaixo do nível atingido em 2011. Além disso, o crescimento em 2014 está estimado ter abrandado para apenas 1,8%.

Em 2015 o gasto está previsto descer uns acentuados 9,7% e em 2016 uns adicionais 0,4% para o nível mais baixo desde há vários anos. As quedas em 2015

e 2016 são em parte devido à depreciação do euro face ao dólar. Na sequência da descida em 2016, os gastos estão previstos recuperar e crescer ao longo do período de 2017 a 2019 a uma média de 5,1% ao ano. No entanto, os gastos em 2019 estão ainda previstos permanecer aquém do pico atingido em 2008.

## Consumo de vestuário na CEI

### Importações de vestuário

As importações de vestuário para os países da CEI (Comunidade de Estados Independentes) caíram 0,5% para os 11,9 mil milhões de dólares em 2013. Esta queda surgiu após aumentos de 9,6% em 2012, de 20,7% em 2011 e de 75,3% em 2010 e, como resultado, as importações em 2013 ficaram ainda ao 2.º nível mais elevado de que há registo. A queda foi devida a descidas nas importações para a Rússia (de longe o principal mercado de importação de vestuário da região) e a Ucrânia.

As importações para estes dois países estão previstas ter caído novamente em 2014 e estão previstas novas descidas para 2015, dado que a crise na Ucrânia persiste e a Rússia irá continuar a ser prejudicada pelas sanções da UE e dos EUA sobre o investimento no país - até que o acordo assinado em setembro de 2014 com a Ucrânia seja cumprido na íntegra.

Por outro lado, as importações para: Bielorrússia, Cazaquistão e Quirguistão, continuaram a crescer acentuadamente em 2013 e a compensar em grande

medida as descidas nas importações da Rússia e da Ucrânia. As importações para o Cazaquistão dispararam 36,3% após mais que quadruplicarem ao longo dos 2 anos anteriores, enquanto as importações para a Bielorrússia aumentaram 13,2% e as importações do Quirguistão aumentaram 12,9%. No entanto, estes 3 países permaneceram importadores relativamente pequenos.

## Despesas dos consumidores em vestuário e calçado

As despesas dos consumidores em vestuário e calçado nos países da CEI aumentaram em 2013, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence. No entanto, o gasto está estimado ter caído acentuadamente em 2014 e em 2015 está previsto cair de forma ainda mais acentuada. A quebra em 2015 será devida fundamentalmente a uma descida de 36,6% nos gastos da Rússia, no valor de quase 36 mil milhões de dólares, embora sejam também esperadas quebras na Ucrânia (descida de 19,7%, ou 1,1 mil milhões de dólares) e Cazaquistão (descida de 1,9%, ou 176 milhões de dólares).

Por conseguinte, o consumo nestes 3 países está previsto recuperar a uma taxa significativa. Efetivamente, entre 2015 e 2019, o consumo está previsto crescer na Rússia a uma média de 16,0% ao ano, na Ucrânia a uma média de 13,5% ao ano e no Cazaquistão a uma média de 10,8% ao ano. Dito isto, o consumo na Rússia não deverá ultrapassar o nível registado em 2013 até 2019. Além disso, os gastos na Ucrânia em 2019 estão previstos permanecer aquém dos níveis atingidos em 2013.

## Consumo de vestuário no Médio Oriente

### Importações de vestuário

As importações de vestuário dos países do Médio Oriente aumentaram 9,9%, para os 13,1 mil milhões de dólares, em 2013. Este representou o mais acelerado crescimento entre as 7 regiões em análise. Além disso, o aumento surgiu após crescimentos de 14,2% em 2012, de 14,8% em 2011 e de 27,3% em 2010 e, como resultado, as importações atingiram um máximo recorde pelo 4.º ano consecutivo. Dentro da região, foi registado um forte crescimento nas importações para diversos países, incluindo: Omã (subida de 25,7%), Jordânia (subida de 20,8%) e Arábia Saudita (subida de 14,1%).

### Despesas dos consumidores em vestuário e calçado

As despesas dos consumidores em vestuário e calçado cresceram em Israel e na Arábia Saudita em 2013 e 2014, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence. No entanto, os gastos do consumidor caíram no Irão, na medida em que as receitas das exportações de petróleo do país e o PIB foram negativamente afetadas na sequência das sanções impostas pela UE e os EUA em meados de 2012.

Em 2015 os gastos em Israel e na Arábia Saudita estão previstos cair, mas no Irão espera-se uma recuperação. Além disso, entre 2015 e 2019 está previsto um relativamente forte crescimento nos gastos em todos estes 3 países. No Irão, os gastos ao longo do

período de 4 anos estão previstos crescer a uma taxa média de 10,3% ao ano, em Israel a uma média de 7,1% ao ano e na Arábia Saudita a uma média de 6,1% ao ano.

## Consumo de vestuário em África

### Importações de vestuário

As importações de vestuário dos países africanos registaram um aumento de 8,1% para os 5,1 mil milhões de dólares em 2013. Este aumento representou o 8.º consecutivo e foi a 2.ª mais rápida taxa de crescimento entre as 7 regiões em análise. No entanto, a África permanece o mais pequeno mercado regional de importação. De referir que foi registado um forte crescimento nas importações para um número de países individuais na região, embora diversos destes países permaneçam importadores de menor dimensão.

### Despesas dos consumidores em vestuário e calçado

O relativamente forte crescimento nas importações para países africanos em 2013 coincidiu com um aumento nos gastos dos consumidores em vestuário e calçado na região. Além disso, os gastos estão estimados ter crescido ainda mais em 2014, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence.

O crescimento nos gastos está previsto abrandar em 2015, mas a região irá ainda assim representar um dos mercados em mais rápido crescimento, na me-

diada em que as despesas em diversas outras regiões (incluindo: CEI, Europa, Médio Oriente e América do Sul) estão previstas diminuir.

Além disso, entre 2015 e 2019, o crescimento das despesas em África está previsto acelerar e a região deverá permanecer uma das mais rápidas em crescimento. Efetivamente, ao longo do período de 4 anos os gastos na Nigéria estão previstos aumentar uma média de 10,7% ao ano, na Argélia uma média de 10,0% ao ano, no Egito uma média de 9,7% ao ano e na África do Sul uma média de 6,3% ao ano.

## Consumo de vestuário na Ásia e Oceânia

### Importações de vestuário

As importações de vestuário dos países da Ásia e Oceânia aumentaram 3,4%, ou 2,7 mil milhões de dólares, para os 78,3 mil milhões de dólares em 2013. Entre 2005 e 2013 as importações para os países da Ásia e Oceânia aumentaram em média 4,8% ao ano. Este foi o 3.º mais lento aumento entre as 7 regiões em análise. As únicas regiões onde o crescimento das importações foi mais lento foram a Europa e a América do Norte.

No entanto, apesar deste desempenho conjunto, foi registado um forte crescimento nas importações destinadas a diversos países individuais em 2013, incluindo: Índia (subida de 29,5%), Singapura (subida de 22,1%), Coreia do Sul (subida de 20,2%), Filipinas (subida de 19,9%), Indonésia (subida de 18,7%), Malásia (subida de 18,2%) e China (subida de 18,0%).

## Despesas dos consumidores em vestuário e calçado

O modesto crescimento das importações para a Ásia e a Oceânia em 2013 coincidiu com um abrandamento do crescimento nos gastos dos consumidores de vestuário e calçado na região, passando dos 7,1% em 2012 para os 2,2% em 2013. No entanto, em 2014, o crescimento nos gastos do consumidor está estimado ter aumentado para 6,0%, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence. Em 2015 os gastos do consumidor estão previstos crescer 5,2% e entre 2015 e 2019 estão previstos crescer a uma média de 9,9% ao ano.

Muito do crescimento na região irá ocorrer na China e na Índia. Na China, os gastos dos consumidores em vestuário e calçado estão previstos aumentar em média 12,4% ao ano entre 2015 e 2019. Como resultado, o consumo irá aumentar mais de 200 mil milhões de dólares ao longo do período de 4 anos e atingir os 564 mil milhões de dólares em 2019. Na Índia, os gastos do consumidor estão previstos aumentar uma média de 11,4% ao ano e atingir os 119 mil milhões de dólares. A verificar-se, este aumento transformaria o mercado indiano de retalho de vestuário e calçado no 3.º maior do mundo, ficando à frente de mercados como a Alemanha e o Reino Unido e sendo apenas ultrapassado pela China e os EUA.

# Consumo e importações de vestuário no Cazaquistão

## Enquadramento económico

Excluindo a Rússia, o Cazaquistão é a maior das antigas repúblicas soviéticas, possuindo reservas substanciais de combustíveis fósseis e outros minerais e metais como: urânio, cobre e zinco. Além disso, o país possui também um forte sector agrícola. De acordo com a análise publicada pelo The World Factbook, as indústrias extrativas foram e vão continuar a ser o motor do crescimento cazaquistão, apesar de o país estar a avançar de forma empenhada na implementação de estratégias de diversificação.

O Cazaquistão não possui costa marítima, possuindo acesso restrito ao mar alto. Apesar dos portos que possui no Mar Cáspio, dos oleodutos e linhas de caminho-de-ferro para o transporte de petróleo terem sido melhorados, a aviação civil e a infraestrutura rodoviária continuam a carecer de investimento. O fornecimento e a distribuição de energia estão sujeitos a interrupções devido a dependências regionais, mas o país está a avançar no sentido de melhorar a eficiência do fornecimento de eletricidade e gás à sua população.

Reconhecendo a excessiva dependência do petróleo e das indústrias extrativas, o Cazaquistão enveredou por um ambicioso programa de diversificação, com o objetivo de desenvolver sectores específicos de atividades como: transportes, farmacêutico, telecomunicações, produtos petroquímicos e processamento de alimentos. Em 2010, o Cazaquistão juntou-se à União Alfandegária Bielorrússia-Cazaquistão-Rússia, num esforço de fomentar o investimento estrangeiro

e melhorar os relacionamentos comerciais. A União Alfandegária evoluiu para tornar-se na União Económica da Eurásia em janeiro de 2015.

Durante o ano 2014 a economia do Cazaquistão foi prejudicada pelo abrandamento da economia Russa, desvalorização do rublo, quebra nos preços do petróleo e problemas num dos seus principais campos petrolíferos. O país desvalorizou a sua moeda, o tenge, na ordem dos 19% em fevereiro de 2014 e em novembro do mesmo ano o governo cazaquistão anunciou um pacote de estímulos para enfrentar os desafios económicos.

## Consumo e importação de vestuário

As importações de vestuário para o Cazaquistão aumentaram 36,3% em 2013, após subidas de 124,3% em 2012 e 94,0% em 2011. Como resultado, estas quase sextuplicaram entre 2010 e 2013, passando dos 163 milhões de dólares para os 965 milhões de dólares.

Os gastos no consumidor em vestuário e calçado no Cazaquistão também aumentaram acentuadamente ao longo do período de 3 anos, na ordem dos 14,8% em 2011, 11,3% em 2012 e 20,8% em 2013, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence.

De referir que as despesas no consumidor estão estimadas ter decrescido 11,6% em 2014. No entanto,



a quebra refletiu a desvalorização da moeda do país face ao dólar. O Banco Central do Cazaquistão desvalorizou o tengue na ordem dos 19% em fevereiro de 2014, numa tentativa de contrapor o efeito da incerteza da taxa de câmbio do rublo russo.

Os gastos no consumidor em vestuário e calçado estão previstos diminuir uns adicionais 1,9% em 2015, mas a partir deste ano está previsto um crescimento vigoroso. Entre 2015 e 2019, os gastos nos consumidores estão previstos crescer a uma média de 10,8% ao ano e atingir os 14,0 mil milhões de dólares até ao final deste período.

Os gastos dos consumidores em vestuário e calçado per-capita no país estão previstos aumentar para os 737 dólares em 2019. Este valor encontra-se muito acima do previsto para a Índia (91 dólares) e a China (408 dólares). Além disso, aproxima-se das estimativas para a Coreia do Sul (868 dólares), Rússia (843 dólares) e Japão (778 dólares), ficando aquém das estimativas para: Alemanha (1.328 dólares), EUA (1.375 dólares) e Reino Unido (1.717 dólares).

De acordo com o Global Retail Development Index (GRDI) da AT Kearney, o Cazaquistão ocupou a 10.<sup>a</sup> posição entre os países em desenvolvimento em termos de investimento em 2014, tendo ocupado a 11.<sup>a</sup> posição no ano anterior.

Os agregados familiares abastados no Cazaquistão – possuindo mais de 75.000 dólares de rendimento disponível – mais que duplicaram entre 2007 e 2012.

Além disso, o número de indivíduos no país com mais de 30 milhões de dólares de bens está previsto aumentar 81% entre 2012 e 2022. Como resultado, o Cazaquistão terá um terço a mais o número de indivíduos do que a Áustria nesta categoria.

Além disso, o mercado cazaquistão de vestuário, em rápido desenvolvimento, está a começar a atrair indivíduos abastados provenientes de outros países da Ásia central, como: Quirguistão, Tadjiquistão, Turquemenistão e Uzbequistão – cujos mercados de vestuário são menos desenvolvidos e muito mais pequenos em dimensão. Estes consumidores tendem a viajar para a Europa e o Dubai para as suas necessidades de compras, mas estão agora a começar a viajar para o mais próximo Cazaquistão. Esta tendência tem promovido o mercado de produtos de luxo no país.

Além disso, o mercado de massa e o mercado intermédio estão longe de estar saturados e vão provavelmente crescer em dimensão e sofisticação nos próximos anos, para incluir mais marcas contemporâneas. No entanto, de salientar que a população do Cazaquistão é pequena e estes mercados possuem um potencial limitado.

De salientar também que o crescimento do PIB no país está a abrandar e a desvalorização do tengue cazaquistão em 2014 tornou o mercado desafiador para os retalhistas internacionais. Além disso, os retalhistas internacionais enfrentam diversos outros desafios, incluindo: elevadas taxas de importação, falta de espaço de retalho adequado e fracas infraestruturas de logística.



## Principais fornecedores

As importações de vestuário provenientes da China, o principal fornecedor de vestuário do Cazaquistão, aumentaram 42,3% para os 459,2 milhões de dólares em 2013. Este representou o 3.º maior aumento entre os 10 principais fornecedores do país. Como resultado, a quota da China nas importações de vestuário do Cazaquistão aumentou dos 45,6% para os 47,6%. Além disso, este foi o 5.º aumento em termos de quota em 6 anos, a partir dos 27,3% em 2007. No entanto, a quota da China em 2013 permaneceu aquém dos níveis registados em 2003 e 2004.

As importações de vestuário provenientes da Rússia aumentaram uma média de 176,4% ao ano entre 2010 e 2013. Como resultado, atingiram um máximo recorde de 118,4 milhões de dólares em 2013 e a Rússia permaneceu na 2.ª posição entre os principais fornecedores de vestuário do Cazaquistão.

As importações de vestuário provenientes da Turquia aumentaram 56,6% em 2013, ficando cifradas nos 90,9 milhões de dólares. Esta representou a 2.ª mais rápida taxa de crescimento entre os 10 principais fornecedores. Como resultado, a quota da Turquia aumentou dos 8,2% para os 9,4% e esta subiu 1 posição para tornar-se no 3.º principal fornecedor do Cazaquistão. De referir que a quota da Turquia em 2013 permaneceu abaixo dos níveis atingidos em 2010 e 2011.

As importações provenientes do Quirguistão aumentaram uma média de 594,6% ao ano entre 2010

e 2013. Como resultado, a quota do Quirguistão nas importações cazaquistanas de vestuário aumentou dos 0,2% em 2010 para os 9,1% em 2013, ano em que ficaram cifradas nos 87,8 milhões de dólares.

As importações de vestuário provenientes da Itália aumentaram 34,6% em 2013, para os 33,4 milhões de dólares. No entanto, este crescimento foi mais lento do que o crescimento das importações em geral e, como resultado, a quota da Itália nas importações de vestuário do Cazaquistão caiu ligeiramente para os 3,5%. Efetivamente, esta representou a 5.ª queda consecutiva na quota, a partir dos 15,3% registados em 2008.

As importações provenientes do Bangladesh aumentaram 33,1% em 2013, para os 30,9 milhões de dólares, mas a quota do país caiu ligeiramente dos 3,3% para os 3,2%. Esta representou a primeira queda de quota em 8 anos. Efetivamente, as importações de vestuário do Cazaquistão com origem no Bangladesh aumentaram uma média de 115,8% ao ano entre 2005 e 2012 e a quota do Bangladesh aumentou anualmente ao longo do período de 7 anos desde apenas 0,1% em 2005 para os 3,3% em 2012.

As importações de vestuário provenientes do Uzbequistão aumentaram 246,6% ao ano entre 2010 e 2013. Além disso, estas subiram 184,7% em 2013 para os 21,2 milhões de dólares, o que representou de longe a taxa de crescimento mais acelerada entre os 10 principais fornecedores. Como resultado, a quota do Uzbequistão atingiu os 2,2% em 2013, acima dos 0,3% registados em 2010 e este tornou-se no 7.º prin-

principal fornecedor de vestuário, subindo da 9.ª posição em 2012 e da 34.ª posição em 2010.

As importações com origem na Índia aumentaram 13,6% em 2013, ficando cifradas nos 19,5 milhões de dólares. Como resultado, a quota da Índia nas importações cazaquistanesas de vestuário caiu dos 2,4% para os 2,0% e a Índia desceu 1 posição para tornar-se no 8.º principal fornecedor do país. Além disso, a queda na quota representou a 3.ª em sequência a partir dos 4,9% registados em 2010.

As importações de vestuário provenientes da Bielorrússia aumentaram uma média de 80,1% por ano ao longo do período de 3 anos, ficando cifradas nos 9,9 milhões de dólares em 2013. Como resultado, atingiram um máximo recorde e a Bielorrússia tornou-se no 9.º principal fornecedor de vestuário do Cazaquistão, subindo da 14.ª posição que ocupou 3 anos antes.

As importações com origem na Malásia decresceram 17,6% em 2013, para os 7,9 milhões de dólares. Como resultado, a quota da Malásia caiu dos 1,4% para os 0,8% e o país desceu 2 posições para tornar-se no 10.º principal fornecedor de vestuário do Cazaquistão.

## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados do Eurostat, as exportações de vestuário de malha (Capítulo 61) de Portugal com destino ao Cazaquistão aumentaram 123,5% em termos de valor em 2014, ficando cifradas acima dos

265,2 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário de malha com destino ao Cazaquistão têm aumentado de forma expressiva, tendo subido 1.833,5% entre 2010 e 2014 e 598,0% entre 2005 e 2014.

Por outro lado, as exportações de vestuário exceto de malha (Capítulo 62) de Portugal com destino ao Cazaquistão aumentaram 190,5% em termos de valor em 2014, ficando cifradas nos 477,0 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino ao Cazaquistão têm também evoluído de forma expressiva, tendo aumentado 2.648,7% entre 2010 e 2014 e mais de 480.000% entre 2005 e 2014.

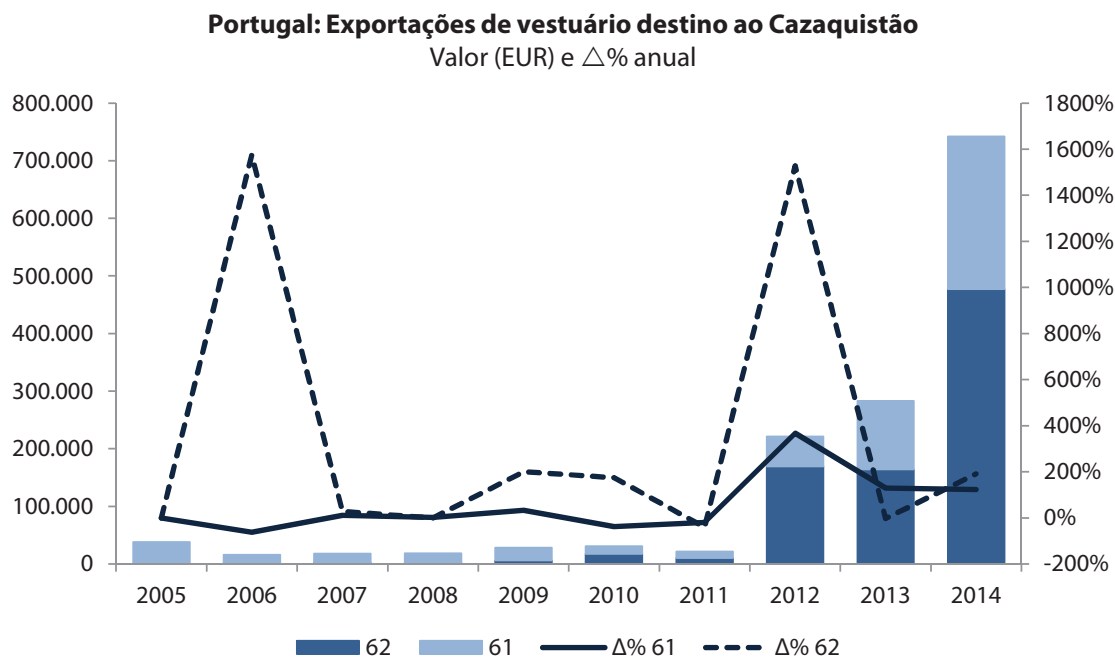
O desempenho das exportações portuguesas com destino ao mercado cazaquistão ficou bastante acima do registado ao nível das exportações de vestuário de malha em 2014, período em que as exportações em valor cresceram 7,9%, e acima do desempenho registado ao nível do vestuário exceto de malha, cujas exportações registaram uma subida de 10,8%.

Em termos da relevância do Cazaquistão nas exportações portuguesas de vestuário de malha verifica-se que o peso deste mercado é ainda muito limitado, representando uma quota de 0,01% do total das exportações. Em termos do vestuário exceto malha, o mercado cazaquistão é também muito limitado, com uma quota de apenas 0,05%. No contexto da UE28, as exportações portuguesas destinadas ao Cazaquistão representaram quotas de apenas 0,5% no caso do vestuário de malha e 0,4% no vestuário em tecido.

De salientar que, em termos da UE28 o Cazaquistão tem representado um destino em crescimento ao nível do vestuário de malha e do vestuário em tecido, apesar da quebra registada em 2014. Em termos do vestuário de malha, as exportações europeias destinadas ao Cazaquistão desceram 5,3% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 55,79 milhões

de euros), tendo subido 50,6% entre 2010 e 2014 e 240,8% entre 2005 e 2014. No que se refere às exportações de vestuário de tecido, verificou-se uma quebra de 7,4% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 124,69 milhões de euros), sendo registadas subidas de 66,0% entre 2010 e 2014 e de 216,4% entre 2005 e 2014.

Figura 1: Exportações de vestuário de Portugal com destino ao Cazaquistão



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 2: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino ao Cazaquistão



Fonte: baseado em dados do Eurostat

# Consumo e importações de vestuário na Coreia do Sul

## Enquadramento económico

De acordo com a análise publicada pelo The World Factbook, ao longo das últimas 4 décadas a Coreia do Sul evidenciou um impressionante crescimento económico e integração mundial, para tornar-se uma economia industrializada. Na década de 1960, o PIB per-capita sul-coreano era comparável aos níveis dos países pobres de África e Ásia. Em 2004 a Coreia do Sul integrou o clube das economias acima do bilião de dólares e é atualmente a 12.ª maior economia do mundo.

Um sistema de fortes ligações governamentais e empresariais, incluindo crédito direcionado e restrições às importações, tornou inicialmente este sucesso possível. O governo sul-coreano promoveu a importação de matérias-primas e tecnologia à custa dos bens de consumo e encorajou a poupança e o investimento em detrimento do consumo. A crise financeira asiática de 1997/1998 expôs as debilidades de longo prazo do modelo de desenvolvimento sul-coreano. O PIB caiu 7% em 1998 e posteriormente recuperou 9% em 1999/2000.

A Coreia do Sul adotou diversas reformas económicas na sequência da crise, incluindo uma maior abertura ao investimento e importações estrangeiros. O crescimento ficou equilibrado perto dos 4% ao ano entre 2003 e 2007. A economia sul-coreana, focalizada nas exportações, foi muito afetada pela crise económica mundial de 2008, mas recuperou rapidamente nos anos seguintes, atingindo um crescimento acima dos 6% em 2010. O acordo comercial de livre comércio entre os EUA e a Coreia do Sul foi ratificado pelos

dois governos em 2011 e entrou em vigor no mês de março de 2012. Entre 2012 e 2014 a economia sul-coreana enfrentou um débil crescimento devido ao abrandamento do mercado externo.

Em 2015 a administração sul-coreana vai provavelmente enfrentar o desafio de equilibrar a forte dependência nas exportações com o desenvolvimento dos sectores orientados para o mercado interno, como os serviços. Os desafios de longo prazo da economia da Coreia do Sul incluem a população em rápido envelhecimento, o mercado laboral inflexível, o domínio de grandes conglomerados e a forte dependência das exportações, que representam cerca de metade do PIB.

## Consumo e importação de vestuário

As importações de vestuário para a Coreia do Sul aumentaram 20,2% para os 7.535 milhões de dólares em 2013, após aumentos de 2,6% em 2012, 37,5% em 2011 e 31,5% em 2010. Como resultado, as importações mais que duplicaram entre 2009 e 2013. Além disso, a Coreia do Sul foi o 7.º principal importador de vestuário ao nível mundial em 2013.

Este forte aumento nas importações de vestuário da Coreia do Sul entre 2009 e 2013 foi refletido pelo forte crescimento nos gastos dos consumidores em vestuário e calçado no país. Efetivamente, os gastos aumentaram uma média de 9,5% ao ano ao longo do período de 4 anos, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence.

No entanto, o crescimento nos gastos está previsto abrandar nos próximos anos, devido ao elevado nível de endividamento dos agregados familiares. Efetivamente, o crescimento abrandou para 5,9% em 2014 e em 2015 está previsto aumentar apenas 0,2%. Além disso, entre 2015 e 2019 está previsto aumentar a uma média relativamente baixa de 5,1% ao ano.

A Coreia do Sul é a 4.<sup>a</sup> principal economia da Ásia, com um PIB per-capita na ordem dos 32.000 dólares e as vendas de produtos de luxo representam uma grande proporção do mercado. Efetivamente, a Bain & Company estima que as vendas de bens de luxo no país valiam 8,3 mil milhões de euros (11,0 mil milhões de dólares) em 2013, o que coloca a Coreia do Sul na 8.<sup>a</sup> posição entre os maiores mercados mundiais destes produtos (atrás de: EUA, Japão, Itália, China, França, Reino Unido e Alemanha).

No entanto, algumas das marcas de gama alta tradicionais que operam no país começaram a ser recentemente afetadas pelo abrandamento do crescimento das vendas devido a uma alteração nos hábitos de compra. Os consumidores estão a tornar-se mais sofisticados nas suas necessidades de moda e têm recorrido a marcas mais contemporâneas. Como resultado, diversas casas de moda substituíram os diretores para o país numa tentativa de adaptação às tendências em mudança.

Além disso, dado o nível de endividamento dos agregados familiares no país, os consumidores tendem a ser mais cautelosos e a procurar um melhor valor pelo dinheiro. Efetivamente, uma estimativa sugere

que 68% dos consumidores no país fazem mais compras durante o período de saldos. Em simultâneo, os compradores estão a utilizar os canais de vendas que são mais sensíveis ao preço, tal como a Internet e as lojas do tipo outlet, para procurar promoções.

As compras online estão também a aumentar de importância, na medida em que permitem aos compradores poupar tempo e dinheiro, e a eficiência está a tornar-se um fator cada vez mais importante nas decisões de compra dos consumidores sul-coreanos.

## Principais fornecedores

A China foi o principal país fornecedor de vestuário para a Coreia do Sul em 2013, com uma quota de 47,0% do total das importações de vestuário do país e um valor de 3.539,8 milhões de dólares.

No entanto, entre 2005 e 2013 as importações de vestuário para a Coreia do Sul provenientes da China aumentaram uma média de apenas 5,9% ao ano, o que representou a mais lenta taxa de crescimento médio entre os 10 principais fornecedores de vestuário para a Coreia do Sul. Como resultado, a quota da China nas importações sul-coreanas de vestuário caiu em 2013 pelo 7.<sup>o</sup> ano consecutivo, decrescendo dos 78,0% atingidos em 2006.

Em contraste, as importações sul-coreanas de vestuário provenientes de diversos países membros do ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) aumentaram acentuadamente entre 2005 e 2013. No

ano 2013, um total de 6 membros encontravam-se entre os 10 principais fornecedores de vestuário da Coreia do Sul e estes países conquistaram quota de mercado entre 2005 e 2013. Os ganhos de quota resultam da assinatura de um acordo comercial de livre comércio entre a Coreia do Sul e o ASEAN, o qual entrou em vigor em julho de 2006.

O Vietname registou em 2013 uma quota de 22,6% nas importações sul-coreanas de vestuário (acima dos 1,5% registados em 2005) no valor de 1.700,7 milhões de dólares. As importações de vestuário da Coreia do Sul provenientes deste país evidenciaram um crescimento médio anual de 58,3% entre 2005 e 2013.

A Indonésia registou em 2013 uma quota de 5,6% nas importações sul-coreanas de vestuário (acima dos 0,5% registados em 2005), no valor de 423,6 milhões de dólares. As importações de vestuário da Coreia do Sul provenientes deste país evidenciaram um crescimento médio anual de 51,0% entre 2005 e 2013.

O Mianmar registou em 2013 uma quota de 5,2% nas importações sul-coreanas de vestuário (acima dos 0,3% registados em 2005), no valor de 390,8 milhões de dólares. As importações de vestuário da Coreia do Sul provenientes deste país evidenciaram um crescimento médio anual de 64,1% entre 2005 e 2013.

As importações sul-coreanas de vestuário provenientes de Itália aumentaram em média apenas 6,1% ao ano entre 2005 e 2013 e a quota italiana nas importações de vestuário da Coreia do Sul caiu dos 8,1% para

os 5,0%, ficando cifrada nos 377,7 milhões de dólares. Como resultado, a Itália ocupou a 5.ª posição entre os principais fornecedores, tendo ocupado a 2.ª posição em 2005.

As importações provenientes do Bangladesh aumentaram acentuadamente entre 2005 e 2013, na ordem dos 50,4% em média por ano. Como resultado, a quota do Bangladesh nas importações de vestuário da Coreia do Sul aumentou dos 0,2% em 2005 para os 1,9% em 2013, ficando cifrada nos 144,8 milhões de dólares, e o Bangladesh tornou-se no 6.º principal fornecedor de vestuário da Coreia do Sul.

As importações de vestuário da Coreia do Sul provenientes dos EUA aumentaram uma média de 7,9% ao ano entre 2005 e 2013 e a quota dos EUA nas importações sul-coreanas de vestuário caiu dos 1,7% para os 1,2%, ficando cifrada nos 90,0 milhões de dólares. De salientar que a queda deveu-se a fortes descidas em 2012 e 2013, na ordem dos 22,7% e dos 10,2%, respetivamente.

O Camboja registou em 2013 uma quota de 1,1% nas importações sul-coreanas de vestuário (acima dos 0,1% registados em 2005), ficando cifrada nos 86,4 milhões de dólares. As importações de vestuário da Coreia do Sul provenientes deste país evidenciaram um crescimento médio anual de 58,9% entre 2005 e 2013.

A Tailândia registou em 2013 uma quota de 1,0% nas importações sul-coreanas de vestuário (acima dos

0,7% registados em 2005), ficando cifrada nos 72,0 milhões de dólares. As importações de vestuário da Coreia do Sul provenientes deste país evidenciaram um crescimento médio anual de 17,3% entre 2005 e 2013.

As Filipinas registaram em 2013 uma quota de 0,9% nas importações sul-coreanas de vestuário (acima dos 0,2% registados em 2005), ficando cifrada nos 66,2 milhões de dólares. As importações de vestuário da Coreia do Sul provenientes deste país evidenciaram um crescimento médio anual de 34,8% entre 2005 e 2013.

## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados do Eurostat, as exportações de vestuário de malha (Capítulo 61) de Portugal com destino à Coreia do Sul diminuíram 24,8% em termos de valor em 2014, ficando cifradas acima dos 1,01 milhões de euros. As exportações portuguesas de vestuário de malha com destino à Coreia do Sul têm registado uma evolução positiva, tendo aumentado 33,6% entre 2010 e 2014 e 237,8% entre 2005 e 2014.

Por outro lado, as exportações de vestuário exceto de malha (Capítulo 62) de Portugal com destino à Coreia do Sul aumentaram 39,2% em termos de valor em 2014, ficando cifradas perto dos 849,6 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino à Coreia do Sul têm evidenciado uma evolução positiva, apesar da quebra de 0,4% entre 2010 e 2014, tendo evidenciado um aumento 232,5% entre 2005 e 2014.

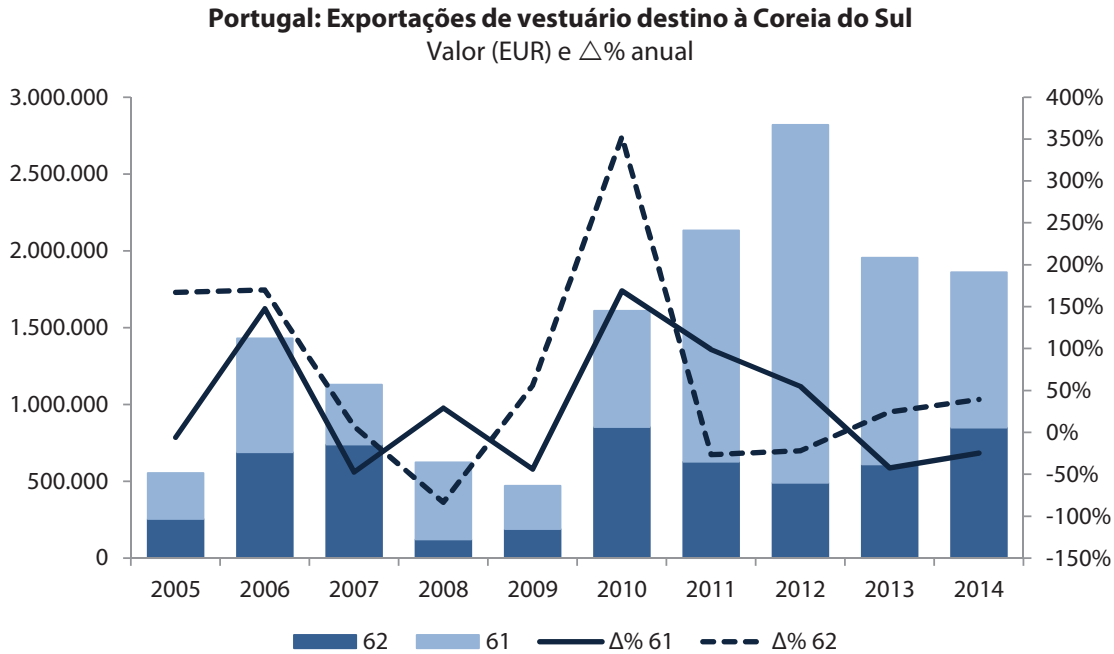
O desempenho das exportações com destino ao mercado sul-coreano ficou abaixo do desempenho registado ao nível das exportações de vestuário de malha em 2014, período em que as exportações em valor cresceram 7,9%, e acima do desempenho registado ao nível do vestuário exceto de malha, cujas exportações registaram uma subida de 10,8%.

Em termos da relevância da Coreia do Sul nas exportações portuguesas de vestuário de malha, verifica-se que o peso deste mercado é muito limitado, representando uma quota de 0,06% do total das exportações. Em termos do vestuário exceto malha a situação é semelhante, tendo o mercado sul-coreano registado uma quota de 0,09% em 2014. No contexto da UE28, as exportações portuguesas destinadas à Coreia do Sul representaram uma proporção de 0,6% no caso do vestuário de malha e de 0,3% no caso do vestuário em tecido.

De salientar que, em termos da UE28 a Coreia do Sul tem representado um destino em crescimento ao nível do vestuário de malha e do vestuário em tecido. Em termos do vestuário de malha, as exportações europeias destinadas à Coreia do Sul cresceram 25,1% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 174,62 milhões de euros), tendo subido 119,2% entre 2010 e 2014 e 74,1% entre 2005 e 2014. No que se refere às exportações de vestuário de tecido, verificou-se uma subida de 12,3% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 324,75 milhões de euros), sendo registadas subidas de 85,9% entre 2010 e 2014 e 61,5% entre 2005 e 2014.

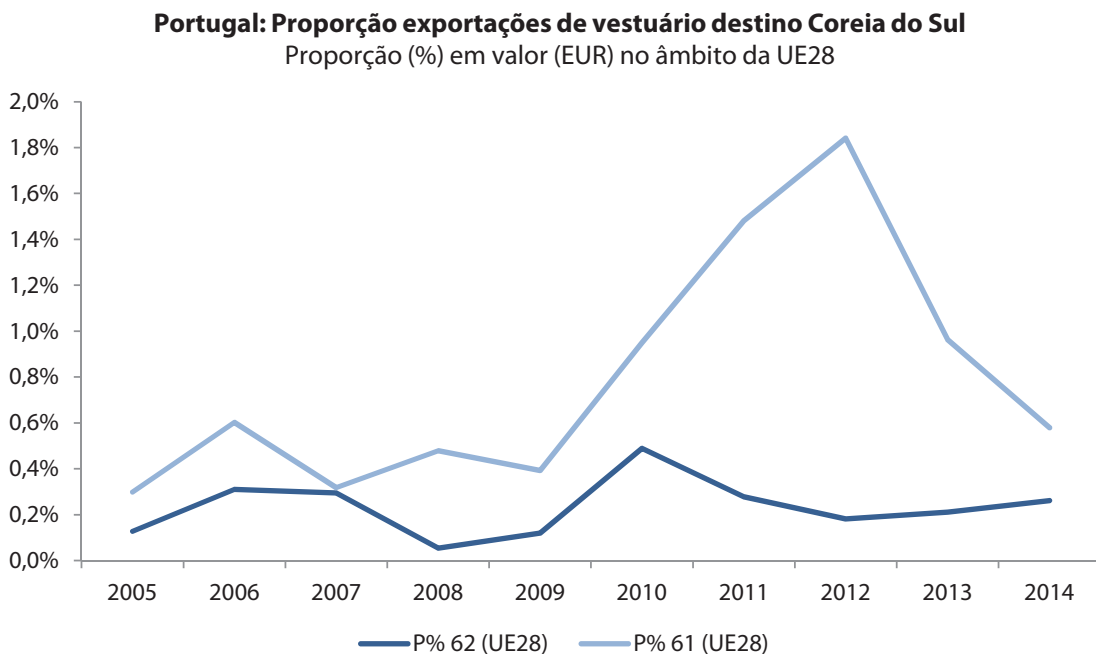


Figura 3: Exportações de vestuário de Portugal com destino à Coreia do Sul



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 4: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino à Coreia do Sul



Fonte: baseado em dados do Eurostat



# Consumo e importações de vestuário na Índia

## Enquadramento económico

De acordo com a análise publicada pelo The World Factbook, a Índia está a evoluir no sentido de tornar-se uma economia de mercado aberta, no entanto, ainda persistem os traços das suas anteriores orientações políticas. As medidas de liberalização económica, incluindo a desregulamentação industrial, a privatização de empresas estatais e a redução do controlo no comércio e investimento externos, começaram no início da década de 1990 e têm servido para acelerar o crescimento do país, o qual ficou em média ligeiramente abaixo dos 7% ao ano entre 1997 e 2011.

A diversificada economia Indiana engloba agricultura cooperativa tradicional, agricultura moderna, artesanato, indústrias modernas e uma miríade de serviços. Ligeiramente menos de metade da mão-de-obra do país encontra-se no sector agrícola, mas os serviços são a principal fonte de crescimento económico, representando quase dois terços do volume de negócios e menos de um terço da força laboral. A Índia tem beneficiado da sua população com formação e fluente na língua inglesa, para tornar-se um forte exportador de serviços ligados ao sector das tecnologias de informação, subcontratação de serviços e software.

O crescimento económico indiano começou a desacelerar em 2011 devido a uma descida no investimento, originada pelas elevadas taxas de juros, inflação crescente, pessimismo dos investidores em relação ao compromisso do governo com reformas económicas adicionais e questões associadas com a situação global.

A perspetiva para o crescimento a longo prazo da Índia é moderadamente positiva devido à população jovem e correspondente baixo rácio de dependência, poupanças e taxas de investimento saudáveis e crescente integração na economia mundial. No entanto, a Índia possui muitos desafios a ultrapassar, incluindo: pobreza, corrupção, violência e discriminação contra as mulheres, ineficiente sistema gerador e distribuidor de energia, ineficiente aplicação dos direitos de propriedade intelectual, ineficiente infraestrutura agrícola e de transportes, limitadas oportunidades de emprego nos sectores não-agrícolas, subsídios elevados e mal direcionados, inadequada disponibilidade de educação básica e superior de qualidade, entre outros.

O crescimento em 2014 caiu para o mínimo de uma década, à medida que os líderes indianos esforçaram-se para melhorar o sistema fiscal do país e o atual défice das contas públicas. Os crescentes desequilíbrios macroeconómicos e a melhoria das condições económicas nos países ocidentais levaram os investidores a afastar o investimento em capital da Índia, promovendo uma forte depreciação da rúpia. No entanto, a perceção dos investidores em relação à Índia melhorou no início de 2014, devido a uma redução do défice da conta corrente e expectativas de reformas económicas pós-eleitorais, resultando num aumento dos fluxos de capitais para o país e a estabilização da moeda local.

## Consumo e importação de vestuário

As importações indianas de vestuário aumentaram 29,5% para os 522 milhões de dólares em 2013, após

aumentos de 10,8% em 2012, 54,2% em 2011 e 51,9% em 2010. Entre 2005 e 2013 as importações cresceram em média 30,5% ao ano. Como resultado, as importações em 2013 ficaram cifradas mais de oito vezes acima do nível registado em 2005.

No entanto, as importações indianas de vestuário permanecem surpreendentemente reduzidas em termos mundiais, tendo representado apenas 0,1% das importações mundiais de vestuário em 2013. Consequentemente, existe ainda um enorme potencial de crescimento.

Os gastos dos consumidores em vestuário e calçado na Índia aumentaram 7,9% em 2014 e estão previstos aumentar 5,8% em 2015, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence. Além disso, entre 2015 e 2019, os gastos estão previstos crescer a uma média de 11,4% ao ano, passando dos 77,6 mil milhões de dólares para os 119,5 mil milhões de dólares.

A este nível, o mercado de vestuário e calçado na Índia será o 3.º maior do mundo, apenas mais pequeno que a China e os EUA e maior do que mercados como: Alemanha, Japão, Rússia e Reino Unido. De destacar que os gastos dos consumidores per-capita na Índia permaneceriam muito reduzidos, na ordem de apenas 91 dólares, em comparação com os 1.717 dólares no Reino Unido, 1.375 dólares nos EUA, 1.328 dólares na Alemanha, 843 dólares na Rússia, 778 dólares no Japão e 408 dólares na China.

No entanto, estes estão previstos crescer de forma significativa. Este crescimento será fomentado pela população indiana jovem e orientada para a moda, pela crescente classe média e pela rápida expansão do retalho moderno no país, à medida que a urbanização avança e os retalhistas fazem novos investimentos. Além disso, o retalho online está previsto crescer na Índia nos próximos anos, à medida que cada vez mais indianos ganham acesso à internet.

Dito isto, existem no entanto diversos problemas que estão a prejudicar o crescimento do mercado indiano, incluindo: pobre infraestrutura do país, falta de bons espaços de retalho, elevadas rendas para os espaços de retalho, elevada inflação nos preços dos consumidores, flutuações cambiais, políticas restritivas de investimento, processos alfandegários e requisitos de produção local.

De acordo com o GRDI da AT Kearney, a Índia ocupou a 20.ª posição entre os países em desenvolvimento em termos de investimento no retalho em 2014. No entanto, esta representou a sua posição mais baixa de sempre no GRDI, tendo descido 6 posições a partir do 14.º lugar que ocupou no ano anterior.

## Principais fornecedores

O principal país fornecedor de vestuário da Índia em 2013 foi a China, com um total de 177,5 milhões de dólares de importações. A quota da China nas importações de vestuário da Índia aumentou ao longo do ano, passando dos 30,1% para um máximo recorde de 34,0%, na medida em que as importações

indianas de vestuário com origem na China aumentaram 46,2%.

As importações indianas de vestuário com origem no Bangladesh, o 2.º principal fornecedor indiano de vestuário, aumentaram 60,6% para os 86,8 milhões de dólares e a quota do Bangladesh nas importações indianas de vestuário subiu dos 13,4% para os 16,6%. Além disso, entre 2005 e 2013, as importações indianas de vestuário com origem no Bangladesh cresceram em média 70,7% ao ano. Este foi de longe o mais rápido aumento entre os 10 países que compõem a listagem dos principais fornecedores de vestuário da Índia em 2013 e a quota do Bangladesh nas importações indianas de vestuário aumentou 14,7 pontos percentuais ao longo do período de 8 anos, passando desde apenas 1,9% em 2005 para 16,6% em 2013.

As importações indianas com origem na Espanha aumentaram 97,7% em 2013, para os 41,7 milhões de dólares, a qual foi a taxa de crescimento mais elevada entre os 10 principais fornecedores de vestuário durante o ano. Além disso, este aumento surgiu após um crescimento de 99,0% em 2012, o qual representou a mais elevada taxa de crescimento entre os 10 principais fornecedores nesse ano.

Como resultado, as importações indianas de vestuário com origem na Espanha praticamente quadruplicaram ao longo do período de 2 anos e a quota espanhola nas importações indianas de vestuário aumentou dos 2,9% em 2011 para um máximo recorde de 8,0% em 2013. Além disso, a Espanha subiu 3 po-

sições para tornar-se no 3.º principal fornecedor de vestuário da Índia em 2013, tendo também subido 3 posições no ano anterior.

Por seu lado, as importações indianas de vestuário com origem no Sri Lanka diminuíram 6,0% em 2013, ficando cifradas nos 39,4 milhões de dólares. Esta representou a única descida nas importações indianas provenientes dos 10 principais fornecedores. Como resultado, a quota do Sri Lanka nas importações indianas de vestuário caiu dos 10,4% para os 7,5% e o país desceu 1 posição para tornar-se no 4.º principal fornecedor.

Entre 2005 e 2013 as importações indianas provenientes do Sri Lanka aumentaram uma média de 41,7% ao ano, o que representou a 4.ª mais rápida taxa de crescimento entre os países que compõem os 10 principais fornecedores indianos de vestuário em 2013. Como resultado, a quota do Sri Lanka nas importações indianas de vestuário permaneceu em 2013 acima dos níveis registados antes de 2009.

As importações indianas de vestuário provenientes de Itália aumentaram 22,3% em 2013 para os 32,3 milhões de dólares. No entanto, este foi o crescimento mais lento nas importações indianas provenientes dos principais fornecedores e, como resultado, a quota da Itália nas importações indianas de vestuário caiu pelo 6.º ano consecutivo, passando dos 10,8% em 2007 para os 6,2% em 2013, o nível mais baixo desde 2004. Além disso, a Itália desceu 1 posição para tornar-se no 5.º principal fornecedor de vestuário da Índia em 2013.

A quota da Malásia nas importações indianas de vestuário também aumentou em 2013, subiu para os 5,7%, ficando cifrada nos 29,6 milhões de dólares, o que representou um máximo recorde pelo 2.º ano consecutivo, à medida que as importações do país aumentaram 32,6%. No entanto, a Malásia desceu 1 posição para tornar-se no 6.º principal fornecedor de vestuário da Índia.

Entre 2005 e 2013 as importações indianas de vestuário com origem na Malásia aumentaram uma média de 43,5% ao ano, a qual foi a 3.ª maior taxa de crescimento entre os países que compõem os 10 principais fornecedores da Índia em 2013. Como resultado, a quota da Malásia nas importações indianas de vestuário provenientes de todas as origens mais que duplicou ao longo do período de 8 anos a partir dos 2,6% registados em 2005.

As importações indianas de vestuário com origem no Reino Unido aumentaram 54,5% em 2013 para os 15,2 milhões de dólares, após um aumento de 27,7% em 2012. Como resultado, a quota do Reino Unido nas importações indianas de vestuário aumentou dos 2,1% para os 2,9% ao longo do período de 2 anos. Além disso, o Reino Unido subiu 2 posições para tornar-se no 7.º principal fornecedor de vestuário da Índia em 2013, tendo subido 3 posições no ano anterior. No entanto, o aumento das importações indianas de vestuário provenientes do Reino Unido em 2012 surgiu após quebras em cada um dos 3 anos anteriores e, por conseguinte, a quota britânica nas importações indianas de vestuário em 2013 permaneceu abaixo dos níveis registados antes de 2011.

As importações indianas de vestuário provenientes de Hong Kong aumentaram 19,2% para os 14,0 milhões de dólares, mas este crescimento foi mais lento do que o aumento de 29,5% nas importações provenientes de todas as origens e, como resultado, a quota de Hong Kong nas importações indianas de vestuário caiu dos 2,9% para os 2,7%. Esta quebra na quota representou a 7.ª num período de 8 anos, de um máximo de 11,4% em 2005. Entre 2005 e 2013 as importações indianas de vestuário proveniente de Hong Kong aumentaram uma média de apenas 8,8% ao ano. Esta foi a taxa de crescimento mais lenta entre os países que representaram os 10 principais fornecedores indianos de vestuário em 2013.

As importações indianas de vestuário com origem na Tailândia aumentaram 2,8% em 2013 para os 9,9 milhões de dólares e a quota tailandesa nas importações indianas caiu dos 2,4% para os 1,9%. O aumento nas importações provenientes da Tailândia surgiu após uma subida de 55,6% no ano anterior. Como resultado, a quota da Tailândia em 2013 permaneceu acima da quota de 1,7% verificada em 2011. Este foi o 2.º nível mais baixo desde 2003 e ficou a menos de metade da quota de 4,2% registada em 2005.

As importações indianas de vestuário provenientes da Turquia aumentaram 90,3% em 2013 para os 8,7 milhões de dólares. Como resultado, a quota da Turquia nas importações indianas de vestuário aumentou dos 1,1% para os 1,7% e o país subiu 3 posições para tornar-se no 10.º principal fornecedor de vestuário da Índia.

## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados do Eurostat, as exportações de vestuário de malha (Capítulo 61) de Portugal com destino à Índia caíram 16,5% em termos de valor em 2014, ficando cifradas pouco acima dos 23,0 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário de malha com destino à Índia têm diminuído de forma consistente, tendo caído 37,8% entre 2010 e 2014 e 55,3% entre 2005 e 2014.

Por outro lado, as exportações de vestuário exceto de malha (Capítulo 62) de Portugal com destino à Índia aumentaram 129,6% em termos de valor em 2014, ficando cifradas acima dos 311,3 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino à Índia têm evoluído de forma consistente, tendo aumentado 548,6% entre 2010 e 2014 e aumentado 354,5% entre 2005 e 2014.

O desempenho das exportações com destino ao mercado indiano ficou bastante abaixo do desempenho registado ao nível das exportações de vestuário de malha em 2014, período em que as exportações em valor cresceram 7,9%, mas acima do desempenho registado ao nível do vestuário exceto de malha, cujas exportações registaram uma subida de 10,8%.

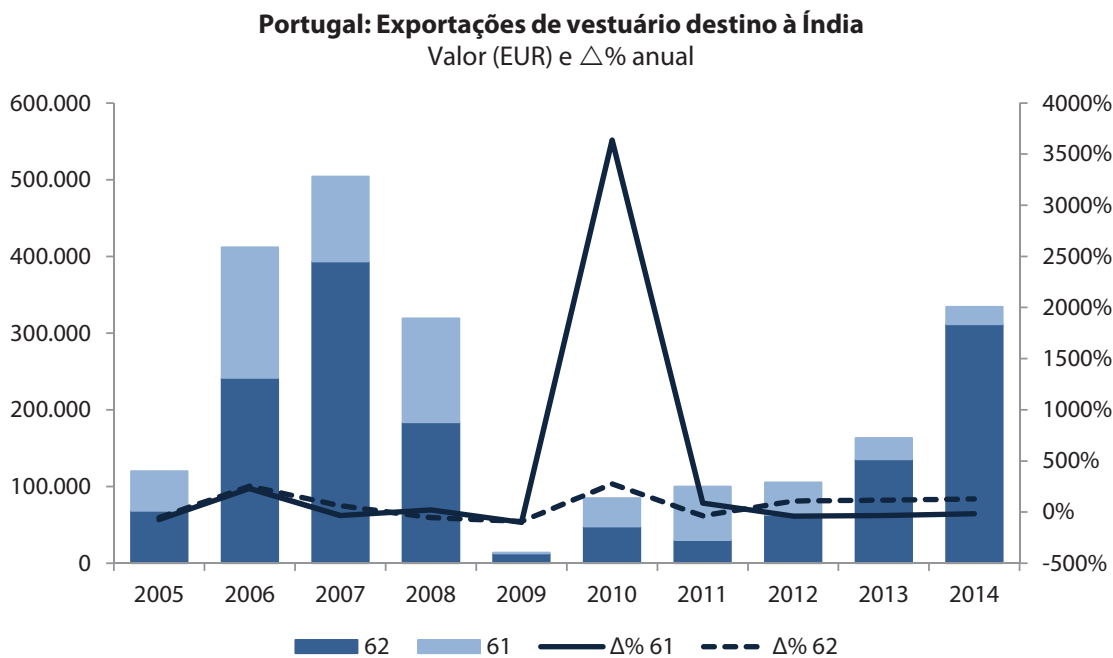
Em termos da relevância da Índia nas exportações portuguesas de vestuário de malha verifica-se que

o peso deste mercado é praticamente nulo. Em termos do vestuário exceto malha, o mercado indiano é também muito reduzido, com uma quota de 0,03%, embora mais representativo do que no caso do vestuário de malha. No contexto da UE28, as exportações portuguesas destinadas à Índia representaram uma proporção de 0,1% no caso do vestuário de malha e de 0,7% no caso do vestuário em tecido.

Ao nível da UE, diversos grandes fornecedores europeus de vestuário com destino à Índia registaram um bom desempenho em 2013, sendo de destacar o caso da Espanha. Além disso, as importações com origem na Europa poderão acelerar ainda mais no futuro, caso entre em vigor um acordo comercial entre a UE e a Índia. As negociações decorrem desde 2007 e poderão ficar concluídas em 2015.

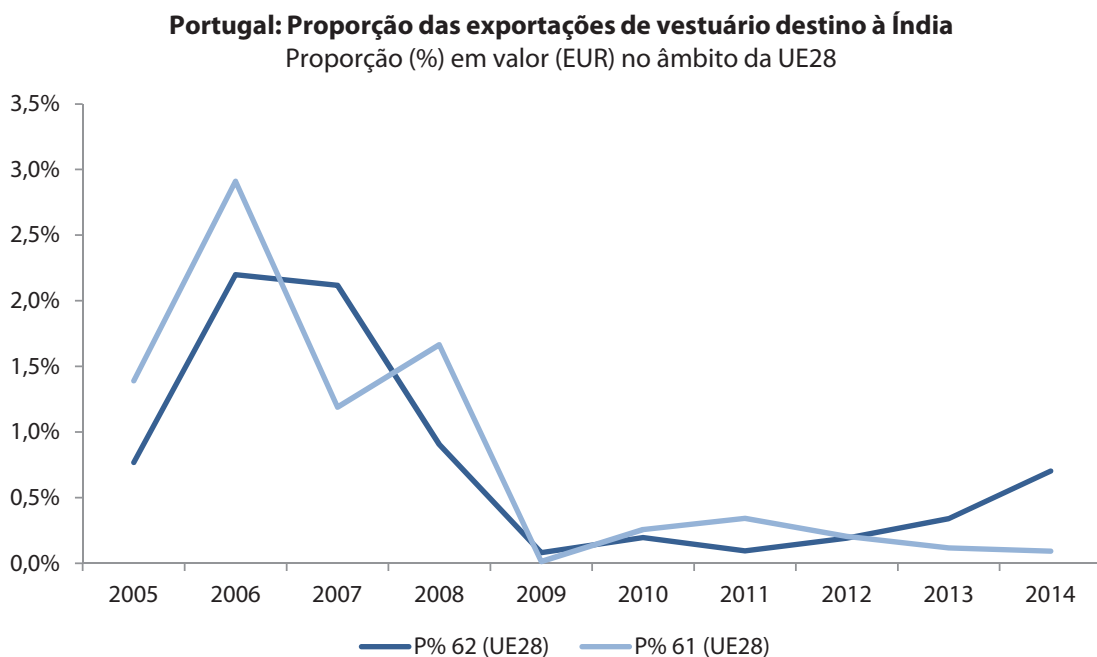
Em termos da UE28 a Índia tem representado um destino em crescimento ao nível do vestuário de malha e do vestuário em tecido. Em termos do vestuário de malha, as exportações europeias destinadas à Índia subiram 5,7% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 25,16 milhões de euros), 73,9% entre 2010 e 2014 e 579,7% entre 2005 e 2014. No que se refere às exportações de vestuário de tecido, verificaram-se crescimentos de 10,8% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 44,32 milhões de euros), 80,3% entre 2010 e 2014 e 396,9% entre 2005 e 2014.

Figura 5: Exportações de vestuário de Portugal com destino à Índia



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 6: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino à Índia



Fonte: baseado em dados do Eurostat



# Consumo e importações de vestuário na Malásia

## Enquadramento económico

De acordo com a análise publicada pelo The World Factbook, a Malásia é um país de rendimento intermédio que se transformou desde a década de 1970 de um produtor de matérias-primas para uma economia emergente multissetorial. Sob a orientação do atual governo, a Malásia está a tentar alcançar até 2020 o estatuto de país de elevado rendimento e escalar a cadeia de produção de valor acrescentado através do investimento financeiro islâmico, indústrias de elevada tecnologia, biotecnologia e serviços.

Para além das diversas medidas políticas com a intenção de acelerar o crescimento económico do país, o governo malaio também implementou medidas para liberalizar alguns subsectores dos serviços e está a fomentar os esforços para promover a procura interna e reduzir a dependência da economia do país nas exportações.

De qualquer forma, as exportações - em particular de produtos eletrónicos, petróleo, gás, óleo de palma e borracha -, permanecem um motor importante da economia. Como exportador de petróleo e gás, a Malásia beneficiou dos preços mais elevados de energia ao nível mundial, apesar de os crescentes custos da gasolina e do gasóleo, em conjunto com défices orçamentais constantes, terem forçado o governo do país a começar a lutar contra as lacunas fiscais, através de reduções aos subsídios energéticos e ao açúcar e o anúncio da implementação em 2015 de um imposto de 6% sobre os bens e serviços.

A queda nos preços mundiais do petróleo na segunda metade de 2014 diminuiu o excedente orçamental e colocou uma pressão adicional sobre a moeda local, o ringuite malaio. O governo está também a tentar diminuir a sua dependência em relação ao produtor de petróleo estatal Petronas. O sector do petróleo e gás foi responsável por cerca de 32% das receitas governamentais em 2013.

De salientar também que a Malásia é um dos membros da Parceria Trans-Pacífico, um acordo de livre comércio que se encontra em negociação e, em conjunto com os outros 9 membros do ASEAN, a Malásia irá integrar a Comunidade Económica do ASEAN em 2015.

## Consumo e importação de vestuário

As importações malaias de vestuário aumentaram 18,0% para os 1.010 milhões de dólares em 2013. Este crescimento surgiu após aumentos de 24,1% em 2012, 69,1% em 2011 e 16,0% em 2010 e, como resultado, as importações em 2013 ficaram quase ao triplo do nível registado em 2009.

Os gastos dos consumidores em vestuário e calçado no país também aumentaram acentuadamente ao longo do período de 4 anos, a uma taxa média de 13,2% ao ano, de acordo com os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence. De referir que este crescimento abrandou anualmente ao longo do período de 4 anos e em 2013 os gastos cresceram 5,3%. Além disso, o crescimento está estimado ter abran-

dado ainda mais para os 5,1% em 2014. No entanto, o crescimento dos gastos deverá recuperar em 2015 para os 7,5% e entre 2015 e 2019 os gastos dos consumidores estão previstos crescer a uma média de 10,8% ao ano. Esta evolução irá transformar a Malásia no 3.º principal mercado em mais rápido.

De acordo com o GRDI da AT Kearney, a Malásia ocupou a 9.ª posição entre os países em desenvolvimento em termos de investimento no retalho em 2014, a posição mais elevada desde 2007, tendo subido 4 posições a partir do 13.º lugar ocupado no ano anterior.

O rendimento per-capita na Malásia é relativamente elevado, na ordem dos 10.000 dólares. Este valor é suficiente para que o Banco Mundial classifique a Malásia como um país de rendimento médio superior. Além disso, os agregados familiares de rendimento médio – os quais possuem um rendimento disponível de 10.000 dólares ou mais – representaram em 2013 cerca de três quartos da população do país. Esta proporção contrasta com os cerca de 35% de agregados familiares na Tailândia, 30% dos agregados familiares nas Filipinas, 25% dos agregados familiares na Indonésia e menos de 10% dos agregados familiares no Vietname.

Além disso, o número de agregados familiares afluentes – os quais possuem rendimentos de 75.000 dólares ou mais – está previsto aumentar mais rapidamente na Malásia entre 2012 e 2020 do que em qualquer outro país do Sudeste da Ásia.

Nos próximos anos, o crescimento no mercado de retalho de vestuário poderá ser afetado por uma taxa geral de 6%, que foi introduzida no início de abril de 2015. No entanto, o efeito desta taxa será contrabalançado pelo crescimento do PIB per-capita (o qual está previsto aumentar em termos reais na ordem dos 4% ao ano) e pelo crescimento dos consumidores aspirantes no mercado interno.

A Malásia possui uma população de cerca de 30,1 milhões de pessoas, a qual é relativamente pequena. No entanto, mais de 45% da população tem menos de 25 anos de idade e gasta uma maior parte do seu rendimento disponível em vestuário do que os grupos com idades mais avançadas.

Além disso, a Malásia testemunhou um forte crescimento no turismo de compras nos últimos anos. Efetivamente, alguns observadores sugeriram que cerca de metade das vendas de marcas de luxo na Malásia resultam de clientes estrangeiros.

Os estrangeiros têm sido atraídos pelo facto de os retalhistas do país serem capazes de oferecer moda a preços mais competitivos do que os retalhistas em países vizinhos, porque a Malásia oferece o acesso isento de taxas alfandegárias sobre o vestuário desde janeiro de 2011.

Além disso, dada a posição central da Malásia no Sudeste da Ásia, os turistas de toda a região viajam para o país para fazer compras. Efetivamente, em 2012 os 5 membros do ASEAN e a China posicionaram-se en-

tre as 7 principais fontes de turistas para a Malásia. Singapura, por si só, foi responsável por mais de metade de todos os turistas.

O crescimento no turismo de compras, em conjunto com a crescente riqueza dos cidadãos malaios, é refletido no forte crescimento do sector de vestuário de luxo. As vendas de produtos de luxo no país estão estimadas ter crescido uma média de 11% ao ano durante o período de 2013 a 2014. Além disso, o crescimento no turismo de compras tornou a Malásia numa plataforma para marcas estrangeiras que procuram expandir ainda mais a sua presença na região do ASEAN.

Diversas marcas internacionais de gama alta possuem uma presença na Malásia, em particular na capital Kuala Lumpur. No entanto, existe espaço para mais crescimento fora da região da capital. O retalho moderno domina as áreas urbanas na Malásia e Kuala Lumpur é a sede de 3 dos principais centros comerciais do mundo. Além disso, os centros comerciais estão constantemente a ser desenvolvidos de forma a permanecerem competitivos e acompanharem as tendências do retalho global.

## Principais fornecedores

A China foi o principal fornecedor de vestuário da Malásia em 2013. Além disso, as importações malaias de vestuário proveniente da China aumentaram 11,0% ao longo do ano, ficando cifradas nos 325,5 milhões de dólares. No entanto, este crescimento foi mais lento do que o crescimento de 18,0% registado nas importações de vestuário da Malásia no total de

todas as origens. Como resultado, a quota da China nas importações malaias de vestuário caiu dos 34,2% para os 32,2%. Além disso, esta representou a 4.ª descida em quota num período de 5 anos, dos 55,3% em 2008, à medida que as importações da Malásia com origem na China aumentaram uma média de apenas 3,6% por ano ao longo do período de 5 anos.

As importações provenientes da Tailândia caíram uns acentuados 27,0% em 2013, para os 113,2 milhões de dólares. Assumidamente, as importações aumentaram acentuadamente nos anos anteriores, uma média de 26,8% ao ano entre 2008 e 2012, mas a descida em 2013 refletiu um forte crescimento nas importações provenientes de fornecedores de baixo custo e poderá ser um sinal de evolução futura.

As importações provenientes da Indonésia aumentaram 40,3% em 2013, para os 86,7 milhões de dólares, após aumentos de 55,1% em 2012 e 80,6% em 2011. Como resultado, a quota da Indonésia nas importações malaias de vestuário aumentou dos 5,4% para os 8,6% entre 2010 e 2013.

As importações provenientes do Vietname aumentaram 63,0% em 2013, para os 70,3 milhões de dólares, após aumentos de 83,6% em 2012 e 132,6% em 2011. Como resultado, a quota do Vietname nas importações malaias de vestuário aumentou dos 2,5% para os 7,0% entre 2010 e 2013.

As importações provenientes do Bangladesh aumentaram uma média de 172,5% entre 2010 e

2013, ano em que ficaram cifradas nos 59,9 milhões de dólares. Como resultado, a quota do Bangladesh nas importações malaias de vestuário aumentou ao longo do período de 3 anos desde apenas 0,7% para 5,9%.

As importações de vestuário da Malásia com origem no Camboja aumentaram 185,1% em 2013, para os 52,2 milhões de dólares, após uma subida de 431,3% no ano anterior. Como resultado, a quota do país nas importações malaias de vestuário aumentou dos 0,5% em 2011 para os 5,2% em 2013 e o país subiu 14 posições ao longo do período de 2 anos para tornar-se no 6.º principal fornecedor de vestuário em 2013, tendo ocupado em 2011 a 20.ª posição.

A quota de Hong Kong nas importações de vestuário malaias diminuiu pela 6.ª vez em 8 anos, passando dos 10,9% em 2005 para os 4,9% em 2013, ficando cifrada nos 49,6 milhões de dólares, à medida que as importações de vestuário da Malásia provenientes da região aumentaram ao longo do período de 8 anos uma média de 6,2% ao ano.

A China e Hong Kong perderam para países da Ásia do Sul e Sudeste da Ásia, muitos dos quais registaram ganhos extremamente elevados nos últimos anos.

As importações provenientes da Índia aumentaram uma média de 78,0% ao ano entre 2010 e 2013, ficando cifradas nos 45,3 milhões de dólares. Como re-

sultado, a quota da Índia nas importações malaias de vestuário aumentou ao longo do período de 3 anos desde os 2,0% para 4,5%.

As importações malaias provenientes do Japão também aumentaram significativamente entre 2010 e 2013 (ano em que ficaram cifradas nos 28,4 milhões de dólares) uma média de 57,4% ao ano. Como resultado, a quota do Japão nas importações de vestuário da Malásia aumentou ao longo do período de 3 anos, passando dos 1,8% para os 2,8%.

As importações provenientes do Sri Lanka aumentaram uma média de 68,8% ao ano entre 2010 e 2013, ficando cifradas nos 22,0 milhões de dólares. Como resultado, a quota do Sri Lanka nas importações malaias de vestuário aumentou ao longo do período de 3 anos desde os 1,1% para os 2,2%.

## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados do Eurostat, as exportações de vestuário de malha (Capítulo 61) de Portugal com destino à Malásia aumentaram 239,1% em termos de valor em 2014, ficando cifradas acima dos 38,1 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário de malha com destino à Malásia têm registado uma recuperação, tendo diminuído 29,5% entre 2010 e 2014 e subido 37,9% entre 2005 e 2014.

Por outro lado, as exportações de vestuário exceto de malha (Capítulo 62) de Portugal com destino à Malá-

sia aumentaram 814,8% em termos de valor em 2014, ficando cifradas nos 35,3 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino à Malásia têm evidenciado uma recuperação ao longo dos últimos anos, tendo aumentado 40,6% entre 2010 e 2014 e diminuído 4,7% entre 2005 e 2014.

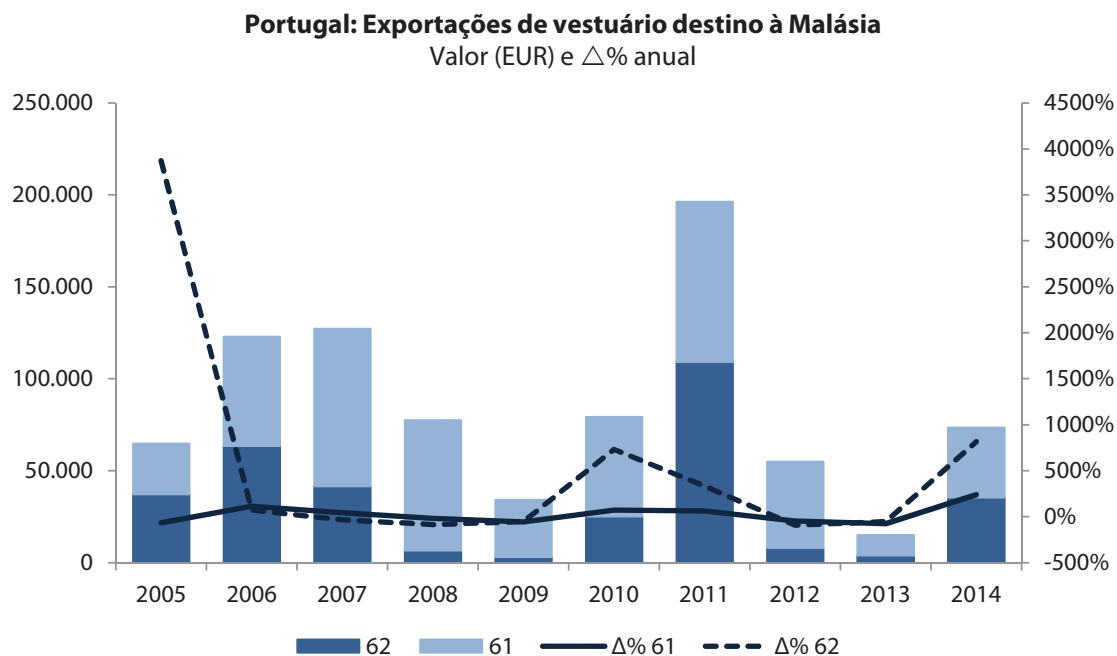
O desempenho das exportações com destino ao mercado malaio ficou bastante acima do desempenho registado ao nível das exportações de vestuário de malha em 2014, período em que as exportações em valor cresceram 7,9%, e acima do desempenho registado ao nível do vestuário exceto de malha, cujas exportações registaram uma subida de 10,8%.

Em termos da relevância da Malásia nas exportações portuguesas de vestuário de malha, verifica-se que o peso deste mercado é praticamente nulo, à seme-

lhança do que ocorre nas exportações de vestuário exceto de malha. No contexto da UE28, as exportações portuguesas destinadas à Malásia representaram uma proporção de 0,2% no caso do vestuário de malha e de 0,1% no caso do vestuário em tecido.

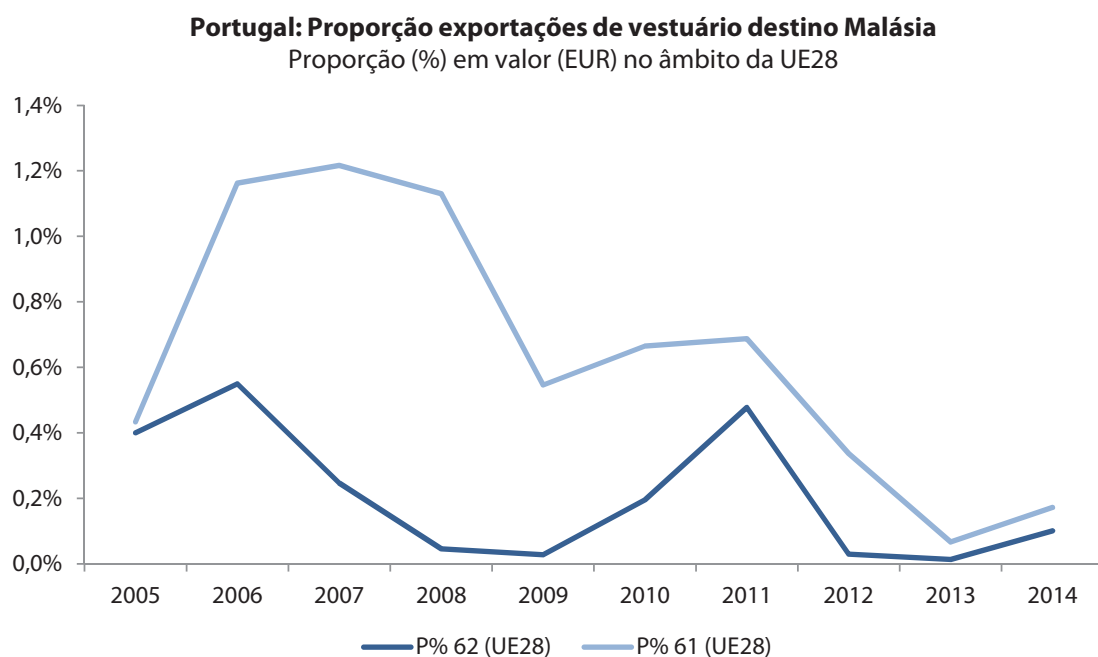
De salientar que, em termos da UE28, a Malásia tem representado um destino em crescimento ao nível do vestuário de malha e do vestuário em tecido. Em termos do vestuário de malha, as exportações europeias destinadas à Malásia cresceram 30,9% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 22,21 milhões de euros), tendo subido 172,7% entre 2010 e 2014 e 248,1% entre 2005 e 2014. No que se refere às exportações de vestuário de tecido, verificou-se uma subida de 16,4% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 34,94 milhões de euros), sendo registadas subidas de 171,9% entre 2010 e 2014 e 276,9% entre 2005 e 2014.

Figura 7: Exportações de vestuário de Portugal com destino à Malásia



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 8: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino à Malásia



Fonte: baseado em dados do Eurostat

# Consumo e importações de vestuário no Peru

## Enquadramento económico

De acordo com a análise publicada pelo The World Factbook, a economia do Peru reflete a sua diversidade topográfica, composta por uma região árida costeira, a cordilheira dos Andes no centro, a densa floresta da Amazónia e territórios tropicais na fronteira com a Colômbia e o Brasil. Uma vasta gama de importantes recursos minerais são encontrados nas regiões montanhosas e costeiras, e a costa do país possui excelentes zonas piscatórias. O Peru é o 2.º principal produtor mundial de prata e o 3.º principal de cobre.

A economia peruana cresceu uma média de 5,6% entre 2009 e 2013, com uma taxa de câmbio estável e baixa inflação, a qual em 2013 ficou abaixo do limite máximo objetivado pelo Banco Central do Peru de 1% a 3%. Este crescimento foi em parte devido aos elevados preços internacionais para as exportações peruanas de metais e minerais, as quais corresponderam a quase 60% do total das exportações do país. A economia peruana decresceu em 2014, devido à diminuição dos preços mundiais destes recursos.

Apesar do forte desempenho macroeconómico do Peru, a dependência das exportações em minerais e metais e as importações de alimentos tornam a economia vulnerável a flutuações nos preços mundiais. A rápida expansão do Peru, em conjunto com as transferências de capitais e outros programas, ajudaram a reduzir a taxa de pobreza do país em 28 pontos percentuais desde 2002, mas a desigualdade persiste e continua a colocar um desafio para o governo local.

As débeis infraestruturas prejudicam a disseminação do crescimento para as zonas não costeiras do Peru, tendo o governo do país aprovado diversas medidas de estímulo económico em 2014 para fomentar o crescimento. Para impulsionar o investimento no lucrativo sector mineiro peruano, o governo reduziu as regulamentações ambientais, uma medida que foi contestada pelos grupos ambientalistas.

Desde 2006 o Peru assinou diversos acordos comerciais com outros países como: EUA, Singapura, China, Coreia, México, Japão, UE, Chile, Tailândia, Costa Rica, Panamá, Venezuela, entre outros, estando também incluído no âmbito das negociações da Parceria Trans-Pacífico. O país assinou também um acordo comercial com o Chile, a Colômbia e o México, designado por Aliança Pacífico, o qual visa rivalizar com o Mercosul.

## Consumo e importação de vestuário

As importações de vestuário para o Peru aumentaram 22,8% para os 716 milhões de dólares em 2013, após aumentos de 19,6% em 2012, 40,8% em 2011 e 34,2% em 2010. Efetivamente, o aumento em 2013 foi o 9.º em sequência e o 8.º de dois dígitos em 9 anos. Como resultado, o valor do vestuário importado pelo Peru em 2013 foi quase oito vezes maior do que o valor importado em 2004.

O aumento nas importações refletiu um forte crescimento nos gastos dos consumidores em vestuário e calçado no país. Efetivamente, de acordo com

os dados do EIU divulgados pelo Textiles Intelligence, os gastos no consumidor em vestuário e calçado cresceram uma média de 10,0% ao ano entre 2010 e 2013.

Dito isto, o crescimento nos gastos do consumidor está estimado ter abrandado para apenas 0,8% em 2014. Além disso, os gastos estão previstos decrescer 1,7% em 2015. Por conseguinte, o crescimento está previsto regressar, mas a uma taxa mais moderada do que o verificado antes de 2014. Entre 2015 e 2019, está previsto crescer a uma média de 4,6% por ano.

De acordo com o GRDI da AT Kearney, o Peru posicionou-se na 13.<sup>a</sup> posição entre os países em desenvolvimento em termos de investimento no retalho em 2013, apesar de ter descido 1 lugar a partir da 12.<sup>a</sup> posição que ocupou no ano anterior.

No entanto, a economia peruana está a crescer, assim como a confiança dos negócios e dos consumidores. Além disso, a classe média do Peru está a expandir à medida que os níveis de rendimentos aumentam. Consequentemente, muitos retalhistas estão a focalizar a atenção nos consumidores da classe média e os produtos de marca própria estão a evidenciar ser populares devido à elevada qualidade e preços competitivos.

Em simultâneo, o número de centros comerciais no país aumentou de forma significativa nos últimos anos, desde apenas 7 no ano 2000 (6 dos quais en-

contravam-se na capital Lima) para 57 em 2012. Além disso, este número está previsto aumentar para perto de 135 até 2021.

A expansão no número de consumidores da classe média e no espaço de retalho formal atraiu o interesse de diversos retalhistas internacionais e abriu a porta ao fast-fashion. A Inditex abriu a sua primeira loja Zara no Peru em fevereiro de 2012. A esta seguiu-se a abertura das lojas Gap e Banana Republic em abril de 2013 e a abertura da loja Forever 21 em setembro de 2014. Além disso, a H&M planeia abrir a sua loja no Peru em 2015 após o forte sucesso registado no Chile.

Estes desenvolvimentos impulsionaram diversos retalhistas locais a repensar as suas estratégias e a deslocarem-se para um modelo de fast-fashion. Além disso, estes retalhistas possuem a presença para alcançar os consumidores ao longo do país.

No entanto, à medida que a economia continua a crescer e os agregados familiares tornam-se mais afluentes, a focalização poderá mudar para os produtos de maior qualidade e isto poderá abrir as portas do país às marcas de luxo.

## Principais fornecedores

O principal fornecedor de vestuário para o Peru em 2013 foi a China. As importações peruanas de vestuário proveniente da China aumentaram 22,7% ao longo do ano ficando cifradas nos 514,1 milhões



de dólares. No entanto, este aumento foi mais lento do que o aumento nas importações totais do Peru. Como resultado, a quota da China nas importações de vestuário do Peru caiu ligeiramente, passando dos 71,9% para os 71,8%, tendo também diminuído no ano anterior, a partir dos 74,5% registrados em 2011.

A quota da China nas importações peruanas de vestuário em 2013 permaneceu acima dos níveis registrados antes de 2010 e foi quase o dobro da proporção de 39,0% verificada em 2005. Efetivamente, as importações peruanas de vestuário provenientes da China triplicaram entre 2005 e 2007, após a eliminação das quotas de importação no âmbito da OMC. Como resultado, a quota da China nas importações peruanas de vestuário aumentou acentuadamente em detrimento de outros fornecedores.

As importações peruanas de vestuário proveniente da Colômbia aumentaram 15,8% em 2013, para os 47,3 milhões de dólares, após aumentos de 9,4% em 2012, 28,2% em 2011 e 31,6% em 2010, apesar da quota da Colômbia nas importações de vestuário para o Peru ter caído em 2013 pelo 4.º ano consecutivo, dos 8,6% em 2009 para os 6,6% em 2013. De qualquer forma, a Colômbia permaneceu o 2.º principal fornecedor de vestuário do Peru em 2013.

As importações peruanas de vestuário proveniente da Índia aumentaram 92,3% em 2013, ficando cifradas nos 29,1 milhões de dólares. O aumento foi o mais acentuado entre os 10 principais forne-

cedores de vestuário do Peru. Além disso, surgiu após um aumento de 68,5% em 2012, o qual representou o mais rápido crescimento de 2012 entre os países que compõem os 10 principais fornecedores de vestuário do Peru em 2013. Como resultado, a quota da Índia nas importações peruanas de vestuário aumentou dos 1,8% para os 4,1% entre 2011 e 2013 e a Índia subiu 1 posição para tornar-se no 3.º principal fornecedor de vestuário.

As importações peruanas de vestuário provenientes da Malásia caíram 10,0% em 2013, ficando cifradas nos 14,8 milhões de dólares. Como resultado, a quota malaia nas importações do Peru caiu dos 2,8% para os 2,1% e a Malásia desceu 1 posição para tornar-se no 4.º principal fornecedor de vestuário. Além disso, a quota da Malásia nas importações peruanas de vestuário posicionou-se ao nível mais baixo desde 2003.

As importações peruanas de vestuário provenientes do Bangladesh aumentaram 61,5% em 2013 para os 13,7 milhões de dólares, após um aumento de 28,9% em 2012 e subida de 124,3% em 2011. Como resultado, a quota do Bangladesh nas importações peruanas de vestuário aumentou dos 0,8% para os 1,9% entre 2010 e 2013 e o Bangladesh tornou-se no 5.º principal fornecedor de vestuário do Peru.

As importações peruanas de vestuário provenientes do Vietname aumentaram 27,6% em 2013 para os 12,0 milhões de dólares, após aumentos de 39,3% em 2012 e 48,8% em 2011. Como resultado,

a quota do Vietname nas importações peruanas aumentou pelo 3.º ano consecutivo, passando dos 1,3% para os 1,7%. No entanto, esta proporção ficou abaixo dos níveis registados em 2004 e 2005. Além disso, apesar do aumento das importações em 2013, o Vietname caiu 1 posição na listagem para tornar-se no 6.º principal fornecedor de vestuário do Peru.

As importações peruanas provenientes dos EUA, o 7.º principal fornecedor de vestuário, aumentaram 13,3% em 2013, ficando cifradas nos 7,3 milhões de dólares. No entanto, a quota dos EUA nas importações peruanas de vestuário caiu dos 1,1% para os 1,0%. Além disso, a quota dos EUA em 2013 ficou ao nível mais baixo desde há diversos anos, tendo caído em 8 dos 13 anos até 2013.

As importações peruanas com origem na Indonésia aumentaram pelo 7.º ano consecutivo em 2013, na ordem dos 18,6%, para os 6,5 milhões de dólares. Como resultado, a Indonésia manteve a sua quota de 0,9% das importações peruanas de vestuário e subiu 1 posição na listagem dos principais fornecedores para tornar-se no 8.º principal fornecedor de vestuário para o Peru.

As importações peruanas de vestuário proveniente do México diminuíram 1,7% em 2013, ficando cifradas nos 5,6 milhões de dólares. Como resultado, a quota do México nas importações de vestuário do Peru caiu dos 1,0% para os 0,8% e o país desceu 1 posição para tornar-se no 9.º principal fornecedor de vestuário do Peru.

As importações de vestuário do Peru provenientes do Camboja aumentaram 81,4% em 2013 para os 5,1 milhões de dólares, após uma subida de 63,9% no ano anterior. Como resultado, a quota do Camboja nas importações peruanas de vestuário aumentou dos 0,5% para os 0,7% em 2013 e o Camboja subiu 7 posições na listagem para tornar-se no 10.º principal fornecedor de vestuário do Peru.

## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados do Eurostat, as exportações de vestuário de malha (Capítulo 61) de Portugal com destino ao Peru diminuíram 79,6% em termos de valor em 2014, ficando cifradas acima dos 22,1 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário de malha com destino ao Peru têm evoluído negativamente nos últimos anos, tendo diminuído 14,8% entre 2010 e 2014, mas subido 1.326,8% entre 2005 e 2014.

Por outro lado, as exportações de vestuário exceto de malha (Capítulo 62) de Portugal com destino ao Peru aumentaram 133,9% em termos de valor em 2014, ficando cifradas nos 337,5 mil euros. As exportações portuguesas de vestuário exceto de malha com destino ao Peru têm evidenciado uma evolução expressiva, tendo aumentado mais de 1.400% entre 2010 e 2014 e mais de 374.000% entre 2005 e 2014.

O desempenho das exportações com destino ao mercado peruano ficou abaixo do desempenho re-

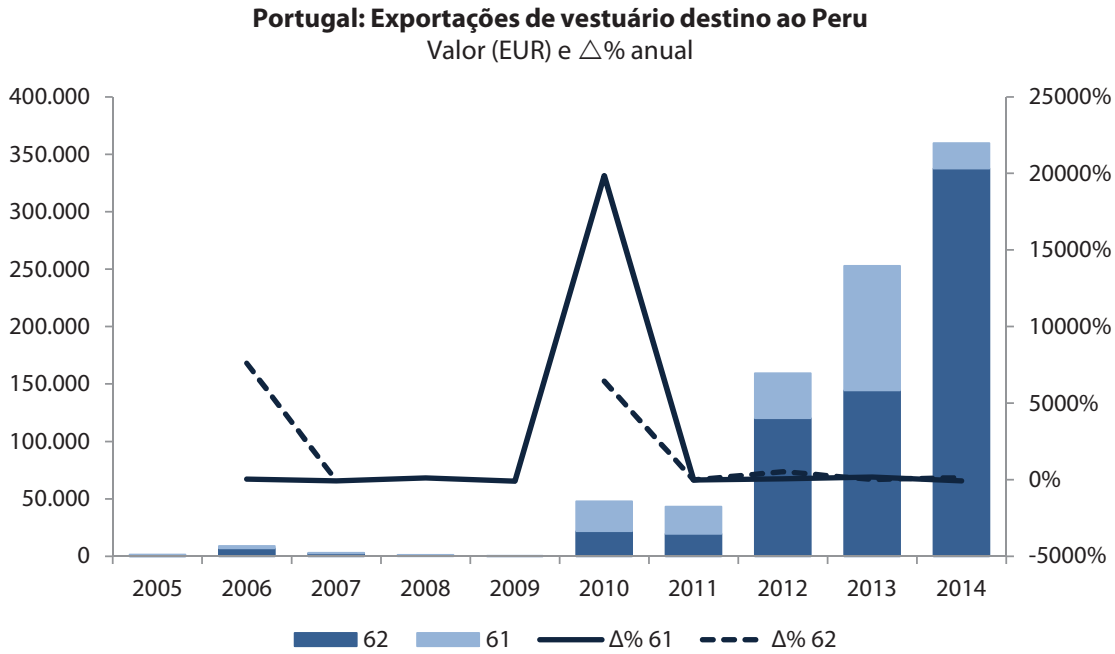
gistado ao nível das exportações de vestuário de malha em 2014, período em que as exportações em valor cresceram 7,9%, mas muito acima do desempenho registado ao nível do vestuário exceto de malha, cujas exportações registaram uma subida de 10,8%.

Em termos da relevância do Peru nas exportações portuguesas de vestuário de malha verificou-se que o peso deste mercado é muito limitado, representando uma quota praticamente nula no total das exportações. Em termos do vestuário exceto malha, o mercado peruano representou uma quota de 0,04%. No contexto da UE28, as exportações portuguesas destinadas ao Peru representaram uma proporção de 0,2% no caso do

vestuário de malha e de 2,2% no caso do vestuário em tecido.

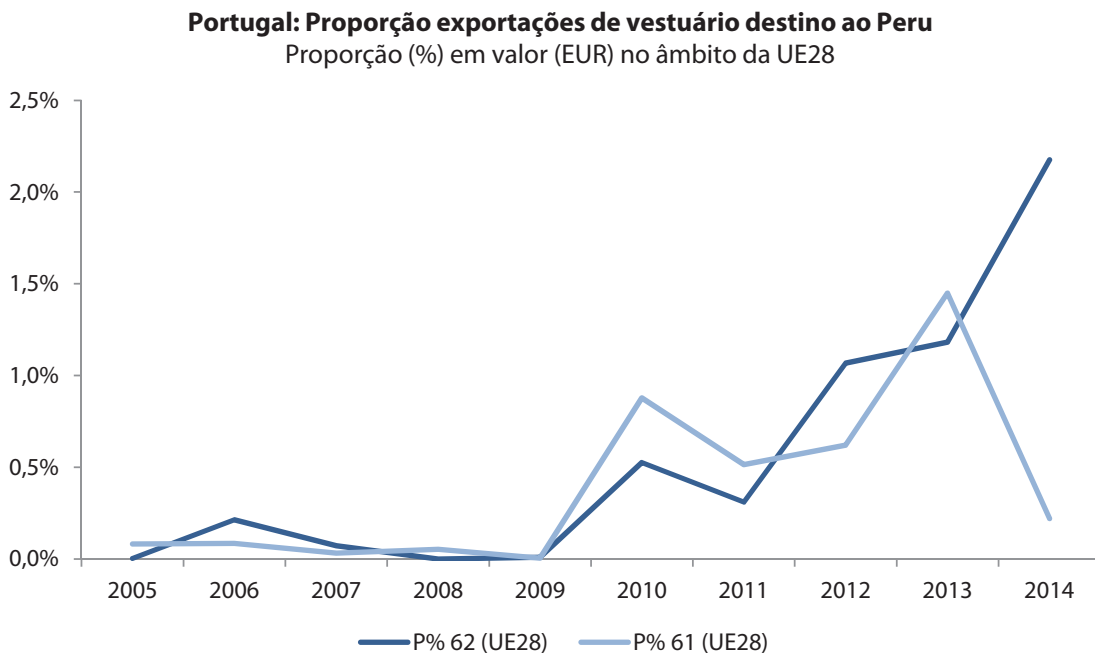
De salientar que, em termos da UE28, o Peru tem representado um destino em crescimento ao nível do vestuário de malha e do vestuário em tecido. Em termos do vestuário de malha, as exportações europeias destinadas ao Peru cresceram 33,8% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 10,02 milhões de euros), tendo subido 239,2% entre 2010 e 2014 e 428,9% entre 2005 e 2014. No que se refere às exportações de vestuário de tecido, verificou-se uma subida de 27,0% entre 2013 e 2014 (ano em que ficaram cifradas nos 15,51 milhões de euros), sendo registadas subidas de 272,0% entre 2010 e 2014 e 360,7% entre 2005 e 2014.

Figura 9: Exportações de vestuário de Portugal com destino ao Peru



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 10: Proporção das exportações de vestuário de Portugal com destino ao Peru



Fonte: baseado em dados do Eurostat

## Considerações finais

As importações mundiais de vestuário aumentaram 8,9% para os 481,1 mil milhões de dólares em 2013, de acordo com os dados divulgados pelo Textiles Intelligence. Este aumento representou uma recuperação na medida em que surgiu após um crescimento de apenas 1,2% em 2012. Apesar de o aumento em 2013 ter ficado aquém do crescimento de 18,2% registado em 2011 e dos 11,7% registados em 2010, as importações atingiram um máximo recorde pelo 3.º ano consecutivo.

Uma desagregação geográfica dos principais importadores mundiais de vestuário nos 15 principais mercados de importação, compostos pela UE28 e mais 14 países individuais, mostra que o crescimento mais rápido foi registado nas importações da China, Arábia Saudita, Singapura, Coreia do Sul e Turquia. Foi também registado um rápido crescimento nas importações para diversos outros países, incluindo: Argélia, Bielorrússia, Equador, Índia, Indonésia, Cazaquistão, Quirguistão, Jordânia, Malásia, Omã, Peru, Filipinas e África do Sul. Como resultado, estes países continuaram a aumentar as suas quotas nas importações mundiais. Em contraste, o crescimento nas importações para os dois principais mercados mundiais, a UE e os EUA, foi relativamente modesto após uma descida no ano anterior, assim como foi o crescimento das importações para a Austrália, o Canadá e a Suíça. Por seu lado, as importações para a Rússia e o Japão registaram uma evolução negativa.

Em termos de regiões, o crescimento mais acelerado nas importações de vestuário foi verificado nos países do Médio Oriente (subida de 9,9%), seguidos

pelos países da África (subida de 8,1%). No entanto, o crescimento foi mais modesto na América do Norte (subida de 3,9%), Europa (subida de 3,4%), países da Ásia e Oceânia (subida de 3,4%) e países da América Central e do Sul (subida de 3,0%). Por seu lado, as importações para os países da CEI diminuíram 0,5%.

Os gastos dos consumidores em vestuário e calçado estão estimados ter crescido em muitas das principais economias mundiais em 2013, de acordo com os dados do Economist Intelligence Unit (EIU) divulgados pelo Textiles Intelligence. No entanto, em muitos casos, o crescimento foi lento. Além disso, foram registadas descidas dos gastos na Austrália, Canadá, Egito, Índia, Japão e África do Sul, bem como em diversos países da América do Sul. De salientar também que os gastos estão estimados ter diminuído em diversos países em 2014. De qualquer forma, o crescimento está previsto para quase todas as principais economias no período de 2015 até 2019. Efetivamente, está previsto um crescimento médio anual de dígito único elevado no caso de: Cazaquistão, Nigéria, Filipinas e Singapura, com crescimento médio anual de dois dígitos previsto para: China, Índia e Malásia.

Os cinco mercados em análise (i.e.: Cazaquistão, Coreia do Sul, Índia, Malásia e Peru) têm em comum o facto de serem mercados em desenvolvimento, nos quais o consumo de vestuário e as importações estão em forte crescimento. Dentro destes o principal mercado importador de vestuário é a Coreia do Sul em termos de valor, mas é no Cazaquistão que tem sido registado o crescimento mais

acelerado nas importações de vestuário (considerando o período de 2010 a 2013) e é na Índia que está previsto o crescimento futuro mais acelerado (considerando as estimativas para o período entre 2015 e 2019), entre os 5 mercados em destaque.

Ao longo do ano 2014, a UE exportou 832,0 milhões de euros de produtos de vestuário para estes 5 mercados, evidenciando um crescimento de 10,5% em relação ao valor verificado no ano anterior. Em termos da evolução no longo prazo, o valor exportado pela UE em 2014 ficou 91,8%

acima do verificado em 2010 e 112,9% acima do verificado em 2005.

No caso de Portugal, as exportações nacionais de vestuário destinadas a estes 5 mercados representaram em 2014 um valor de 3,4 milhões de euros, tendo subido 26,3% em relação ao ano anterior. Na perspetiva de longo prazo, as exportações portuguesas de vestuário destinadas a estes 5 mercados em destaque têm evidenciado um desempenho considerável, tendo subido 81,8% entre 2010 e 2014 e 332,5% entre 2005 e 2014.

# Glossário

De acordo com o estipulado pela Pauta Aduaneira publicada no Jornal Oficial da União Europeia, a generalidade das matérias têxteis e suas obras encontram-se abrangidas pela secção XI, estando subdivididas em 14 capítulos de acordo com o disposto na Nomenclatura Combinada, nomeadamente:

Capítulo 50: seda.

Capítulo 51: lã, pelos finos ou grosseiros; fios e tecidos de crina.

Capítulo 52: algodão.

Capítulo 53: outras fibras têxteis vegetais; fios de papel e tecidos de fios de papel.

Capítulo 54: filamentos sintéticos ou artificiais.

Capítulo 55: fibras sintéticas ou artificiais, descontínuas.

Capítulo 56: pastas ("ouates"), feltros e falsos tecidos; fios especiais; cordéis, cordas e cabos; artigos de cordoaria.

Capítulo 57: tapetes e outros revestimentos para pavimentos, de matérias têxteis.

Capítulo 58: tecidos especiais; tecidos tufados; rendas; tapeçarias; passamanarias; bordados.

Capítulo 59: tecidos impregnados, revestidos, recobertos ou estratificados; artigos para usos técnicos de matérias têxteis.

Capítulo 60: tecidos de malha.

Capítulo 61: vestuário e seus acessórios, de malha.

Capítulo 62: vestuário e seus acessórios, exceto de malha.

Capítulo 63: outros artefactos têxteis confeccionados; sortidos; artefactos de matérias têxteis, calçado, chapéus e artefactos de uso semelhante, usados; trapos.

Com o objetivo de diferenciar entre os produtos têxteis e os produtos de vestuário, optou-se por caracterizar cada um destes produtos com base no respetivo agrupamento de capítulos associados. Desta forma, os produtos têxteis resultam do agrupamento dos capítulos 50 a 60 mais o capítulo 63 (onde estão incluídos a grande proporção dos têxteis lar), enquanto os produtos de vestuário resultam do agrupamento dos capítulos 61 e 62.





## Metodologia e referências

O presente trabalho recorreu à utilização de diversas fontes de informação, quer ao nível da recolha de dados estatísticos, quer da fundamentação e

argumentação da análise realizada, salientando-se as seguintes: Eurostat, Textiles Intelligence e The World Factbook.

*A informação contida nesta publicação foi obtida de fontes consideradas fiáveis, mas a sua precisão não pode ser totalmente garantida. O CENIT não se responsabiliza por qualquer perda, direta ou potencial, resultante da utilização desta publicação ou dos seus conteúdos. A reprodução de parte ou da totalidade desta publicação é permitida, sujeita a indicação da fonte.*

CENIT – Centro de Inteligência Têxtil

Tel.: 252 30 20 20

E-mail: [mteixeira@portugaltexil.com](mailto:mteixeira@portugaltexil.com)

Web: [www.portugaltexil.com](http://www.portugaltexil.com)



