



## Estudo de mercado

Mercados emergentes: Brasil, China, Índia, Indonésia e Turquia

Fevereiro 2012

**cenit.**

**inITV**

  
**COMPETE**

  
QUADRO  
DE REFERÊNCIA  
ESTRATÉGICO  
NACIONAL

  
UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu de  
Desenvolvimento Regional





## Estudo de mercado

Mercados emergentes: Brasil, China, Índia, Indonésia e Turquia



# Índice

- 7** Introdução
- 9** Importações de vestuário no Brasil
  - 9** Enquadramento
  - 10** Importações e consumo de vestuário
  - 13** Exportações portuguesas de vestuário
- 15** Importações de vestuário na China
  - 15** Enquadramento
  - 16** Importações e consumo de vestuário
  - 19** Exportações portuguesas de vestuário
- 21** Importações de vestuário na Índia
  - 21** Enquadramento
  - 22** Importações de vestuário
  - 25** Exportações portuguesas de vestuário
- 27** Importações de vestuário na Indonésia
  - 27** Enquadramento
  - 29** Importações de vestuário
  - 31** Exportações portuguesas de vestuário
- 33** Importações de vestuário na Turquia
  - 33** Enquadramento
  - 34** Importações de vestuário
  - 37** Exportações portuguesas de vestuário
- 39** Considerações finais
- 41** Metodologia e referências

## Índice de tabelas

- 12** Tabela 1: Importações brasileiras de vestuário de malha
- 12** Tabela 2: Importações brasileiras de vestuário exceto de malha
- 14** Tabela 3: Exportações portuguesas de vestuário com destino ao Brasil
- 18** Tabela 4: Importações chinesas de vestuário de malha
- 18** Tabela 5: Importações chinesas de vestuário exceto de malha
- 20** Tabela 6: Exportações portuguesas de vestuário com destino à China
- 24** Tabela 7: Importações indianas de vestuário de malha
- 24** Tabela 8: Importações indianas de vestuário exceto de malha
- 26** Tabela 9: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Índia
- 28** Tabela 10: Importações indonésias de vestuário de malha
- 28** Tabela 11: Importações indonésias de vestuário exceto de malha
- 32** Tabela 12: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Indonésia
- 36** Tabela 13: Importações turcas de vestuário de malha
- 36** Tabela 14: Importações turcas de vestuário exceto de malha
- 38** Tabela 15: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Turquia

# Introdução

Entre os principais mercados emergentes, ao nível das importações de vestuário, a corrente análise destaca o caso de cinco países em particular, nomeadamente: Brasil, China, Índia, Indonésia e Turquia. Três destes países estão incluídos no grupo denominado por BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China), das economias internacionais com elevado potencial económico, e dois dos países em análise estão incluídos no grupo denominado por CIVETS (Colômbia, Indonésia, Vietname, Egito, Turquia e África do Sul), das economias internacionais consideradas promissoras, com base nos sistemas financeiros, na economia dinâmica e diversificada e uma população jovem e em crescimento.

Embora reconhecendo diferentes graus de desenvolvimento e sofisticação entre os cinco mercados em análise, bem como diferenças acentuadas em termos regionais dentro dos próprios países – situação motivada desde logo pela dimensão geográfica destes – existe em comum a crescente abertura para

o retalho de vestuário especializado, bem como uma vasta margem de crescimento a este nível.

Para cada um dos mercados em análise, é apresentado o respetivo enquadramento económico resumido, seguido pela análise ao nível das importações de vestuário dos principais mercados fornecedores. A análise por mercado é concluída com uma apreciação das exportações portuguesas de vestuário destinadas a cada mercado individual.

No âmbito da análise apresentada, deve ser ressalvada a diferença registada entre os dados do Eurostat e os dados disponíveis no International Trade Center (ITC). De acordo com o exposto pelo ITC, os dados estatísticos apresentados por este organismo estão em alguns casos desalinados com os dados correspondentes dos respetivos países parceiros. Entre as diversas razões apontadas por este organismo para esta diferença, encontra-se o caso das reexportações.





# Importações de vestuário no Brasil

## Enquadramento

O Brasil assume atualmente uma importância incontornável ao nível económico, enquanto membro do Mercosul (Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela), no contexto da América Latina e ao nível mundial - o Brasil é considerado a primeira economia no âmbito da América Latina e, segundo os dados do Banco Mundial, ocupou em 2011 o 6.º lugar do ranking das maiores economias mundiais em termos do valor do PIB.

Como resultado das reformas económicas implementadas pelo país, das condições extremamente favoráveis ao nível internacional e do desenvolvimento de políticas sociais, a economia brasileira registou elevadas taxas de crescimento nos anos mais recentes e bastante superiores às verificadas durante as últimas três décadas.

Conforme é referido pela análise do aicep Portugal Global, o Brasil é um país com mais de 8,5 milhões de km<sup>2</sup> de área, com cerca de 190 milhões de habitantes, de várias origens e etnias; tem, em média, uma evolução demográfica anual de 2,5 milhões de pessoas, embora se perspetive uma tendência de decréscimo na sua evolução futura; faz fronteira com 10 países: Argentina, Bolívia, Colômbia, Guiana Francesa, Guiana, Paraguai, Peru, Suriname, Uruguai e Venezuela e funciona como “porta de entrada” para o Mercosul.

Ao longo dos últimos anos, a economia brasileira tem registado alguns desafios, nomeadamente como reflexo da crise económica internacional. De acordo com os dados do Banco Mundial, após crescer 6,1% em 2007 e 5,2% em 2008, o PIB brasileiro caiu 0,3% em 2009, recuperando o crescimento em 2010 (7,5%), mas abrandando acentuadamente em 2011 com um crescimento de 2,7% da economia.

O PIB *per capita* brasileiro tem registado um crescimento muito acentuado ao longo dos últimos anos, evoluindo dos 3.694,50 dólares em 2000 para os 4.739,30 dólares em 2005 e atingindo os 12.575,98 dólares em 2011, de acordo com os dados do Banco Mundial.

De acordo com os dados do ITC, o principal fornecedor de produtos para o Brasil em 2011 foram os EUA, com uma proporção de 15,1%, seguidos pela China (14,5%), Argentina (7,5%), Alemanha (6,7%) e Coreia do Sul (4,5%). Portugal ocupou a 41.ª posição, com uma quota de 0,37%, tendo subido cinco posições em relação a 2010.

Relativamente aos principais clientes do Brasil, o destaque em 2011 vai para a China (quota de 17,3%), seguida pelos EUA (10,1%), Argentina (8,9%), Holanda (5,3%) e Japão (3,7%). Portugal surge na 31.ª posição, com uma quota de 0,80%, tendo subido uma posição em relação a 2010.

## Importações e consumo de vestuário

De acordo com a análise do Textiles Intelligence, as importações brasileiras de vestuário aumentaram 40,8% para os 1.355 milhões de dólares em 2010. Este aumento representou o oitavo crescimento consecutivo e o sexto crescimento de dois dígitos ao longo de um período de sete anos. A única exceção ocorreu no ano 2009, em que o crescimento abrandou para os 9,1%. De salientar ainda que os dados disponíveis no ITC apontam no sentido de um aumento de 52,5% nas importações de vestuário para os 2.066 milhões de dólares em 2011.

O consumo de fibras *per capita* no Brasil deverá duplicar entre 2005 e 2015, passando dos 10kg para os 20kg, respetivamente. De acordo com a análise do Textiles Intelligence, este acréscimo resulta de diversas razões, nomeadamente: aumento do rendimento disponível na população brasileira; grande proporção de população jovem, que dá cada vez mais prioridade ao vestuário e à moda; e rápido desenvolvimento em algumas regiões do país, com milhões de consumidores que começaram a comprar em lojas de retalho formais.

Apesar do PIB *per capita* do Brasil ficar aquém do registado em países desenvolvidos por uma larga margem, estima-se a existência de 25 milhões de pessoas com poder de compra equivalente ao que existe em economias avançadas. Esta proporção facilitou o aparecimento de um mercado

relativamente pequeno mas em expansão para produtos de vestuário de vários tipos e muita desta procura é satisfeita pelas importações.

Com base nos dados relativos a 2010, o maior país fornecedor de vestuário para o Brasil foi a China, cuja quota do mercado brasileiro de importação de vestuário aumentou dos 31,8% em 2003 para os 52,3% em 2010, evidenciando um aumento de 20,5 pontos percentuais (p.p.) ao longo do período de sete anos. Em termos absolutos, as importações da China aumentaram dos 46,1 para os 708,3 milhões de dólares, representando um aumento de quinze vezes e uma taxa média de crescimento de 47,7% ao ano. De salientar que os dados provisórios para 2011 mostram que as importações da China dispararam 59,8% para os 1.131,7 milhões de dólares durante o ano enquanto a quota da China nas importações brasileiras aumentou 2,5 p.p. para os 54,8%.

As importações da Malásia, o 2.º principal país fornecedor de vestuário do Brasil, aumentaram 29,4% em 2010. No entanto, este crescimento foi mais lento do que o aumento nas importações brasileiras de vestuário e, como resultado, a quota da Malásia no mercado de importação brasileiro caiu pelo sétimo ano consecutivo. Efetivamente, entre 2003 e 2010 a sua quota caiu 6,2 p.p., passando dos 16,6% para os 10,4%.

As importações brasileiras de vestuário com origem no Bangladesh aumentaram 38,6% em 2010 após um aumento de 29,3% em 2009 e dois anos

de crescimento de três dígitos em 2007 e 2008. Como resultado, o Bangladesh foi responsável por 5,3% do mercado de importação brasileiro em 2010, que foi mais do triplo da quota de 1,6% que detinha apenas quatro anos antes, em 2006. De acordo com os dados provisórios para 2011, as importações brasileiras provenientes do Bangladesh saltaram 66,7% em comparação com o ano anterior e a quota do Bangladesh no mercado subiu novamente para os 5,8%.

As importações com origem na Índia cresceram 74,9% em 2010 após caírem ligeiramente no ano anterior. Como resultado, a Índia permaneceu como 4.º principal fornecedor do Brasil, caindo um lugar, para trás do Bangladesh, um ano antes. Os dados provisórios para 2011 mostram que as importações provenientes da Índia cresceram mais 53,4% durante o ano. Como resultado, a quota da Índia permaneceu mais ou menos estável, nos 5,2%.

O Peru subiu quatro lugares para tornar-se no 5.º maior fornecedor de vestuário para o Brasil em 2010, com as importações originárias deste país a subirem 118,0%. Além disso, os dados provisórios para 2011 evidenciam que as importações do Peru subiram 84,6% ao longo do ano. Como resultado, o país deverá responder por uma quota de 3,6% do mercado brasileiro de importações de vestuário em 2011, em comparação com menos de 0,1% que possuía em 2005.

De acordo com os dados do ITC para o Brasil, as importações em 2011 de vestuário de malha (categoria 61) registaram um aumento de 58,0% cifrando-se nos 721,6 milhões de dólares. Entre os principais fornecedores, a China assume o destaque com uma quota de 52% (crescimento de 70,3% em relação a 2010), seguida por: Bangladesh (quota de 10% e crescimento de 43,6%), Peru (quota de 9% e crescimento de 80,2%), Índia (quota de 4% e quebra de 6,1%) e Hong Kong (quota de 3% e crescimento de 84,4%). Portugal assumiu a 13.ª posição com uma quota de 0,98%, tendo registado uma acentuada perda de representatividade em relação a 2005, ano em que a quota portuguesa ficou nos 3,13%.

Relativamente às importações brasileiras de vestuário exceto de malha (categoria 62), de acordo com os dados do ITC verificou-se um aumento de 62,2% em 2011 relativamente a 2010. Entre os principais fornecedores o destaque vai para a China (quota de 67% e crescimento de 57,0%), seguida por: Índia (quota de 8% e crescimento de 88,7%), Bangladesh (quota de 5% e crescimento de 115,6%), Hong Kong (quota de 4% e crescimento de 282,1%) e Vietname (quota de 2% e crescimento de 82,2%). Portugal assumiu a 11.ª posição, com uma quota de 0,92%, tendo registado uma ligeira perda de representatividade em relação a 2005, ano em que a quota portuguesa ficou nos 1,03%.

**Tabela 1: Importações brasileiras de vestuário de malha**

Brasil: importações de vestuário e seus acessórios, de malha: categoria 61 (HS2)										
Origem	Valor (1.000 USD)									
	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	59.197	100%	72.606	100%	456.620	721.614	100%	58,0%	893,9%	1119,0%
1 China	23.501	40%	31.378	43%	218.783	372.500	52%	70,3%	1087,1%	1485,0%
2 Bangladesh	374	1%	1.038	1%	48.911	70.224	10%	43,6%	6665,3%	18676,5%
3 Peru	308	1%	150	0%	36.298	65.418	9%	80,2%	43512,0%	21139,6%
4 Índia	1.029	2%	1.699	2%	27.058	25.398	4%	-6,1%	1394,9%	2368,2%
5 Hong Kong	6.689	11%	8.317	11%	11.645	21.470	3%	84,4%	158,1%	221,0%
6 Indonésia	919	2%	2.352	3%	14.038	21.002	3%	49,6%	792,9%	2185,3%
7 Argentina	1.644	3%	4.606	6%	16.419	20.669	3%	25,9%	348,7%	1157,2%
8 Itália	6.829	12%	3.786	5%	6.636	12.816	2%	93,1%	238,5%	87,7%
9 Cambodja	14	0%	360	0%	6.286	12.557	2%	99,8%	3388,1%	89592,9%
10 Vietname	268	0%	491	1%	7.061	11.897	2%	68,5%	2323,0%	4339,2%
(...)										
13 Portugal	1.564	3%	2.269	3%	4.942	7.038	1%	42,4%	210,2%	350,0%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

**Tabela 2: Importações brasileiras de vestuário exceto de malha**

Brasil: importações de vestuário e seus acessórios, exceto de malha: categoria 62 (HS2)										
Origem	Valor (1.000 USD)									
	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	94.804	100%	154.551	100%	616.386	999.538	100%	62,2%	546,7%	954,3%
1 China	34.422	36%	80.788	52%	424.638	666.476	67%	57,0%	725,0%	1836,2%
2 Índia	6.135	6%	12.721	8%	41.770	78.834	8%	88,7%	519,7%	1185,0%
3 Bangladesh	988	1%	2.498	2%	21.565	46.484	5%	115,6%	1760,8%	4604,9%
4 Hong Kong	6.436	7%	14.625	9%	10.437	39.880	4%	282,1%	172,7%	519,6%
5 Vietname	2.186	2%	1.358	1%	9.378	17.084	2%	82,2%	1158,0%	681,5%
6 Itália	7.256	8%	7.628	5%	11.645	14.333	1%	23,1%	87,9%	97,5%
7 Paraguai	336	0%	2.577	2%	9.557	12.509	1%	30,9%	385,4%	3622,9%
8 Espanha	4.357	5%	6.825	4%	9.677	11.625	1%	20,1%	70,3%	166,8%
9 Indonésia	2.161	2%	3.673	2%	9.039	11.199	1%	23,9%	204,9%	418,2%
10 Argentina	776	1%	1.689	1%	5.869	10.586	1%	80,4%	526,8%	1264,2%
11 Portugal	3.073	3%	1.595	1%	7.995	9.225	1%	15,4%	478,4%	200,2%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

## Exportações portuguesas de vestuário

Com base nos dados do Eurostat, as exportações portuguesas de vestuário com destino ao Brasil registaram uma quebra de 5,3% em 2011, quando considerado o agregado das duas categorias de produtos (categoria 61 e 62), cifrando-se em cerca de 6,9 milhões de euros.

Ao nível da categoria 61 (vestuário e seus acessórios de malha), foi registado um valor total de exportações perto dos 552,7 mil euros, sendo de destacar a representatividade das seguintes categorias de produtos: 6110 (camisolas, pulôveres, cardigans, coletes e artigos semelhantes de malha) quota de 36%, 6106 (camisas e blusas, de malha de uso feminino) quota de 20% e 6105 (camisas de malha, de uso masculino) quota de 14%. De referir que as exportações portuguesas nesta categoria caíram 0,4% entre 2010 e 2011.

Relativamente às exportações na categoria 62 (vestuário e seus acessórios exceto de malha), a qual assume particular destaque e cujo total ficou acima dos 6.342,4 mil euros em 2011, o destaque vai para as categorias: 6203 (fatos, conjuntos, casacos, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso masculino) quota de 51%, 6205 (camisas de uso masculino) quota de 27% e 6206 (camisas e blusas, de uso feminino) quota de 8%. As exportações portuguesas nesta categoria registaram uma quebra de 5,7% entre 2010 e 2011.

Com base nos dados disponíveis no INE, as exportações portuguesas de vestuário com destino ao Brasil registaram uma evolução muito significativa em termos de representatividade nas exportações portuguesas de vestuário, evoluindo de uma proporção de 0,066% em 2005 para 0,28% em 2011. De salientar que esta evolução de quota representou um crescimento do valor de 1,67 milhões de euros registado em 2005, para os 6,90 milhões de euros em 2011.

**Tabela 3: Exportações portuguesas de vestuário com destino ao Brasil**

Portugal: Exportações de vestuário com destino ao Brasil							
Código (HS2)	Valor (EUR)						
	2000	2005	2010	2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2000/11)
61	2.923.276	302.899	554.727	552.682	-0,4%	82,5%	-81,1%
6101	3.694	:	13.216	10.534	-20,3%	:	185,2%
6102	:	1.450	63	33.257	52688,9%	2193,6%	:
6103	663.239	7.721	272.604	19.342	-92,9%	150,5%	-97,1%
6104	26.915	8.241	27.028	12.354	-54,3%	49,9%	-54,1%
6105	1.595.139	13.126	49.248	77.887	58,2%	493,4%	-95,1%
6106	23.694	1.616	23.997	108.763	353,2%	6630,4%	359,0%
6107	62.237	515	2.473	7.773	214,3%	1409,3%	-87,5%
6108	:	52	3.090	4.296	39,0%	8161,5%	:
6109	30.031	150.670	30.978	26.681	-13,9%	-82,3%	-11,2%
6110	172.601	52.582	67.335	197.664	193,6%	275,9%	14,5%
6111	147.078	107	6.254	7.949	27,1%	7329,0%	-94,6%
6112	1.849	52.182	5.679	1.292	-77,2%	-97,5%	-30,1%
6113	:	:	:	:	:	:	:
6114	3.196	12.753	13.054	1.154	-91,2%	-91,0%	-63,9%
6115	192.702	1.839	2.911	1.058	-63,7%	-42,5%	-99,5%
6116	25	:	879	292	-66,8%	:	1068,0%
6117	877	45	35.918	42.386	18,0%	94091,1%	4733,1%
62	3.617.283	1.360.982	6.728.774	6.342.411	-5,7%	366,0%	75,3%
6201	149.713	13.688	124.960	80.528	-35,6%	488,3%	-46,2%
6202	1.931	13.200	26.497	48.076	81,4%	264,2%	2389,7%
6203	1.964.596	153.943	5.282.868	3.238.783	-38,7%	2003,9%	64,9%
6204	458.662	118.304	221.777	180.779	-18,5%	52,8%	-60,6%
6205	868.755	1.003.323	247.833	1.740.562	602,3%	73,5%	100,4%
6206	:	25.749	468.872	476.712	1,7%	1751,4%	:
6207	:	1.810	:	253	:	-86,0%	:
6208	:	8.193	7.984	18.080	126,5%	120,7%	:
6209	:	5.460	3.250	7.475	130,0%	36,9%	:
6210	3.490	:	340	2.941	765,0%	:	-15,7%
6211	129.917	8.797	51.316	70.620	37,6%	702,8%	-45,6%
6212	:	2.687	73	30	-58,9%	-98,9%	:
6213	:	46	10	:	:	:	:
6214	25.443	77	7.855	15.317	95,0%	19792,2%	-39,8%
6215	12.758	1.052	284.830	456.237	60,2%	43268,5%	3476,1%
6216	:	:	:	1.824	:	:	:
6217	2.017	1.146	309	4.194	1257,3%	266,0%	107,9%

Fonte: baseado em dados do Eurostat

# Importações de vestuário na China

## Enquadramento

Conforme salienta a análise do aicep Portugal Global, a China desempenha atualmente, um papel fundamental no panorama económico e financeiro mundial, nomeadamente por três motivos: porque o seu crescimento é considerado o “motor” da economia mundial; porque a magnitude do seu setor produtivo sustenta em larga medida o ritmo da oferta mundial, designadamente em termos de preços de matérias-primas; e porque detém o maior montante de reservas do mundo, encontrando-se uma componente significativa das mesmas investidas em obrigações de longo prazo do Tesouro norte-americano.

Simultaneamente, a China constitui uma economia em triplo processo de transição: de uma economia estatal e planificada para uma economia de mercado; de uma economia agrícola e rural para uma economia urbana, baseada na indústria e nos serviços; e de uma economia fechada para uma economia aberta às trocas internacionais de bens e de capital.

A China registou em 2008 uma taxa de crescimento do PIB de 9,6%, tendo-se verificado um abrandamento em relação a 2007, ano em que este indicador foi de 14,2%. Em 2009, verificou-se um acréscimo ligeiramente inferior ao do ano anterior (9,2%). Estas quebras foram o reflexo da crise da economia mundial. Em 2010 registou-se um incremento do PIB acima do que se verificou nos dois anos anteriores (10,4%). Em 2011,

o crescimento económico voltou a ser menor, ficando próximo do valor percentual de 2009 (9,3%). De salientar que, de acordo com os dados do Banco Mundial, a China ocupou em 2011 a 2.ª posição entre as maiores economias mundiais em termos de valor do PIB.

O comércio externo da China cresceu a um ritmo muito acentuado até 2008, mas em 2009 verificaram-se reduções das exportações (quebra de 16,1%) e das importações (quebra de 11,2%), tendo aumentado consideravelmente em 2010 (31,4% e 39,1%, respetivamente). Em 2011, embora os acréscimos tenham sido menores do que no ano anterior, as exportações cresceram 20,4% e as importações 25,1%.

A China passou a ser, em 2009, o primeiro exportador e o segundo importador ao nível mundial. Uma parte significativa das importações da China consiste em componentes para produtos que se destinam à exportação. Contudo, tem vindo a crescer o peso das importações que têm em vista a elaboração de produtos que são consumidos internamente.

De acordo com os dados do ITC divulgados pelo aicep Portugal Global, entre os principais destinos das exportações chinesas, os EUA assumem a liderança com uma quota de 17,1% em 2011, seguidos por Hong Kong (14,1%), Japão (7,8%), Coreia do Sul (4,4%) e Alemanha (4,0%). Portugal ocupou a 64.ª posição, com uma quota de 0,15%, caindo cinco lugares relativamente ao ano 2010.

Entre os principais fornecedores da China, de acordo com os dados do ITC para 2011, o destaque vai para o Japão (com uma quota de 11,2%), seguido pela Coreia do Sul (9,3%), Taiwan (7,2%), EUA (7,1%) e Alemanha (5,3%). Portugal ocupou a 73.<sup>a</sup> posição com uma quota de 0,07%, subindo quatro posições em relação ao ano 2010.

## Importações e consumo de vestuário

De acordo com a análise desenvolvida pelo Textiles Intelligence, as importações de vestuário na China aumentaram 36,7% para um recorde de 2.518 milhões de dólares em 2010, após uma quebra de 19,3% no ano anterior. O aumento em 2010 refletiu um crescimento de 12,2% na procura de vestuário ao nível do retalho e em 2011 a procura no retalho está estimada crescer mais 19,1%.

Para além desta evolução, está previsto um forte crescimento ao longo dos próximos anos. Entre 2011 e 2016, o crescimento da procura no retalho deverá ser em média de 16,9% ao ano, de acordo com os dados do Economist Intelligence Unit (EIU). A verificarem-se estas projeções, o mercado chinês será um dos que apresentam mais rápido crescimento ao nível internacional. Em termos absolutos, a procura no retalho deverá crescer uns expressivos 55 mil milhões de dólares ao longo do período de cinco anos e em 2020 o mercado chinês poderá ser superior ao dos EUA.

A população da China, com cerca de 1,3 mil milhões de pessoas, é a maior do mundo e tem beneficiado do aumento da disponibilidade financeira individual. Efetivamente, o número de agregados familiares com rendimento anual acima dos 50.000 dólares deverá quintuplicar entre 2010 e 2015, de acordo com os dados do EIU. Além disso, existe um forte potencial para o crescimento na procura de vestuário no retalho nas áreas rurais, onde o consumo de vestuário *per capita* representa apenas 18% do registado nas áreas urbanas. À medida que a urbanização acelera na China continental, está previsto um crescimento no consumo *per capita*.

O principal fornecedor de vestuário da China em 2010 foi a Itália, com uma quota de 18,2% do total das importações. Esta quota subiu pela décima primeira vez consecutiva, desde apenas 1,1% em 1999. As importações chinesas com origem em Itália aumentaram 38,5% em 2010, tendo crescido em média 39,7% ao ano entre 1999 e 2009. Este aumento refletiu a crescente procura na China por produtos de marca de qualidade.

Para além da Itália foram conquistadas ao longo dos últimos anos quotas significativas do mercado chinês por parte de outros países europeus. Entre os países em destaque na análise do Textiles Intelligence encontram-se: Turquia, França e Roménia. Todos estes países eram pequenos fornecedores no final da década de 1990. A Turquia foi responsável por 4,6% do mercado chinês de importação de vestuário em 2010, sendo responsável por uma quota insignificante no final da década de 1990. A França foi responsável por 2,8%



do mercado em 2010, subindo de apenas 0,1% em 1997. Da mesma forma a Roménia foi responsável por 2,6% do mercado em 2010, crescendo também de uma quota desprezável no final da década de 1990.

Relativamente às importações chinesas de vestuário de malha, foi registado em 2011 um crescimento de 45,1% ficando este valor cifrado perto dos 1,19 mil milhões de dólares. Excluindo o caso das reimportações da própria China, que ocupa a 1.ª posição de acordo com os dados do ITC para 2011, o destaque vai para a Itália (quota de 16% e crescimento de 66,1%), seguida pela Turquia (quota de 7% e crescimento de 66,8%). A Coreia

do Sul e Hong Kong aparecem na 4.ª e na 5.ª posições, com quotas iguais de 5% e crescimentos negativos de 2,9% e de 28,1%, respetivamente.

De acordo com os dados do ITC, as importações chinesas de vestuário exceto de malha registaram uma subida de 68,0% em 2011, cifrando-se perto dos 2,39 mil milhões de dólares. Dentro das importações chinesas nesta categoria de produtos, a Itália assume a 1.ª posição com uma quota de 19% e um crescimento de 62,5%. Nas posições seguintes encontram-se: Coreia do Norte (quota de 15% e crescimento de 122,2%), Vietname (quota de 5% e crescimento de 143,1%) e Coreia do Sul (quota de 5% e crescimento de 53,3%).

**Tabela 4: Importações chinesas de vestuário de malha**

China: importações de vestuário e seus acessórios, de malha: categoria 61 (HS2)										
Valor (1.000 USD)										
Origem	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	475.352	100%	695.456	100%	818.220	1.187.148	100%	45,1%	70,7%	149,7%
1 China (re-import.)	9.748	2%	43.018	6%	163.626	227.002	19%	38,7%	427,7%	2228,7%
2 Itália	10.114	2%	45.490	7%	114.141	189.583	16%	66,1%	316,8%	1774,5%
3 Turquia	67	0%	4.311	1%	50.554	84.311	7%	66,8%	1855,7%	12573,3%
4 Coreia do Sul	15.735	3%	41.635	6%	63.157	61.348	5%	-2,9%	47,3%	289,9%
5 Hong Kong	333.388	70%	378.722	54%	82.715	59.470	5%	-28,1%	-84,3%	-82,2%
6 Vietname	243	0%	4.756	1%	22.876	57.565	5%	151,6%	1110,4%	23589,3%
7 Coreia do Norte	66	0%	4.958	1%	25.840	57.487	5%	122,5%	1059,5%	87001,5%
8 Japão	11.518	2%	22.652	3%	40.425	50.747	4%	25,5%	124,0%	340,6%
9 Bangladesh	62	0%	419	0%	17.954	48.152	4%	168,2%	11392,1%	77564,5%
10 Cambodja	54	0%	281	0%	16.488	37.449	3%	127,1%	13227,0%	69250,0%
(...)										
12 Portugal	83	0%	3.242	0%	24.532	32.796	3%	33,7%	911,6%	39413,3%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

**Tabela 5: Importações chinesas de vestuário exceto de malha**

China: importações de vestuário e seus acessórios, exceto de malha: categoria 62 (HS2)										
Valor (1.000 USD)										
Origem	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	738.725	100%	814.993	100%	1.420.024	2.385.177	100%	68,0%	192,7%	222,9%
1 Itália	16.966	2%	72.301	9%	272.487	442.833	19%	62,5%	512,5%	2510,1%
2 Coreia do Norte	26.773	4%	57.971	7%	160.577	356.807	15%	122,2%	515,5%	1232,7%
3 China (re-import.)	5.339	1%	41.825	5%	219.770	335.681	14%	52,7%	702,6%	6187,3%
4 Vietname	944	0%	4.513	1%	52.178	126.819	5%	143,1%	2710,1%	13334,2%
5 Coreia do Sul	35.976	5%	54.577	7%	71.298	109.331	5%	53,3%	100,3%	203,9%
6 Roménia	161	0%	8.274	1%	50.449	95.366	4%	89,0%	1052,6%	59133,5%
7 Hong Kong	332.405	45%	298.355	37%	76.385	89.724	4%	17,5%	-69,9%	-73,0%
8 Japão	252.507	34%	119.808	15%	75.801	84.756	4%	11,8%	-29,3%	-66,4%
9 Turquia	356	0%	6.162	1%	54.508	83.224	3%	52,7%	1250,6%	23277,5%
10 França	3.828	1%	9.567	1%	47.874	73.344	3%	53,2%	666,6%	1816,0%
(...)										
19 Portugal	260	0%	3.041	0%	14.311	26.225	1%	83,3%	762,4%	9986,5%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

## Exportações portuguesas de vestuário

Com base nos dados do Eurostat, Portugal exportou em 2011 um valor total de 4,78 milhões de euros de produtos de vestuário (considerando o agregado das categorias 61 e 62) destinados à China, o que representou um acréscimo de 81,5% em relação aos dados registados em 2010. No entanto, deve-se salientar que este desempenho resultou fundamentalmente das exportações de vestuário exceto de malha, que registaram um crescimento de 109,6% cifrando-se nos 4,25 milhões de euros, enquanto o vestuário de malha caiu 12,6% cifrando-se nos 0,53 milhões de euros.

Em termos das principais subcategorias de produtos portugueses exportados para a China, no âmbito dos produtos na categoria 61 o destaque vai para: 6105 (camisas de malha, de uso masculino) com uma quota de 41,0%, 6110 (camisolas, pulôveres, cardigans, coletes e artigos semelhantes, de malha) com uma quota de 20%, e 6104 (fatos de

saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, calças, jardineiras, calças curtas e calções de malha, de uso feminino) com uma quota de 10%.

Relativamente às exportações portuguesas na categoria 62 o principal destaque vai para as subcategorias: 6203 (fatos, conjuntos, casacos, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso masculino) com uma quota de 48%, 6205 (camisas de uso masculino) com uma quota de 17% e 6204 (fatos de saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso feminino) com uma quota de 14%.

De acordo com os dados do INE, no âmbito das exportações portuguesas de vestuário, a quota da China evoluiu de forma significativa ao longo dos últimos anos, crescendo de uma proporção de 0,028% em 2005 para perto de 0,2% em 2011. Tal representou uma evolução de perto de 0,72 milhões de euros em 2005 para os quase 4,8 milhões de euros registados em 2011.

**Tabela 6: Exportações portuguesas de vestuário com destino à China**

Portugal: Exportações de vestuário com destino à China							
Código (HS2)	Valor (EUR)						
	2000	2005	2010	2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2000/11)
61	86.849	446.293	605.945	529.820	-12,6%	18,7%	510,0%
6101	:	:	82.740	217	-99,7%	:	:
6102	:	:	9.029	:	:	:	:
6103	:	7.030	17.222	8.041	-53,3%	14,4%	:
6104	:	14.235	33.809	52.744	56,0%	270,5%	:
6105	:	14.553	168.843	214.980	27,3%	1377,2%	:
6106	1.163	:	1.008	10.615	953,1%	:	812,7%
6107	:	62.393	96.716	20.667	-78,6%	-66,9%	:
6108	:	11.885	562	772	37,4%	-93,5%	:
6109	36.675	141.596	42.218	44.049	4,3%	-68,9%	20,1%
6110	25.748	45.826	97.961	105.527	7,7%	130,3%	309,8%
6111	1.227	:	26.628	4.073	-84,7%	:	231,9%
6112	6.971	115.425	9	2.036	22522,2%	-98,2%	-70,8%
6113	:	:	:	2.898	:	:	:
6114	13.330	472	6.702	4.153	-38,0%	779,9%	-68,8%
6115	1.735	22.146	22.476	40.316	79,4%	82,0%	2223,7%
6116	:	8.990	:	12.696	:	41,2%	:
6117	:	1.742	22	6.036	27336,4%	246,5%	:
62	57.860	273.270	2.029.249	4.252.921	109,6%	1456,3%	7250,4%
6201	:	47.366	700.879	324.802	-53,7%	585,7%	:
6202	:	5.242	106.149	117.148	10,4%	2134,8%	:
6203	36.200	118.063	371.474	2.021.174	444,1%	1611,9%	5483,4%
6204	1.870	24.660	225.499	588.659	161,0%	2287,1%	31379,1%
6205	17.815	21.682	377.342	743.623	97,1%	3329,7%	4074,1%
6206	:	10.273	211.555	390.510	84,6%	3701,3%	:
6207	:	:	10.612	308	-97,1%	:	:
6208	:	28.955	13.171	39.840	202,5%	37,6%	:
6209	:	:	1.981	7.231	265,0%	:	:
6210	1.975	402	2.949	1.509	-48,8%	275,4%	-23,6%
6211	1	3.345	227	11.848	5119,4%	254,2%	1184700,0%
6212	:	1.058	209	9	-95,7%	-99,1%	:
6213	:	:	354	:	:	:	:
6214	:	11.687	2.787	:	:	:	:
6215	:	:	1.549	465	-70,0%	:	:
6216	:	:	:	95	:	:	:
6217	:	187	2.512	5.700	126,9%	2948,1%	:

Fonte: baseado em dados do Eurostat

# Importações de vestuário na Índia

## Enquadramento

Os níveis de crescimento e desenvolvimento alcançados na última década levaram a Índia a uma maior participação no panorama político e comercial internacional, sendo atualmente considerada uma das mais importantes economias emergentes da Ásia.

Conforme refere a análise do aicep Portugal Global, a crise financeira mundial abrandou o ritmo de expansão da economia indiana, cujo impacto não teve outras dimensões porque o modelo de crescimento desta economia teve por base o aumento da procura interna, consequência do aparecimento de uma classe média de consumidores em rápida ascensão. De salientar que a população indiana está estimada em 2012 nos 1,22 milhões de habitantes.

De acordo com o FMI, a taxa média de crescimento da economia indiana, no período de 1994 a 2003, foi de 6%, sendo a média de 2005 a 2007 próxima de 10%. Em 2010, a Índia foi uma das economias que mais cresceu (10,5% de acordo com os dados do Banco Mundial), quando a média das principais economias mais desenvolvidas foi de 2,8% e de 6,9% no caso dos países da Ásia e Ásia Austral. Em 2011, a economia indiana cresceu a um ritmo inferior aos dois anos anteriores (6,3% face a 2010).

A economia indiana é muito diversificada, com enormes discrepâncias, conjuga a agricultura tradicional com outra mais desenvolvida, uma ampla gama de indústrias modernas e uma multiplicida-

de de serviços desenvolvidos com grande relevância económica. Convém referir que, não obstante o crescimento verificado, a Índia apresenta um índice médio de desenvolvimento dos recursos humanos (134ª posição no Human Development Index) e é considerada um país de rendimento médio baixo, com um PIB *per capita* de 1.533,67 dólares em 2011, embora represente um crescimento acentuado em relação ao valor de 740,12 dólares registado em 2005.

A Índia situou-se na 19ª posição como exportador e na 12ª como importador ao nível mundial em 2011, tendo melhorado ou mantido as suas posições face aos anos anteriores. Em 2011, os dois principais clientes da Índia foram os Emirados Árabes Unidos (EAU) e os Estados Unidos da América (EUA), que em conjunto absorveram cerca de 23% do total exportado. Seguiram-se: China (5,5%), Singapura (5,2%), Hong Kong (4,2%), Holanda (3,2%) e Reino Unido (2,9%). Estes sete maiores clientes compraram, aproximadamente, 44% do total dos bens exportados pela Índia em 2011.

Portugal ocupou a 60.ª posição como cliente da Índia em 2011, correspondendo as suas compras a 0,19% das exportações totais deste país, tendo subido uma posição em relação ao ano 2012. De acordo com os dados publicados pelo ITC, as exportações da Índia para Portugal registaram um aumento de cerca de 23% de 2010 para 2011.

Nos últimos três anos, o principal fornecedor da Índia foi a China, sendo a respetiva quota em 2011 de

12,0%. Seguiram-se: EAU (7,7%), Suíça (6,8%), Arábia Saudita (6,1%), EUA (4,9%), Iraque (3,8%) e Alemanha (3,2%). Portugal ocupou a 76.ª posição com uma quota de 0,06%, subindo 25 posições em relação ao ano 2010.

Estes sete maiores fornecedores representaram, em conjunto, cerca de 45% do total das importações efetuadas pela Índia em 2011. Os valores das importações da Índia de todos estes sete principais fornecedores aumentaram em 2011 face a 2010, tendo o montante do Iraque mais que duplicado.

Portugal, como fornecedor da Índia, ocupou em 2011 a 76.ª posição, representando apenas 0,1% do valor global das respetivas importações, embora as exportações portuguesas efetuadas nesse ano tenham mais que triplicado o montante registado em 2010, segundo os dados publicados pelo ITC.

## Importações de vestuário

De acordo com a análise apresentada pelo Textiles Intelligence, as importações indianas de vestuário cresceram uns expressivos 51,9% para os 235,8 milhões de dólares em 2010, tendo também crescido a uma taxa significativa ao longo dos nove anos anteriores. Além disso, na medida em que as importações indianas são reduzidas ao nível mundial, representam menos de 0,1% do total das importações globais em 2011, possuem um enorme potencial de crescimento.

A procura de vestuário no retalho na Índia cresceu 24,8% em 2010 e 15,2% em 2011, de acordo com os dados do Economist Intelligence Unit (EIU), e o crescimento ao longo do período de cinco anos até 2016 deverá atingir os 16,9% ao ano, à semelhança do que acontece com a China. Como resultado, a procura de vestuário no retalho na Índia deverá ultrapassar a procura de vestuário no retalho em diversos outros países durante o período de cinco anos em questão, incluindo: Austrália, Coreia do Sul e Rússia.

A Índia possui uma classe média em crescimento, com cerca de 300 milhões de pessoas e uma paridade de poder de compra de 30.000 dólares ao ano. Este grupo de consumidores procura aceder a produtos de classe internacional, está a adotar tendências internacionais de forma muito mais rápida do que anteriormente previsto e o consumo está a deslocar-se para além das grandes cidades no sentido das de menor dimensão.

Segundo os dados publicados pelo Textiles Intelligence, o principal país fornecedor de vestuário da Índia em 2010 foi a China. De salientar que as importações da China aumentaram uns acentuados 88,7% durante o ano, e a sua quota no mercado indiano de importação aumentou 6,3 p.p., atingindo os 32,4%.

As importações provenientes do Sri Lanka e do Bangladesh também aumentaram de forma significativa em 2010 e os dois países conquistaram quota de mercado. As importações do Sri Lanka

criaram 65,3%, levando a quota do país a atingir os 9,1% e este país subiu uma posição para tornar-se no 2.º principal fornecedor de vestuário da Índia. Por seu turno, as importações provenientes do Bangladesh subiram 129,3% e o país subiu dois lugares para tornar-se no 4.º principal fornecedor, logo a seguir à Itália que ocupou a 3.ª posição com uma quota de 7,5% e um crescimento de 31,5% em relação ao ano anterior.

De salientar também que as importações indianas com origem em Espanha 6.º principal fornecedor, após Hong Kong e Malásia, subiram 155,1% em 2010, representando a maior taxa de crescimento entre os dez principais fornecedores. Como resultado deste crescimento, a quota da Espanha no mercado indiano de vestuário aumentou dos 2,2% para os 3,7% e o país subiu seis posições para tornar-se no 7.º principal fornecedor.

Relativamente aos dados de 2011 disponibilizados pelo ITC, as importações indianas de ves-

tuário de malha registaram um crescimento de 60,0% cifrando-se nos 119,37 milhões de dólares. Entre as principais origens das importações indianas nesta categoria de produtos, o destaque vai para: China (quota de 44% e crescimento de 68,0%), Bangladesh (quota de 13% e crescimento de 222,7%), Itália (quota de 4% e crescimento de 32,7%), Sri Lanka (quota de 4% e crescimento de 51,5%) e Espanha (quota de 3% e crescimento de 10,6%).

Relativamente às importações indianas de vestuário exceto de malha (categoria 62), de acordo com os dados do ITC para 2011, estas ficaram cifradas nos 166,4 milhões de euros, o que representou um crescimento de 64,2% em relação ao ano 2010. Entre os principais fornecedores o destaque vai para: China (quota de 28% e crescimento de 60,4%), Bangladesh (quota de 16% e crescimento de 134,3%), Itália (quota de 10% e crescimento de 45,3%), Sri Lanka (quota de 9% e crescimento de 55,7%) e Nepal (quota de 6% e crescimento de 44,3%).

**Tabela 7: Importações indianas de vestuário de malha**

Índia: importações de vestuário e seus acessórios, de malha: categoria 61 (HS2)										
Origem	Valor (1.000 USD)									
	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	12.455	100%	15.451	100%	74.619	119.370	100%	60,0%	672,6%	858,4%
1 China	1.567	13%	3.845	25%	30.931	51.957	44%	68,0%	1251,3%	3215,7%
2 Bangladesh	1	0%	84	1%	4.749	15.327	13%	222,7%	18146,4%	1532600,0%
3 Itália	130	1%	811	5%	3.916	5.195	4%	32,7%	540,6%	3896,2%
4 Sri Lanka	40	0%	104	1%	3.271	4.955	4%	51,5%	4664,4%	12287,5%
5 Espanha	248	2%	631	4%	3.407	3.768	3%	10,6%	497,1%	1419,4%
6 Hong Kong	464	4%	1.411	9%	4.558	3.700	3%	-18,8%	162,2%	697,4%
7 Estados Unidos	635	5%	703	5%	2.636	3.615	3%	37,1%	414,2%	469,3%
8 Alemanha	529	4%	385	2%	1.612	3.372	3%	109,2%	775,8%	537,4%
9 Reino Unido	193	2%	1.065	7%	4.012	3.287	3%	-18,1%	208,6%	1603,1%
10 Tailândia	314	3%	694	4%	2.771	2.931	2%	5,8%	322,3%	833,4%
(...)										
27 Portugal	0	0%	15	0%	356	302	0%	-15,2%	1913,3%	:

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

**Tabela 8: Importações indianas de vestuário exceto de malha**

Índia: importações de vestuário e seus acessórios, excepto de malha: categoria 62 (HS2)										
Origem	Valor (1.000 USD)									
	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	28.411	100%	33.452	100%	101.356	166.449	100%	64,2%	397,6%	485,9%
1 China	11.480	40%	5.483	16%	29.246	46.907	28%	60,4%	755,5%	308,6%
2 Bangladesh	1.709	6%	1.049	3%	11.315	26.506	16%	134,3%	2426,8%	1451,0%
3 Itália	400	1%	3.496	10%	11.039	16.040	10%	45,3%	358,8%	3910,0%
4 Sri Lanka	86	0%	260	1%	9.306	14.488	9%	55,7%	5472,3%	16746,5%
5 Nepal	5.314	19%	6.475	19%	6.350	9.166	6%	44,3%	41,6%	72,5%
6 Espanha	7	0%	624	2%	4.975	6.629	4%	33,2%	962,3%	94600,0%
7 Alemanha	219	1%	827	2%	2.213	5.304	3%	139,7%	541,4%	2321,9%
8 Estados Unidos	1.014	4%	1.641	5%	1.710	4.426	3%	158,8%	169,7%	336,5%
9 França	35	0%	348	1%	2.623	4.221	3%	60,9%	1112,9%	11960,0%
10 Dinamarca	4	0%	547	2%	3.109	3.681	2%	18,4%	572,9%	91925,0%
(...)										
26 Portugal	16	0%	68	0%	645	524	0%	-18,8%	670,6%	3175,0%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre



## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados do Eurostat, as exportações portuguesas de vestuário (considerando o agregado das categorias 61 e 62) destinadas ao mercado indiano ficaram cifradas nos 99,8 mil euros em 2011, o que representou um crescimento na ordem dos 17,4%.

Do total destas exportações, os produtos abrangidos pela categoria 61 (vestuário e seus acessórios, de malha) representaram um total de 69,7 mil euros com um crescimento de 88,2%. Entre as principais subcategorias de produtos o destaque vai para a 6105 (camisas de malha, de uso masculino) com uma proporção de 73%.

Relativamente à categoria 62 (vestuário e seus acessórios, exceto de malha), o total das expor-

tações portuguesas ficou cifrado nos 30,1 mil euros, tendo evidenciado uma quebra de 37,3% em relação ao valor de 2010. Entre as principais subcategorias de produtos o destaque vai para a subcategoria 6203 (fatos, conjuntos, casacos, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso masculino) que apresentou uma quota de 49% das exportações de vestuário exceto de malha.

No âmbito das exportações portuguesas de vestuário, a quota da Índia é muito reduzida, na ordem dos 0,004% com um valor abaixo dos 100 mil euros em 2011. Efetivamente, a quota da Índia caiu em relação a 2005, ano em que registou uma proporção de 0,005% com um total de quase 120 mil euros de exportações. De salientar que durante o período em análise o maior valor de exportações portuguesas foi registado em 2007, com mais de 500 mil euros de exportações de vestuário e uma quota de 0,019%.

**Tabela 9: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Índia**

Portugal: Exportações de vestuário com destino à Índia							
Código (HS2)	Valor (EUR)						
	2000	2005	2010	2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2000/11)
61	34	51.445	37.041	69.723	88,2%	35,5%	204967,6%
6101	:	:	:	:	:	:	:
6102	:	:	:	188	:	:	:
6103	:	:	:	1.311	:	:	:
6104	:	7.863	2.254	4.400	95,2%	-44,0%	:
6105	:	:	4.701	51.032	985,6%	:	:
6106	:	:	:	1.706	:	:	:
6107	:	:	:	:	:	:	:
6108	:	2.684	:	:	:	:	:
6109	34	22.947	2.135	3.092	44,8%	-86,5%	8994,1%
6110	:	1.988	:	2.124	:	6,8%	:
6111	:	5.122	140	:	:	:	:
6112	:	:	:	:	:	:	:
6113	:	:	:	:	:	:	:
6114	:	3	19.126	753	-96,1%	25000,0%	:
6115	:	1.137	:	2.908	:	155,8%	:
6116	:	:	:	:	:	:	:
6117	:	9.701	8.685	2.209	-74,6%	-77,2%	:
62	13.523	68.490	47.997	30.114	-37,3%	-56,0%	122,7%
6201	:	10.671	:	4.177	:	-60,9%	:
6202	15	90	3.428	16	-99,5%	-82,2%	6,7%
6203	17	29.445	37.233	14.653	-60,6%	-50,2%	86094,1%
6204	114	3.082	683	3.789	454,8%	22,9%	3223,7%
6205	15	18.826	11	:	:	:	:
6206	:	1	3.682	4.008	8,9%	400700,0%	:
6207	242	1	491	:	:	:	:
6208	:	1	:	:	:	:	:
6209	15	:	:	:	:	:	:
6210	:	:	2.351	3.007	27,9%	:	:
6211	773	514	:	23	:	-95,5%	-97,0%
6212	12.334	2.023	:	:	:	:	:
6213	:	:	:	:	:	:	:
6214	:	188	:	:	:	:	:
6215	:	:	:	72	:	:	:
6216	:	:	:	:	:	:	:
6217	:	3.648	118	369	212,7%	-89,9%	:

Fonte: baseado em dados do Eurostat

# Importações de vestuário na Indonésia

## Enquadramento

Com uma população de 240,3 milhões de habitantes (dados de 2009), a Indonésia é o 4.º país mais populoso do mundo, a seguir à China, Índia e EUA. De referir ainda que em 2011 a Indonésia ocupou a 17.ª posição entre os países com o PIB mais elevado (de acordo com os dados do Banco Mundial). De destacar ainda que a Indonésia é a maior economia do Sudeste Asiático e um dos membros do G-20.

No entanto, apesar do forte crescimento económico conseguido ao longo dos últimos anos, de acordo com os dados do Banco Mundial, com crescimentos do PIB entre os 4,6% (2009) e os 6,5% (2011), a Indonésia é um país que ainda enfrenta desafios significativos, com problemas de pobreza e desemprego, infraestruturas inadequadas, corrupção, burocracia e desigualdades ao nível da distribuição regional de recursos, de acordo com a análise apresentada no World Factbook (CIA).

Em termos do PIB *per capita*, a Indonésia registou uma evolução muito significativa, passando de um valor na ordem dos 1.273,47 dólares em 2005, para os 3.471,43 dólares em 2011 (de acordo com os dados do Banco Mundial). Ou seja, o PIB *per capita* da Indonésia mais que duplicou ao longo deste período.

De acordo com os dados da Organização Mundial de Comércio (OMC), ao nível do comércio de mercadorias, a Indonésia ocupou a 26.ª posição como exportador e a 29.ª posição como importador.

Segundo a análise do aicep Portugal Global, a Indonésia é um parceiro comercial com pouca relevância na estrutura do comércio internacional português, ocupando, em 2011, o 89.º lugar no ranking dos clientes de Portugal. O peso das exportações portuguesas para a Indonésia nesse ano foi de apenas 0,03% do respetivo total, como se tinha verificado em 2010, sendo a quota mais elevada de 2007 a 2011.

Em termos de ranking dos fornecedores de Portugal, a Indonésia posicionou-se, em 2011, no 50.º lugar, tendo o peso das compras portuguesas a esse país, nesse ano, sido de 0,15% do respetivo valor global, a terceira melhor posição e a melhor percentagem do período em análise (a quota é semelhante à registada em 2009). Em termos da importância de Portugal nos fluxos comerciais da Indonésia, em 2011 o nosso país situou-se na 65.ª posição como cliente, com uma quota de 0,06%, e no 85.º lugar enquanto fornecedor, com um valor percentual de 0,01%.

**Tabela 10: Importações indonésias de vestuário de malha**

Indonésia: importações de vestuário e seus acessórios, de malha: categoria 61 (HS2)										
Valor (1.000 USD)										
Origem	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	7.555	100%	23.090	100%	128.102	144.228	100%	12,6%	524,6%	1809,0%
1 China	1.814	24%	9.069	39%	56.129	62.724	43%	11,7%	591,6%	3357,8%
2 Singapura	181	2%	2.451	11%	14.091	14.743	10%	4,6%	501,5%	8045,3%
3 Coreia do Sul	229	3%	292	1%	5.251	11.313	8%	115,4%	3774,3%	4840,2%
4 Hong Kong	2.464	33%	3.711	16%	12.695	7.549	5%	-40,5%	103,4%	206,4%
5 Turquia	20	0%	661	3%	3.405	6.750	5%	98,2%	921,2%	33650,0%
6 Portugal	0	0%	746	3%	4.421	5.558	4%	25,7%	645,0%	:
7 Malásia	48	1%	518	2%	9.420	4.519	3%	-52,0%	772,4%	9314,6%
8 Bangladesh	8	0%	135	1%	1.662	4.039	3%	143,0%	2891,9%	50387,5%
9 Tailândia	68	1%	654	3%	2.483	3.630	3%	46,2%	455,0%	5238,2%
10 Índia	23	0%	553	2%	3.668	3.529	2%	-3,8%	538,2%	15243,5%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

**Tabela 11: Importações indonésias de vestuário exceto de malha**

Indonésia: importações de vestuário e seus acessórios, excepto de malha: categoria 62 (HS2)										
Valor (1.000 USD)										
Origem	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	10.006	100%	30.148	100%	160.523	187.875	100%	17,0%	523,2%	1777,6%
1 China	2.125	21%	10.601	35%	77.683	76.552	41%	-1,5%	622,1%	3502,4%
2 Hong Kong	2.259	23%	5.300	18%	31.376	27.958	15%	-10,9%	427,5%	1137,6%
3 Coreia do Sul	468	5%	211	1%	6.758	10.148	5%	50,2%	4709,5%	2068,4%
4 Marrocos	0	0%	1.430	5%	5.354	8.431	4%	57,5%	489,6%	:
5 Turquia	3	0%	952	3%	4.844	7.918	4%	63,5%	731,7%	263833,3%
6 Vietname	99	1%	261	1%	2.664	6.534	3%	145,3%	2403,4%	6500,0%
7 Índia	138	1%	1.817	6%	4.531	6.272	3%	38,4%	245,2%	4444,9%
8 Japão	267	3%	200	1%	788	5.174	3%	556,6%	2487,0%	1837,8%
9 Singapura	272	3%	1.578	5%	6.144	4.702	3%	-23,5%	198,0%	1628,7%
10 Indonésia	755	8%	708	2%	1.656	3.562	2%	115,1%	403,1%	371,8%
(...)										
16 Portugal	0	0%	208	1%	1.305	2.034	1%	55,9%	877,9%	:

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

## Importações de vestuário

De acordo com a análise apresentada pelo Textiles Intelligence, as importações de vestuário da Indonésia cresceram 35,8% para os 365 milhões de dólares em 2010. Este aumento representou a continuação de um forte crescimento ao longo de grande parte da década de 2000. Efetivamente, as importações indonésias de vestuário quase decuplicaram, com um crescimento médio de 25,0% ao ano entre 2000 e 2010, apesar da quebra de 10,2% registada em 2009.

O crescimento nas importações em 2010 foi refletido por uma subida de 28,1% na procura de vestuário no retalho indonésio. A procura no retalho também cresceu de forma significativa em 2011, tendo aumentado 17,1%. De salientar ainda que a procura no retalho está prevista aumentar em média 13,3% ao ano entre 2011 e 2016. Caso estas previsões se concretizem, a Indonésia poderá tornar-se no terceiro principal mercado de retalho do mundo, atrás da China e da Índia.

O principal país fornecedor de vestuário para a Indonésia em 2010 foi a China, com uma quota de mercado de 42,0%, evidenciando uma subida dos 40,4% registados no ano anterior. Este crescimento de quota foi o resultado de uma subida de 41,1% das importações que atingiram um novo máximo de 153 milhões de dólares, mais do dobro dos 69 milhões de dólares de vestuário importado da China em 2007. No entanto, a quota

da China em 2010 ficou aquém dos 50,8% conseguidos em 2007.

As importações com origem em Hong Kong, o 2.º principal fornecedor da Indonésia, cresceram uns expressivos 59,9% em 2010 e a sua quota no mercado cresceu 2,4 p.p., atingindo os 15,6%. No entanto, ao longo do período de 10 anos findo em 2010, as importações de Hong Kong cresceram em média apenas 19,8% por ano, o que representou a mais baixa taxa de crescimento entre os dez principais fornecedores. Como resultado, a quota de Hong Kong caiu 8,3 p.p. dos 23,9% registados em 2000.

De forma semelhante, as importações da Coreia do Sul, o 4.º principal país fornecedor da Indonésia, cresceram em média 20,9% ao ano entre 2000 e 2010, o que representou a segunda mais baixa taxa de crescimento entre os dez principais fornecedores em 2010.

De acordo com os dados disponíveis no ITC, entre os principais fornecedores de vestuário de malha (categoria 61) o destaque vai para a China (quota de 43% e subida de 11,7%), seguida por: Singapura (quota de 10% e subida de 4,6%), Coreia do Sul (quota de 8% e subida de 115,4%), Hong Kong (quota de 5% e quebra de 40,5%) e Turquia (quota de 5% e subida de 98,2%).

Relativamente aos principais fornecedores de vestuário exceto de malha (categoria 62), de acordo com os dados do ITC, o destaque vai para a China (quota de 41% e quebra de 1,5%), seguida por:

Hong Kong (quota de 15% e quebra de 10,9%), Coreia do Sul (quota de 5% e subida de 50,2%), Marrocos (quota de 4% e subida de 57,5%) e Turquia (quota de 4% e subida de 63,5%).

## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados disponíveis no Eurostat, as exportações portuguesas de produtos de vestuário destinadas à Indonésia são praticamente nulas, cifrando-se ligeiramente aquém dos 43,7 mil euros. A grande proporção das exportações está enquadrada na categoria 62 (vestuário e seus acessórios, exceto de malha), cujo valor em 2011 cifrou-se nos 37,5 mil euros. Deste total, 94% es-

tão associados aos produtos da subcategoria 6217 (outros acessórios confeccionados de vestuário; partes de vestuário ou dos seus acessórios, exceto as da posição 6212).

De acordo com os dados do INE, a Indonésia possui uma representatividade residual nas exportações portuguesas de vestuário. Entre 2005 e 2011, o ano mais representativo foi o de 2011 com um valor de quase 43,7 mil euros, assumindo este país uma proporção de 0,002% do total das exportações portuguesas nestas categorias de produtos.

Tabela 12: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Indonésia

Portugal: Exportações de vestuário com destino à Indonésia							
Código (HS2)	Valor (EUR)						
	2000	2005	2010	2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2000/11)
61	9.656	14.190	:	6.133	:	-56,8%	-36,5%
6101	:	:	:	:	:	:	:
6102	:	:	:	:	:	:	:
6103	106	:	:	:	:	:	:
6104	261	1.374	:	:	:	:	:
6105	18	601	:	:	:	:	:
6106	:	:	:	:	:	:	:
6107	14	:	:	:	:	:	:
6108	792	1.856	:	:	:	:	:
6109	3.999	6.315	:	5.858	:	-7,2%	46,5%
6110	2.371	4.044	:	275	:	-93,2%	-88,4%
6111	:	:	:	:	:	:	:
6112	2.095	:	:	:	:	:	:
6113	:	:	:	:	:	:	:
6114	:	:	:	:	:	:	:
6115	:	:	:	:	:	:	:
6116	:	:	:	:	:	:	:
6117	:	:	:	:	:	:	:
62	14.466	:	:	37.522	:	:	159,4%
6201	:	:	:	:	:	:	:
6202	:	:	:	:	:	:	:
6203	:	:	:	:	:	:	:
6204	371	:	:	2.333	:	:	528,8%
6205	25	:	:	:	:	:	:
6206	5.083	:	:	:	:	:	:
6207	64	:	:	:	:	:	:
6208	:	:	:	:	:	:	:
6209	:	:	:	:	:	:	:
6210	:	:	:	:	:	:	:
6211	8.909	:	:	30	:	:	-99,7%
6212	:	:	:	:	:	:	:
6213	:	:	:	:	:	:	:
6214	:	:	:	:	:	:	:
6215	:	:	:	:	:	:	:
6216	:	:	:	:	:	:	:
6217	14	:	:	35.159	:	:	251035,7%

Fonte: baseado em dados do Eurostat



# Importações de vestuário na Turquia

## Enquadramento

Com uma população estimada em 2012 de 74,7 milhões de habitantes e o 19.º maior PIB do mundo em 2011 (segundo dados do Banco Mundial), a economia da Turquia é cada vez mais fomentada pelos seus sectores de indústria e serviços, apesar do sector agrícola ainda representar cerca de 25% do emprego.

O PIB turco, após contrair 5,3% em 2001, cresceu a uma taxa média anual de 6,7%, entre 2002 e 2007, registando um período de forte desenvolvimento económico. Acusando a crise financeira mundial, a taxa de crescimento do PIB desacelerou para 0,8% em 2008 e contraiu 5,1% em 2009. Após recuperar para uma taxa média de crescimento de 9% em 2010 e 2011

Com base nestes indicadores, a análise desenvolvida pelo aicep Portugal Global salienta a vulnerabilidade macroeconómica da Turquia face às oscilações conjunturais da economia mundial, provavelmente devido às necessidades de financiamento externo, refletidas numa elevada dependência do investimento de curto prazo, significativamente volátil, para financiar o seu défice comercial, bem como à crise da dívida soberana da Zona Euro (seu principal mercado de exportação e principal fonte de capital).

A procura interna turca tem sido o fator determinante da expansão da atividade económica, refletida numa contração mais ou menos expressiva em

todos os períodos de crise económico-financeira, como em 2001 (-11,6%), 2008 e 2009 (-1% e -7,6%, respetivamente) e em 2012 (-1%, estimativa); nos anos restantes registou sempre taxas médias de crescimento significativas (8,5% ao ano no período 2002-2007 e 11,8% em 2010-2011),

De acordo com os dados do Banco Mundial, o PIB *per capita* da Turquia cifrou-se em 2011 na ordem dos 10.604,84 dólares, o que evidencia um crescimento de quase 50% em relação aos 7.129,58 dólares registados em 2005.

Dependendo, grosso modo, as oscilações do PIB da evolução da procura interna e das exportações líquidas, as variáveis fundamentais como o consumo privado e a formação bruta de capital fixo, por um lado, e as exportações e importações de bens e serviços, por outro, têm assumido o papel de locomotiva/travão da expansão/contração da atividade económica, em conformidade com a conjuntura económica internacional.

No âmbito das relações comerciais internacionais, em 2011 a Turquia posicionava-se no 32.º lugar no ranking mundial de exportadores, com uma quota de mercado de 0,74%, e no 20.º lugar no de fornecedores, com uma quota de mercado de 1,31%.

De acordo com os dados do ITC divulgados pelo aicep Portugal Global, entre os principais destinos das exportações turcas, a Alemanha assume a lide-

rança com uma quota de 10,3% em 2011, seguida pelo Iraque (6,2%) e o Reino Unido (6,0%). Portugal ocupou a 50.<sup>a</sup> posição, com uma quota de 0,33%, caindo cinco lugares relativamente ao ano 2010.

Entre os principais fornecedores da Turquia, de acordo com os dados do ITC para 2011, o destaque vai para a Rússia (com uma quota de 9,9%), seguida por: Alemanha (9,5%), China (9,0%), EUA (6,7%) e Itália (5,6%). Portugal ocupou a 52.<sup>a</sup> posição com uma quota de 0,25%, subindo uma posição em relação ao ano 2010.

## Importações de vestuário

Segundo a análise apresentada pelo Textiles Intelligence, as importações de vestuário da Turquia aumentaram 32,0% atingindo um valor recorde de 2.835 milhões de dólares em 2010. O aumento surgiu após uma quebra de 3,1% registada em 2009, mas esta seguiu-se a sete anos consecutivos de crescimento de dois dígitos. As importações em 2010 mais que duplicaram o valor registado em 2000.

O aumento das importações em 2010 foi refletido num aumento de 22,1% na procura no retalho de vestuário durante o ano, de acordo com os dados do Economist Intelligence Unit (EIU). A procura de retalho de vestuário está também estimada ter aumentado em 2011, embora com uns mais lentos 5,5%. O crescimento da procura deverá recuperar

ligeiramente em 2012, para os 7,4%, e ainda mais nos anos seguintes. Como resultado, espera-se um crescimento médio anual de 12,4% entre 2012 e 2016.

O principal país fornecedor de vestuário para a Turquia em 2010 foi a China, com uma quota de 34,1% do mercado. Esta quota ficou bastante acima dos 27,8% conquistados em 2009, e mais do dobro da quota de 16,8% detida pela China em 2008. Este aumento de representatividade resultou de aumentos nas importações na ordem dos 62,0% em 2010 e 60,4% em 2009, ano em que o total das importações turcas de vestuário caiu.

As importações com origem no Bangladesh também aumentaram nos dois anos em causa, na ordem dos 22,6% em 2009 e 56,0% em 2010, e a quota do país no mercado de importação de vestuário aumentou no período de dois anos, passando dos 15,3% para os 22,9%. Efetivamente, as importações com origem no Bangladesh subiram pelo 11.º ano consecutivo em 2010, assim como a quota do Bangladesh no mercado, evoluindo de uns negligenciáveis 0,1% em 1999.

Por seu lado, as importações provenientes do Sri Lanka aumentaram anualmente entre 2001 e 2010 e a sua quota de mercado cresceu de apenas 0,1% para os 3,5%. De salientar que, ao longo do período de dez anos até 2010, o Bangladesh e o Sri Lanka foram os fornecedores asiáticos com melhor desempenho no mercado de importação da Turquia.

As importações com origem na Índia aumentaram 12,6% em 2010, após caírem 15,1% no ano anterior, enquanto as importações do Vietname cresceram 25,8% em 2010, após uma queda de 23,3% em 2009. As importações do Paquistão, por seu turno, cresceram apenas 6,7% em 2010. Como resultado destas tendências, os três países perderam quota de mercado em 2010.

Entre os países europeus, as principais fontes de importações são a Espanha e a Itália, os quais cresceram de forma modesta em 2010 e perderam quota de mercado.

As importações com origem em Itália cresceram 9,8% após o declínio de 36,0% no ano anterior. Como resultado, as importações permaneceram abaixo dos níveis registados durante o período de 2006 a 2008. De salientar que a quota da Itália no mercado turco caiu pelo nono ano consecutivo de um máximo de 22,9% registado em 2001 para apenas 4,6% em 2010. A Itália foi o maior fornecedor de vestuário da Turquia em 2001, mas em 2010 ocupou apenas a 5.<sup>a</sup> posição.

As importações com origem em Espanha aumentaram 13,3% atingindo um valor recorde de 52,0 milhões de euros em 2010, mas a quota da Espanha no mercado turco caiu para 1,8%. Em 2000 a Espanha era responsável por 7,5% do mercado,

mas a sua quota caiu praticamente todos os anos entre 2000 e 2010. As importações com origem em Espanha cresceram em média apenas 10,1% ao ano ao longo deste período, o que representou a segunda mais lenta taxa de crescimento entre os dez maiores fornecedores, de acordo com os dados de 2010.

Com base nos dados disponibilizados pelo ITC, e analisando o caso das importações turcas de vestuário de malha (categoria 61), foi registado um crescimento de 7,7% em relação a 2010, cifrando-se estas acima dos 1,08 mil milhões de dólares. Entre os principais fornecedores em 2011, o destaque vai para a China (quota de 32% e subida de 11,3%), seguida por: Bangladesh (quota de 29% e quebra de 8,4%), Índia (quota de 5% e subida de 11,7%), Itália (quota de 5% e subida de 22,5%) e Sri Lanka (quota de 3% e subida de 39,9%).

Relativamente às importações no âmbito da categoria 62 (vestuário e seus acessórios, exceto de malha) registadas ao longo do ano 2011, os dados do ITC indicam um valor na ordem dos 1,87 mil milhões de dólares, evidenciando uma subida de 20,9% em relação ao ano 2010. Entre os principais fornecedores o destaque vai para a China (quota de 40% e crescimento de 29,5%), seguida por: Bangladesh (quota de 20% e subida de 21,3%), Índia (quota de 6% e subida de 17,8%), Itália (quota de 5% e subida de 20,0%) e Vietname (quota de 3% e subida de 27,5%).

**Tabela 13: Importações turcas de vestuário de malha**

Turquia: importações de vestuário e seus acessórios, de malha: categoria 61 (HS2)										
Origem	Valor (1.000 USD)									
	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	83.731	100%	252.711	100%	1.007.371	1.084.899	100%	7,7%	329,3%	1195,7%
1 China	9.462	11%	46.285	18%	309.767	344.803	32%	11,3%	645,0%	3544,1%
2 Bangladesh	826	1%	17.068	7%	342.726	313.913	29%	-8,4%	1739,2%	37904,0%
3 Índia	341	0%	8.794	3%	48.481	54.163	5%	11,7%	515,9%	15783,6%
4 Itália	21.817	26%	30.313	12%	41.931	51.346	5%	22,5%	69,4%	135,3%
5 Sri Lanka	95	0%	5.162	2%	20.305	28.413	3%	39,9%	450,4%	29808,4%
6 Espanha	6.001	7%	4.623	2%	23.063	24.539	2%	6,4%	430,8%	308,9%
7 Vietname	700	1%	739	0%	16.756	21.820	2%	30,2%	2852,6%	3017,1%
8 Cambodja	197	0%	1.530	1%	12.114	20.014	2%	65,2%	1208,1%	10059,4%
9 Alemanha	4.828	6%	11.149	4%	18.038	18.555	2%	2,9%	66,4%	284,3%
10 Egito	14	0%	1.796	1%	16.934	17.729	2%	4,7%	887,1%	126535,7%
(...)										
12 Portugal	1.496	2%	5.581	2%	13.457	15.963	1%	18,6%	186,0%	967,0%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

**Tabela 14: Importações turcas de vestuário exceto de malha**

Turquia: importações de vestuário e seus acessórios, excepto de malha: categoria 62 (HS2)										
Origem	Valor (1.000 USD)									
	2001	P%2001	2005	P%2005	2010	2011	P% 2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2001/11)
Mundo	113.056	100%	433.390	100%	1.550.014	1.874.313	100%	20,9%	332,5%	1557,9%
1 China	14.547	13%	97.813	23%	577.824	748.303	40%	29,5%	665,0%	5044,0%
2 Bangladesh	255	0%	22.695	5%	305.103	370.183	20%	21,3%	1531,1%	145069,8%
3 Índia	1.405	1%	29.967	7%	98.391	115.906	6%	17,8%	286,8%	8149,5%
4 Itália	28.940	26%	57.277	13%	77.862	93.467	5%	20,0%	63,2%	223,0%
5 Vietname	1.864	2%	2.541	1%	50.431	64.291	3%	27,5%	2430,1%	3349,1%
6 Egito	1	0%	389	0%	29.331	48.899	3%	66,7%	12470,4%	4889800,0%
7 Sri Lanka	196	0%	5.168	1%	78.268	46.725	2%	-40,3%	804,1%	23739,3%
8 Paquistão	860	1%	3.485	1%	45.452	44.102	2%	-3,0%	1165,5%	5028,1%
9 Zonas Francas	3.026	3%	33.549	8%	37.252	39.733	2%	6,7%	18,4%	1213,1%
10 Espanha	7.485	7%	20.319	5%	25.131	34.276	2%	36,4%	68,7%	357,9%
(...)										
22 Portugal	1.343	1%	2.952	1%	7.099	9.259	0%	30,4%	213,7%	589,4%

Fonte: baseado em dados do International Trade Centre

## Exportações portuguesas de vestuário

De acordo com os dados do Eurostat, Portugal exportou em 2011 um total de 808,1 mil euros de produtos de vestuário (agregado das categorias 61 e 62) para a Turquia, evidenciando um expressivo crescimento de 530,5% em relação a 2010.

Quase 89% do vestuário exportado para a Turquia enquadra-se na categoria 61 (vestuário e seus acessórios, de malha), tendo esta crescido 526,7%. Entre os produtos mais exportados, o destaque vai para: 6109 (t-shirts e camisolas interiores, de malha) com uma quota de 62%, 6111 (vestuário e seus acessórios, de malha, para bebés) com uma quota de 11% e 6110 (camisolas, pulôveres, cardigans, coletes e artigos semelhantes, de malha) com uma quota de 9%.

No âmbito da categoria 62 (vestuário e seus acessórios, exceto de malha) foi registada uma subida também expressiva na ordem dos 561,9% ficando cifradas nos 90,8 mil euros. Entre as principais subcategorias de produtos o destaque vai para: 6204 (fatos de saia-casaco, conjuntos, casacos, vestidos, saias, calças, jardineiras, calças curtas e calções, de uso feminino) com uma quota de 34%, 6210 (vestuário confeccionado com as matérias das posições 5602, 5603, 5903, 5906 ou 5907) com uma quota de 21% e 6209 (vestuário e seus acessórios, para bebés) com uma quota de 20%.

De acordo com os dados do INE, ao longo do período de 2005 a 2011, o último ano em causa representou o mais significativo para as exportações portuguesas de vestuário destinadas à Turquia, com uma representatividade de 0,033%. A evolução é notória em relação ao ano 2005, em que o valor das exportações ficou cifrado nos 418,5 mil euros com uma representatividade de 0,016% das exportações portuguesas nestas categorias de produtos.

Tabela 15: Exportações portuguesas de vestuário com destino à Turquia

Portugal: Exportações de vestuário com destino à Turquia							
Código (HS2)	Valor (EUR)						
	2000	2005	2010	2011	Δ% (2010/11)	Δ% (2005/11)	Δ% (2000/11)
61	310.712	211.696	114.460	717.299	526,7%	238,8%	130,9%
6101	:	:	152	10.633	6895,4%	:	:
6102	:	:	:	138	:	:	:
6103	14.051	3.865	6.043	17.989	197,7%	365,4%	28,0%
6104	3.346	5.596	19.109	18.234	-4,6%	225,8%	444,9%
6105	:	803	20.691	8.328	-59,8%	937,1%	:
6106	:	552	6.782	325	-95,2%	-41,1%	:
6107	7.705	2.008	:	367	:	-81,7%	-95,2%
6108	4.980	1.162	188	8.749	4553,7%	652,9%	75,7%
6109	54.705	87.633	20.408	442.217	2066,9%	404,6%	708,4%
6110	91.869	52.614	8.539	66.767	681,9%	26,9%	-27,3%
6111	:	8.853	:	80.900	:	813,8%	:
6112	:	:	945	16.889	1687,2%	:	:
6113	:	325	:	110	:	-66,2%	:
6114	102.211	5.232	5.100	12.458	144,3%	138,1%	-87,8%
6115	24.768	42.434	12.938	32.265	149,4%	-24,0%	30,3%
6116	7.077	:	:	44	:	:	-99,4%
6117	:	619	13.565	886	-93,5%	43,1%	:
62	512.849	152.294	13.724	90.844	561,9%	-40,3%	-82,3%
6201	57.625	475	:	694	:	46,1%	-98,8%
6202	45.065	111	:	82	:	-26,1%	-99,8%
6203	221.432	21.625	110	7.952	7129,1%	-63,2%	-96,4%
6204	44.951	1.605	6.764	31.164	360,7%	1841,7%	-30,7%
6205	112.885	95.236	:	2.762	:	-97,1%	-97,6%
6206	10.941	260	:	326	:	25,4%	-97,0%
6207	:	10.170	:	79	:	-99,2%	:
6208	:	1.411	:	100	:	-92,9%	:
6209	:	:	:	18.219	:	:	:
6210	4.966	8.705	5.034	19.503	287,4%	124,0%	292,7%
6211	10.482	585	284	8.712	2967,6%	1389,2%	-16,9%
6212	4.502	849	1.364	93	-93,2%	-89,0%	-97,9%
6213	:	:	:	:	:	:	:
6214	:	:	168	337	100,6%	:	:
6215	:	:	:	4	:	:	:
6216	:	:	:	23	:	:	:
6217	:	11.262	:	794	:	-92,9%	:

Fonte: baseado em dados do Eurostat

## Considerações finais

Nos cinco países em análise tem-se registado, ao longo dos últimos anos, um acentuado crescimento ao nível do retalho de vestuário. Este crescimento pode ser em parte explicado pelo impacto do aumento no rendimento disponível por parte dos agregados familiares e pelo crescimento do número de jovens profissionais que reforçam a classe consumidora. Esta evolução do retalho tem promovido o crescimento das importações de vestuário para estes países.

De salientar também que os cinco países em análise registaram, ao longo da última década, crescimentos muito significativos em termos do PIB *per capita*. Entre 2000 e 2011 todos estes países mais que duplicaram este indicador, com a China a mais que quintuplicar e a Indonésia a mais que triplicar. Entre 2005 e 2011 todos estes países, com a exceção da Turquia, mais que duplicaram o PIB *per capita*, com a China a mais que triplicar este indicador ao longo dos últimos anos.

A evolução ao nível do retalho e do rendimento disponível nestes mercados em desenvolvimento, poderá significar potenciais oportunidades para os países exportadores de vestuário de gama média e gama alta.

Entre os países que compõem a Europa comunitária (UE27), salientam-se o caso de Itália e Espanha, como os que registaram melhor desempenho nas exportações destinadas a estes cinco mercados em crescimento. Por exemplo, de acordo com os dados do Eurostat, a Itália exportou em 2011 mais de 263,2 milhões de euros de vestuário para a China e mais de 18,5 milhões de euros para o Brasil. A Espanha exportou mais de 106,7 milhões de euros para a China e mais de 32,4 milhões de euros para o Brasil.

Analisando o caso específico das exportações de vestuário de malha da UE27 com destino a estes cinco países em análise, a Espanha assume especial destaque com proporções na ordem dos 49,2% para o Brasil e 70,3% para a Indonésia. A Itália destaca-se no caso da China, com uma quota de 47,1% e uma quota de 35,6% com destino ao Brasil. De salientar também o caso do Reino Unido para a Índia, com uma quota de 23,1%, e da Bélgica para a Turquia, com uma quota de 18,1%.

Em relação às exportações da UE27 ao nível do vestuário exceto malha, o destaque é assumido pela Itália, com quotas de 46,0% para a China, 28,4% para a Índia, 23,5% para a Turquia e 20,9% para o Brasil. Também em destaque encontra-se a Espanha, com quotas de 65,1% para a Indonésia e 44,7% para o Brasil.





## 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: Banco Mundial,

Eurostat, Instituto Nacional de Estatística (INE), International Trade Centre (ITC), aicep Portugal Global, Economist Intelligence Unit (EIU), Organização Mundial do Comércio (OMC) e Textiles Intelligence.

*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)



