



Estudo de mercado

Espanha: comércio de têxteis e vestuário

Junho 2015

cenit.

inITV


COMPETE

 **QR EN**
QUADRO
DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL


UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional



Estudo de mercado

Espanha: comércio de têxteis e vestuário

Índice

- 7** Introdução
- 9** Enquadramento económico
- 13** Análise do mercado retalhista
 - 13** Consumo
 - 15** Consumidores
 - 17** Canais de distribuição
- 25** Comércio externo
 - 25** Introdução
 - 26** Trocas comerciais internacionais
 - 27** Trocas comerciais com Portugal
- 37** Considerações finais
- 39** Glossário
- 41** Metodologia e referências

Índice de figuras

- 14** Figura 1: Evolução do volume de negócios do comércio têxtil e vestuário em Espanha
- 14** Figura 2: Evolução do número de pontos de venda no retalho em Espanha
- 16** Figura 3: Distribuição do volume de negócios por subsector em Espanha
- 16** Figura 4: Evolução do gasto anual em têxtil e vestuário por agregado familiar em Espanha
- 18** Figura 5: Consumo anual de têxtil e vestuário por habitante por região em Espanha
- 20** Figura 6: Proporção dos gastos por comprador na Internet em Espanha
- 20** Figura 7: Distribuição do volume de negócios por formato comercial em Espanha
- 22** Figura 8: Evolução da quota de mercado por formato comercial em Espanha
- 28** Figura 9: Volume de negócios da indústria têxtil e vestuário de Espanha
- 28** Figura 10: Número de trabalhadores da indústria têxtil e vestuário de Espanha
- 29** Figura 11: Balança comercial da indústria têxtil e vestuário de Espanha
- 29** Figura 12: Principais origens das importações de têxtil da Espanha
- 30** Figura 13: Principais origens das importações de vestuário da Espanha
- 30** Figura 14: Principais destinos das exportações de têxtil da Espanha
- 31** Figura 15: Principais destinos das exportações de vestuário da Espanha
- 31** Figura 16: Evolução das exportações portuguesas de têxteis
- 32** Figura 17: Evolução das exportações portuguesas de vestuário
- 32** Figura 18: Evolução das exportações portuguesas com destino a Espanha
- 34** Figura 19: Quota das exportações portuguesas com destino a Espanha (categorias 50 a 63)
- 34** Figura 20: Evolução das exportações portuguesas com destino a Espanha (categorias 50 a 63)
- 35** Figura 21: Proporção das exportações portuguesas com destino a Espanha
- 35** Figura 22: Evolução das importações portuguesas com origem em Espanha
- 36** Figura 23: Quota das importações portuguesas com origem em Espanha (categorias 50 a 63)

Índice de tabelas

- 10** Tabela 1: Principais indicadores macroeconómicos da Espanha

Introdução

De acordo com os dados do Banco Mundial, a Espanha encontra-se entre as maiores economias do mundo, ocupando em 2014 a 14.^a posição mundial em termos de Produto Interno Bruto (PIB) (em 2013 ocupou a 13.^a posição e em 2010 ocupava a 12.^a posição), e a 5.^a posição entre as maiores economias da União Europeia. Localizada na extremidade sudoeste do continente europeu, na Península Ibérica, a Espanha encontra-se banhada pelo Mar Mediterrâneo a Sul e a Este, faz fronteira a Norte com a França e Andorra, a Noroeste e Oeste com o Oceano Atlântico e a Oeste com Portugal.

O território espanhol abrange uma área de 504.782 km² (quase seis vezes superior ao território de Portugal), sendo o 51.^o maior país do mundo. A população espanhola conta com cerca de 46,5 milhões de habitantes (representa 9,18% da população da UE28, com base nos dados do Eurostat relativos a 2014), repartidos por 17 comunidades semiautónomas (nomeadamente: Comunidade de Madrid, Galiza, Andaluzia, Catalunha, Comunidade Valenciana, Castela e Leão, País Basco, Aragão, Astúrias, Região de Múrcia, Canárias, Castela-Mancha, Baleares, Extremadura, Comunidade Foral de Navarra, Cantábria e La Rioja), cujos indicadores económicos e de consumo variam de forma significativa. Ainda dentro do território espanhol estão incluídas as cidades autónomas de Ceuta e Melilha no Norte de África, as quais fazem fronteira com Marrocos.

A capital espanhola encontra-se na cidade de Madrid, a qual possui cerca de 3,17 milhões de habitantes, de acordo com os dados do Instituto Nacional

de Estadística (INE Espanha), sendo ainda de destacar as seguintes cidades: Barcelona (1,60 milhões de habitantes), Valência (0,79 milhões de habitantes), Sevilha (0,70 milhões de habitantes), Saragoça (0,67 milhões de habitantes), Málaga (0,57 milhões de habitantes), Múrcia (0,44 milhões de habitantes), Palma de Maiorca (0,40 milhões de habitantes), Las Palmas de Gran Canaria (0,38 milhões de habitantes), Bilbao (0,35 milhões de habitantes), Alicante (0,33 milhões de habitantes), Córdoba (0,33 milhões de habitantes) e Valladolid (0,31 milhões de habitantes).

A economia da Espanha suporta um PIB que numa base *per capita* se aproxima ao das maiores economias da Europa Ocidental. No entanto, após uma década de crescimento económico que excedeu a média da Zona Euro, a economia espanhola atravessou uma recessão acentuada e prolongada, marcada pela expansão do desemprego e pelo aumento significativo do défice orçamental.

A contribuição dos principais sectores da economia na composição do PIB espanhol é a seguinte: serviços (73% do total em 2014), indústria (24%) e o sector agrícola (3%). A estrutura económica é dominada pelos serviços, destacando-se o turismo, sector que muito tem contribuído para a economia espanhola. Os têxteis e o vestuário, os veículos de motor, a construção naval, as máquinas e os produtos farmacêuticos, são igualmente sectores relevantes. A Espanha é também um importante produtor de produtos agrícolas (azeitonas e azeite de oliva, uvas e vinho) e a pesca é uma grande indústria, sendo a sua frota uma das maiores do mundo.

A economia espanhola foi duramente atingida no final de 2008 pela crise financeira global e consequentemente pelo colapso de uma bolha no sector imobiliário especulativo, tendo entrado oficialmente em recessão em 2009. Efetivamente, a economia espanhola registou em 2009 a recessão mais profunda da sua história recente, com um forte recuo da atividade económica de 3,8%, consequência de uma acentuada debilidade da procura interna e de uma forte queda nas vendas ao exterior.

A Espanha desempenha um papel de grande relevo ao nível mundial e no espaço da União Europeia, com ainda maior importância para Portugal, dada a elevada extensão natural e única da fronteira terrestre existente (1.214 km), que determinou também um relacionamento económico muito próximo. Efetivamente, a Espanha foi responsável por absorver 32,5% dos bens portugueses exportados e encontra-se na origem de 23,5% dos bens importados por Portugal em 2014.

Enquadramento económico

A Espanha foi uma das economias da Europa Ocidental que mais cresceu ao longo da década de 1990 e até ao final de 2007. O PIB espanhol cresceu em média 3,7% entre 2005 e 2007, mas em 2008 a economia espanhola evidenciou uma forte desaceleração, com o PIB a crescer apenas 0,9% (graças essencialmente ao desempenho verificado na primeira metade do ano). Esta evolução ficou-se a dever ao acentuado abrandamento da procura interna (originada pelo colapso no sector da construção e pela retração nas despesas dos consumidores), ao decréscimo do investimento e à subida do desemprego.

Em 2009 a economia espanhola registou a recessão mais profunda da sua história recente, com um forte recuo de 3,8% na atividade económica, consequência de uma acentuada debilidade da procura interna, a par de uma forte queda das vendas ao exterior. O consumo privado contraiu fortemente (-4,9%) em resultado de um conjunto de fatores, nomeadamente: agravamento do desemprego, deterioração da confiança dos agentes económicos, condições financeiras mais restritivas e redução no rendimento das famílias.

Também o investimento registou um decréscimo importante (-15,3% em 2009), para o qual contribuiu em particular a evolução do investimento em equipamento. O acesso mais dificultado ao crédito, bem como a deterioração das expectativas das empresas e a redução da procura, constituíram os principais fatores que impediram a implementação de projetos de investimento por parte das empresas. Acresce que a falta de investimento no sector da construção reforçou ainda mais esta evolução negativa, devido

à deterioração do segmento residencial, que não foi compensado pelo investimento noutros tipos de construção. Por seu lado, o consumo público abrandou o ritmo de crescimento face ao ano anterior (3,8% em 2009 contra 5,4% em 2008).

A economia espanhola cresceu em média 3,7% entre 2005 e 2007 e atraiu níveis apreciáveis de capital estrangeiro, tendo sido registados 64,3 mil milhões de dólares de investimento direto estrangeiro em 2007, mais do dobro do que o verificado em 2006. No final de 2008 a economia foi duramente atingida pela crise financeira global, consequentemente pelo colapso do *boom* imobiliário especulativo, tendo entrado em recessão oficialmente em 2009. Em 2010 a atividade económica espanhola estagnou, tendo entrado novamente em período de contração durante os anos de 2011, 2012 e 2013 (respetivamente -0,6%, -2,1% e -1,2%).

As medidas iniciais de estímulo à economia e, posteriormente, as de austeridade impostas pelos altos défices orçamentais alcançados (-10,3% do PIB em 2012, contra 1,9% do PIB em 2007), e ainda os fracos desempenhos económicos, colocaram a economia espanhola perante as seguintes debilidades: elevado nível de desemprego (24,8% em 2012 contra 8% em 2007); frágil situação do sector bancário (em processo de recapitalização, com o apoio de uma linha de crédito de 100 milhões de euros concedida no âmbito do Eurogrupo); diminuição do rendimento real das famílias (o consumo privado caiu 2,9% e a procura interna caiu 4,3%, em 2012); aumento com tendência crescente da carga tributária nos últimos anos; acesso restrito e muito limitado ao crédito e

dificuldade em normalizar os fluxos de financiamento externo à economia, não obstante as medidas de conforto tomadas pelo Banco Europeu e pelo Conselho Europeu entre abril e setembro de 2013.

Ao longo de 2013 a economia espanhola seguiu uma trajetória de melhoria gradual, tendo isto ocorrido num ambiente de alívio das tensões nos mercados financeiros, com uma progressiva normalização dos fluxos de financiamento externo, e de maior confiança no que diz respeito ao funcionamento do mercado de trabalho (após a reforma do mercado laboral implementada em 2012). Apesar desta melhoria verificada principalmente a partir do verão, a atividade económica em Espanha para a totalidade do ano apresentou-se, ainda, negativa (-1,2%).

De acordo com o INE Espanha, o PIB espanhol retomou o crescimento (+1,4%) em 2014, verificando-se no último trimestre desse ano um aumento

de 0,7%, uma aceleração de duas décimas face ao crescimento registado no trimestre anterior. Este crescimento resulta sobretudo da contribuição positiva da procura interna, que substituiu o sector externo como principal motor do crescimento económico, impulsada pelo consumo privado, assim como da melhoria verificada pela formação bruta de capital fixo.

As previsões do Banco de Espanha sobre a evolução da economia espanhola estimam que o PIB terá crescido 0,8% no primeiro trimestre de 2015 em relação ao trimestre anterior, prolongando assim a trajetória expansiva do ano anterior. Este valor representa uma ligeira aceleração da atividade face ao crescimento registado no fim de 2014.

Neste contexto, o Banco de Espanha prevê um cenário de sustentada recuperação económica, estimando que o PIB deverá crescer 2,8% em

Tabela 1: Principais indicadores macroeconómicos da Espanha

Espanha: principais indicadores macroeconómicos						
Indicador	2012a	2013a	2014b	2015c	2016c	2017c
População (milhões)	46,8b	46,9b	47,1	47,2	47,3	47,5
PIB preços mercado (10 ⁹ EUR)	1.055,2	1.049,2	1.063,8	1.072,4	1.091,2	1.121,1
PIB preços mercado (10 ⁹ USD)	1.356,5	1.393,5	1.413,7	1.162,2	1.126,7	1.234,6
PIB per capita (PPP, USD)	32783b	32874b	33.712	34.765	35.836	36.871
Varição (%) PIB real	-2,1	-1,2	1,4	2,5	2,0	1,5
Varição (%) consumo privado	-2,9	-2,2	2,4	3,1	2,1	1,7
Varição (%) consumo público	-3,7	-2,9	-0,1	0,5	0,7	0,8
Taxa de inflação (média) (%)	2,4	1,5	-0,2	-0,8	1,3	1,2
Taxa de desemprego (média) (%)	24,8	26,1	24,5	22,9	21,4	20,1

Notas: (a) valores atuais; (b) estimativas; (c) previsões

Fonte: adaptado de aicep Portugal Global, com base nos dados do Economist Intelligence Unit

2015 e 2,7% em 2016. Este crescimento deverá resultar sobretudo da contribuição positiva da procura interna, impulsionada pelo consumo privado. Por sua parte, a procura externa deverá ter um contributo muito reduzido ou, inclusivamente, negativo.

Com base nos dados económicos cada vez mais positivos, o Governo espanhol considera que o crescimento da economia espanhola poderá atingir mais de 2,4% este ano, fundamentalmente apoiado na retoma do consumo e no investimento das empresas. Algumas previsões económicas de organismos nacionais são ainda mais otimistas, estimando que a economia espanhola poderia crescer até 3% num cenário internacional apoiado na progressiva normalização das condições de financiamento, na diminuição do preço do petróleo e na desvalorização do euro face ao dólar.

De acordo com as projeções do Economist Intelligence Unit (EIU), divulgadas pelo aicep Portugal Global, as perspetivas para a economia espanhola nos próximos anos apontam para um crescimento do PIB de 2,5% em 2015, desacelerando para 2,0% em 2016 (e 1,5% em 2017). A União Europeia aponta para crescimentos de 2,3% e 2,5% no período 2015 e 2016, respetivamente, e o Fundo Monetário Internacional (FMI) para 2,0% e 1,8% nos dois anos em causa. O PIB *per capita* esperado em 2015 deverá ser superior ao registado em 2014 (+3,1%).

O consumo privado deverá registar variações positivas entre 2015 e 2017 (+3,1% em 2015 e +1,7% em 2017). O consumo público deverá crescer 0,5% em 2015, aumentando ligeiramente nos dois anos seguintes (após ter contraído entre 2011 e 2013 e tendo praticamente estagnado em 2014). A taxa de inflação deverá ainda manter-se negativa em 2015 (-0,8%), voltando a subir nos dois anos seguintes (1,3% em 2016 e 1,2% em 2017). O nível de desemprego deverá manter-se elevado, embora com tendência decrescente, prevendo-se que desça de 22,9% em 2015 para 20,1% em 2017.

As importações de bens e serviços poderão registar um aumento na ordem dos 6,2% em 2015 e, em média, 5,8% nos dois anos seguintes. Em relação às exportações são esperadas taxas de crescimento superiores às registadas nos dois últimos anos, ou seja de 4,9% em 2015, 5,2% em 2016 e 4,5% em 2017. As previsões apontam para uma diminuição do investimento direto estrangeiro em Espanha entre 2015 e 2017, após a subida ocorrida em 2014.

A dívida pública deverá continuar a agravar-se no curto prazo, situando-se em 99,8% do PIB em 2015 e 100,5% do PIB em 2016 (comparando com valores de 39,7% em 2008 e de 60,1% em 2010), invertendo a tendência apenas em 2017 (99,6% do PIB). Em relação ao peso do défice do sector público no PIB é esperada uma diminuição gradual até 2017 (-4,4% em 2015 para -2,6% em 2017).

Análise do mercado retalhista

Consumo

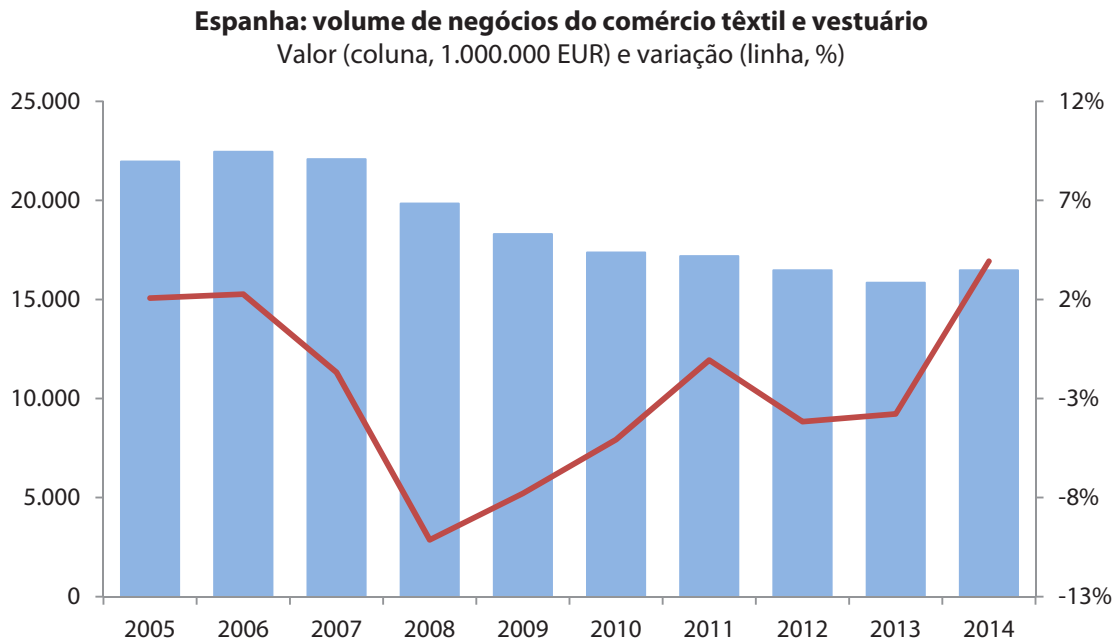
A forte crise da procura instalada no mercado espanhol depois de 2008, traduziu-se num decréscimo das vendas ao nível do retalho, prevendo-se um longo período até ser possível atingir uma recuperação para valores anteriores à crise. As vendas a retalho de têxteis, vestuário, calçado e produtos de couro em lojas especializadas, registaram quebras anuais acentuadas em 2008 (-6,1%) e 2009 (-3,8%), decrescendo de forma menos acentuada em 2010 (-1,1%), mas acentuando novamente a queda em 2011 (-6,2%), 2012 (-9,0%) e 2013 (-6,6%), e recuperando em 2014 com uma evolução positiva (+2,8%), de acordo com os dados provisórios do Eurostat.

Analisando a evolução a partir de 1997 do volume de negócios do comércio têxtil e vestuário em Espanha (com base nos dados da ACOTEX), verifica-se que foi registada uma evolução positiva ao longo do período de 1997 a 2006 (ano em que foi atingido o pico no período em análise), a qual foi invertida a partir de 2007, tendo diminuído de forma acentuada em 2008, 2009 e 2010. No entanto, salienta-se a diminuição da taxa de deterioração do comércio de têxtil e vestuário, que passou de uma quebra de 10,13% em 2008 para uma quebra de 5,07% em 2010 e uma nova descida de 1,06% em 2011, pese embora a aceleração registada em 2012 (quebra de 4,17%) e a descida de 3,78% registada em 2013. O ano 2014 ficou marcado por uma recuperação (subida de 3,93%), com o valor do volume de negócios a ficar ligeiramente acima do registado em 2012.

Analisando a distribuição do volume de negócios no retalho têxtil e vestuário por comunidade autónoma espanhola em 2014, regista-se que as comunidades de Catalunha (17,25% do total de volume de negócios), Madrid (16,66%), Andaluzia (15,62%) e Comunidade de Valência (10,58%), possuem uma representatividade muito acentuada no comércio espanhol de produtos têxteis e vestuário (bastante acima da média espanhola de 5,55%), sendo em conjunto responsáveis por uma quota acima de 60% do total. As restantes comunidades, que no conjunto possuem uma quota agregada próxima dos 40%, representam quotas individuais que variam entre os 5,32% para o País Basco e os 0,27% para Ceuta/Melilha. De referir que, com base nos dados de 2006 divulgados pela ACOTEX, salientava-se na altura a representatividade das mesmas três principais comunidades, nomeadamente: Madrid, Andaluzia e Catalunha, cuja quota agregada ultrapassava os 46% do total, seguidas pela Comunidade de Valência (9,85%) e pela Galiza (6,59%).

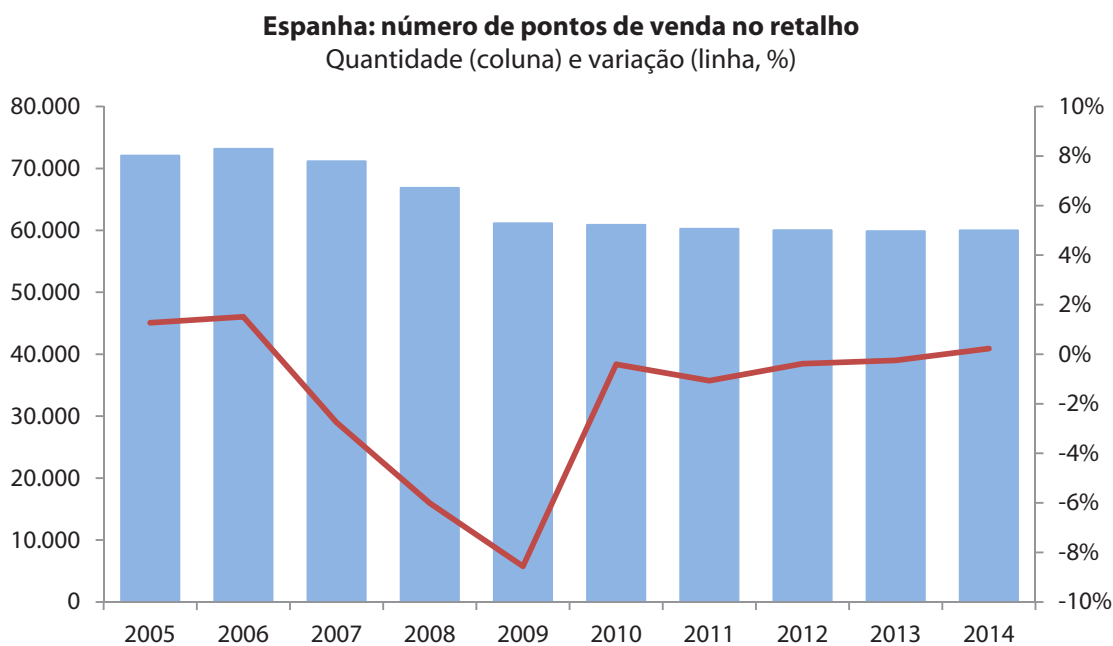
Contrariando uma tendência positiva que se mantinha praticamente ininterrupta desde 1993, o número de pontos de venda no retalho espanhol de produtos têxteis e de vestuário diminuiu de forma contínua desde 2007, após atingir em 2006 o pico do período em análise (73.160 pontos de venda). Em 2014 este indicador contrariou a tendência negativa com um crescimento de 0,23% e ficou nos 60.004 pontos de venda. De salientar que esta tendência positiva no número de pontos de venda encontra-se em sintonia com a evolução do volume de negócios do retalho de produtos têxteis e vestuário.

Figura 1: Evolução do volume de negócios do comércio têxtil e vestuário em Espanha



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

Figura 2: Evolução do número de pontos de venda no retalho em Espanha



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

A análise do Euromonitor International salienta que a crise económica modificou as atitudes dos consumidores, que viraram a sua atenção para o preço, estão altamente informados sobre as diferentes ofertas, críticos e mais exigentes em relação a um equilíbrio justo entre preço e qualidade. Por outro lado, os produtores responderam com preços mais baixos, lançamento de vestuário básico, vendas *online* e campanhas de marketing apelativas. Com o objetivo de reduzir a quebra nas vendas, os produtores e comerciantes espanhóis lançaram campanhas promocionais massivas, distribuídas ao longo de todo o ano. Os *outlets* de fábricas e urbanos tornaram-se muito populares como forma de trocar *stocks*. Mais de metade das empresas de moda presentes em Espanha já abriu as suas próprias lojas web, bem como retalhistas *online* terceiros e clubes privados de compras.

O Euromonitor International acrescenta que, apesar da conjuntura, o vestuário, mesmo que mantendo sinais negativos, testemunhou um abrandamento marginal da quebra devido às estratégias desenvolvidas pelos atores. Como resultado destes últimos anos de contração das vendas, as empresas reorganizaram-se e apostaram em estratégias inovadoras. Duas características definiram o novo panorama da distribuição: a diferenciação através de múltiplos canais e a concentração das lojas das marcas nas ruas mais valiosas das cidades espanholas. A análise do Euromonitor International salienta ainda que, enquanto os retalhistas multimarca pequenos e independentes estão lentamente a desaparecer, as lojas de marca (principalmente no âmbito de sistemas de *franchise*) estão a disseminar, conquistando as melhores posições e ruas das cidades espanholas.

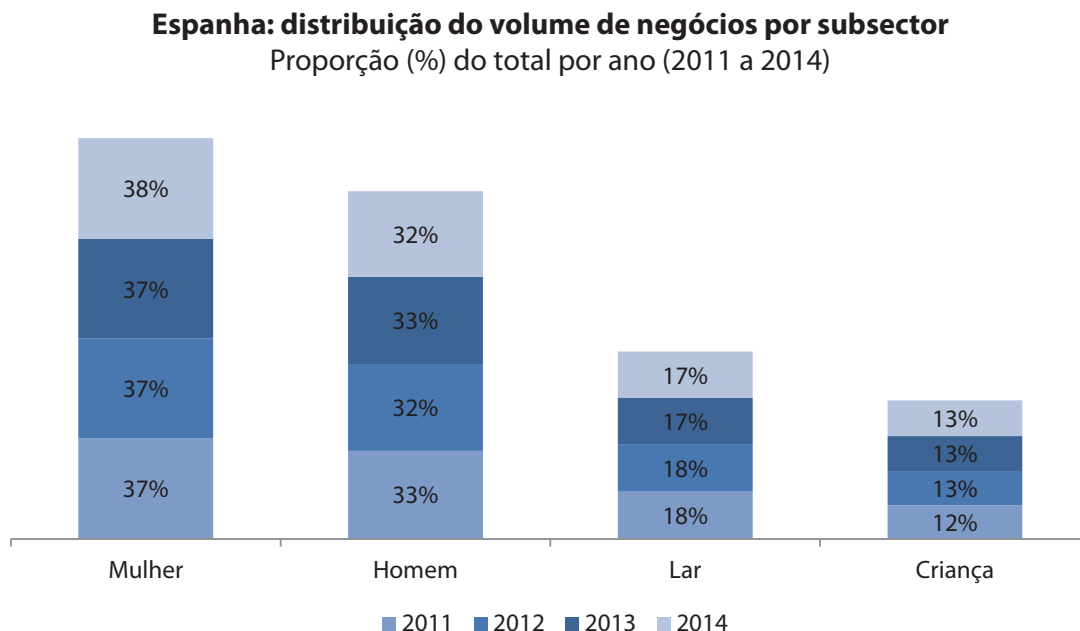
Consumidores

Ao nível das vendas a retalho de têxtil e vestuário no mercado espanhol, o vestuário de mulher ocupa um lugar de destaque com 37,5% do volume de negócios em 2014, seguido pelo vestuário de homem com 31,9%, pelos têxteis lar com 17,3% e finalmente o vestuário de criança, com uma quota de 13,3% do volume de negócios. De salientar que entre 2010 e 2014, os subsectores do vestuário de mulher (+1,4 p.p.) e de criança (+1,2 p.p.) registaram aumentos de quota, com perdas nos subsectores do vestuário de homem (-1,2 p.p.) e produtos para o lar (-1,4 p.p.).

Analisando os gastos anuais em têxteis e vestuário por agregado familiar, é notória a contração registada em 2008 (após a quebra verificada em 2007) e acentuada progressivamente ao longo do período de 2009 a 2013. Efetivamente, após o pico atingido em 2006 (com um valor anual de 1.881 euros por agregado familiar), entre 2007 e 2011 foi registada uma diminuição de 40,2% no consumo anual de têxteis e vestuário em Espanha por agregado familiar, tendência que entre 2010 e 2013 foi atenuada para uma quebra de 6,8%. No entanto, o ano 2014 ficou marcado por uma inversão nesta tendência negativa, com os gastos anuais a crescerem 2,61% e a ficarem acima do valor verificado em 2011.

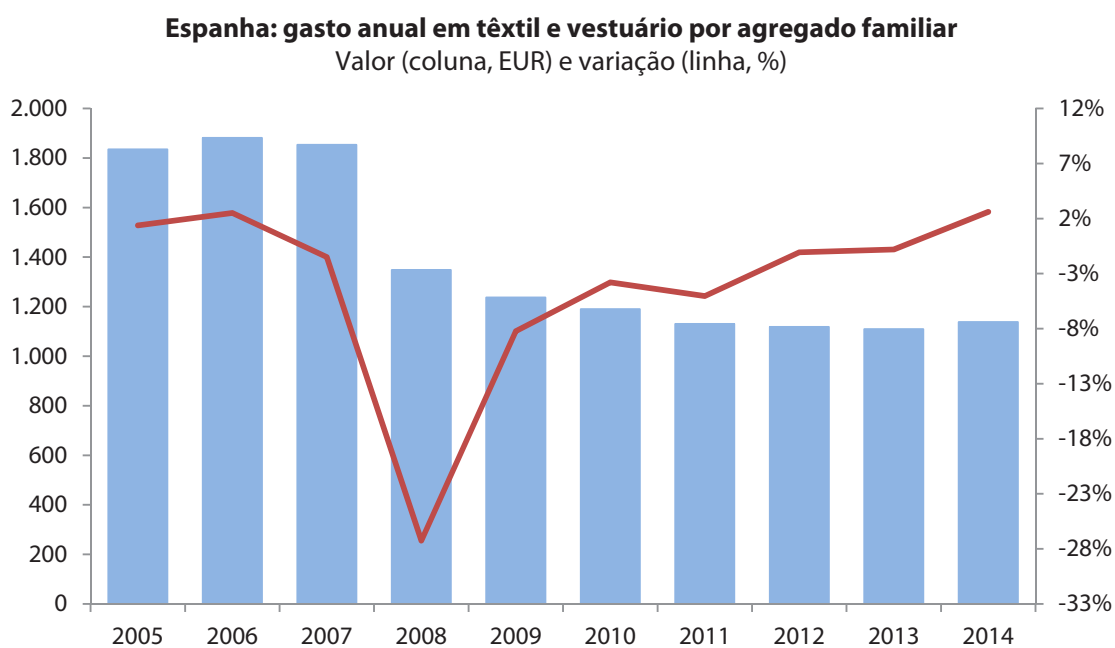
Ao nível do consumo anual de têxtil e vestuário por habitante por região de Espanha, o destaque em 2014 vai para Baleares, com um consumo médio de 497,23 euros, seguida por: Madrid (493,12 euros), País Basco (491,38 euros) e Navarra (489,21 euros). No outro extremo da listagem encontram-se: An-

Figura 3: Distribuição do volume de negócios por subsector em Espanha



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

Figura 4: Evolução do gasto anual em têxtil e vestuário por agregado familiar em Espanha



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

daluzia (371,59 euros), Galiza (363,83 euros) e Extremadura (318,01 euros).

De acordo com a análise da AITEX, para o consumidor espanhol, é cada vez mais importante, no momento da escolha do local de compra: o surtido e a variedade, o desenho dos artigos, os tamanhos e o preço; existindo diferenças ao nível do canal de distribuição. Enquanto nas lojas de marca própria é dada maior importância ao surtido e à variedade, ou a imagem da própria rede, no caso dos hipermercados a escolha do consumidor está associada aos preços baixos, à localização e até mesmo ao facto de dispor de acesso a folhetos promocionais. Relativamente às principais variáveis na escolha do local de compra, os consumidores espanhóis privilegiam acima de tudo a diversidade (47%), seguida pela existência de parque de estacionamento (37%), segurança (10%) e a oferta de lazer (6%).

Canais de distribuição

Os primeiros passos dados nas lojas especializadas no sector têxtil e de vestuário, chegaram a Espanha através das franquias de pontos de venda da Benetton. Atualmente, o destaque do sector ao nível de empresas espanholas está associado fundamentalmente a três grandes referências: Inditex (com as marcas: Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Kiddy's Class, Pull & Bear, Oysho, Bershka, Stradivarius e Uterqüe), Cortefiel (com as marcas: Springfield, Women's Secret, Milano, Cortefiel, e Don Algodón) e El Corte Inglés (com as marcas: Cedesce, Síntesis, Sfera e Tintoretto). Para além destes casos, são ainda de salientar as cadeias de lojas de marcas como: Mango (detida pela Punto

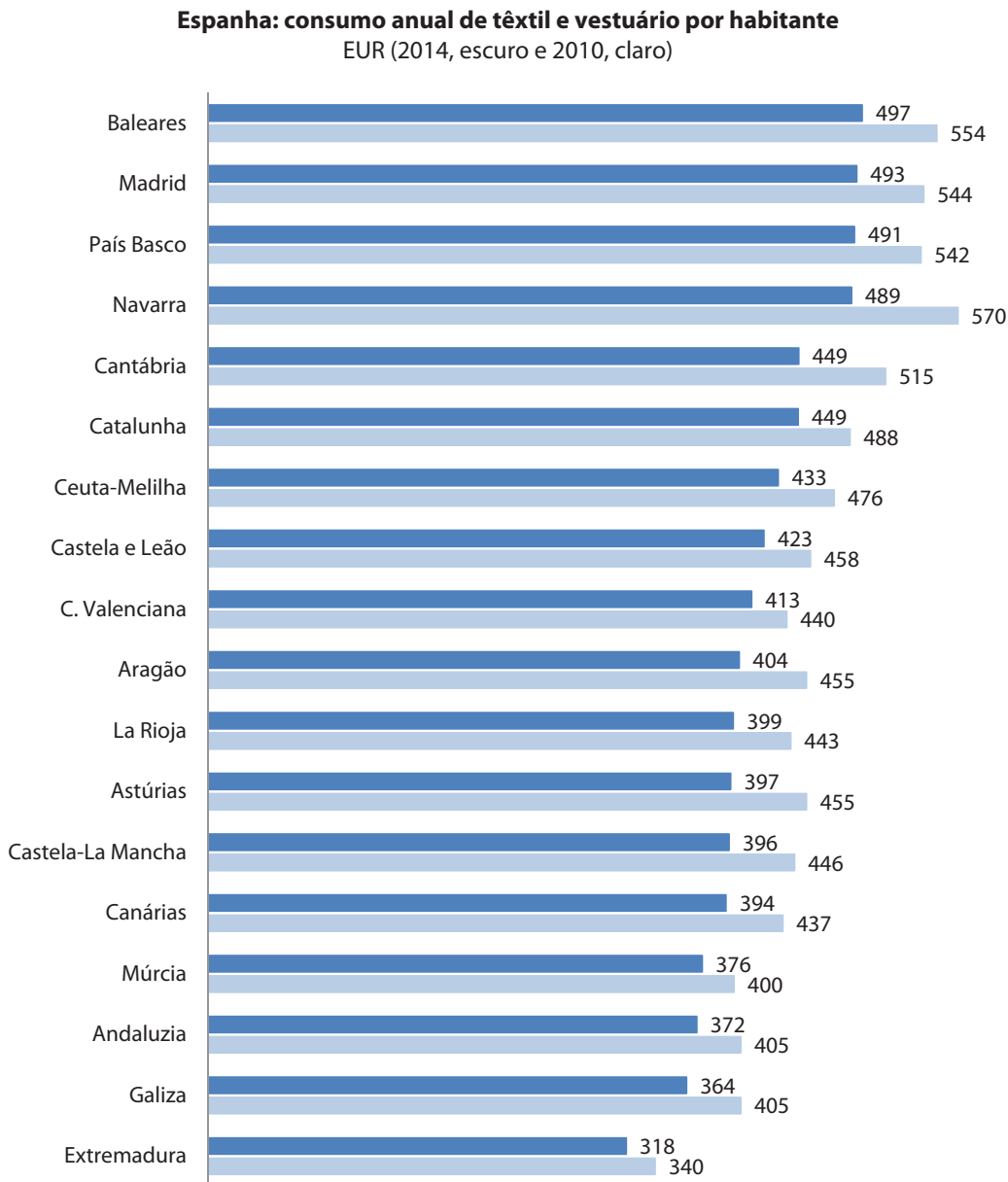
Fa), Artesanos Camiseros, Roberto Verino, Adolfo Domínguez, Charanga (detida pela Milla Med), Purificación García, Amichi e Pronovias.

Os grupos Inditex, Industria de Diseño Textil SA, H&M Hennes & Mauritz AB, Limited Brands e Punto Fa SL (Mango), representam as cadeias mais vastas de retalhistas em Espanha, às quais acresce a presença cada vez mais proeminente da Primark. O franchise ou as lojas próprias são os formatos preferenciais para penetrar na Espanha, em combinação com os produtos de fast-fashion, qualidade média, preços baixos e grandes lojas. Por outro lado, o número de pequenos retalhistas independentes que conseguem sobreviver ao ataque das grandes cadeias é reduzido. Eles têm de apostar numa fórmula diferente para sobreviver: oferta de produtos e designers originais, design de loja atrativo e preços justos, em correspondência com a qualidade.

Entre os investimentos previstos no retalho espanhol, salienta-se o caso da americana Costco, grande armazémista de venda por grosso, que pretende entrar no mercado de Espanha com a abertura de duas lojas. Na base deste investimento encontra-se a perspectiva da empresa do "grande potencial" de crescimento da economia espanhola. A primeira loja foi inaugurada em 2014 e encontra-se localizada em Sevilha, estando prevista a segunda unidade em Madrid.

A distribuição retalhista do sector têxtil e vestuário espanhol está a registar um processo de profunda transformação, caracterizado por uma maior concentração da distribuição, maior utilização da segmenta-

Figura 5: Consumo anual de têxtil e vestuário por habitante por região em Espanha



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

ção/especialização e uma concentração urbana das grandes marcas retalhistas. Apesar da forte presença em número dos retalhistas tradicionais, o seu peso no conjunto do sector está a diminuir de forma constante, com a quota de mercado das lojas multimarca a evoluir negativamente.

Contrastando com a evolução negativa das lojas multimarca, as redes de lojas especializadas registaram um acréscimo na quota de mercado do têxtil e vestuário. Os hipermercados/supermercados registaram uma evolução semelhante, enquanto os grandes armazéns têm evidenciado uma quebra na sua quota de mercado e os *factory/outlets* têm registado um crescimento acentuado.

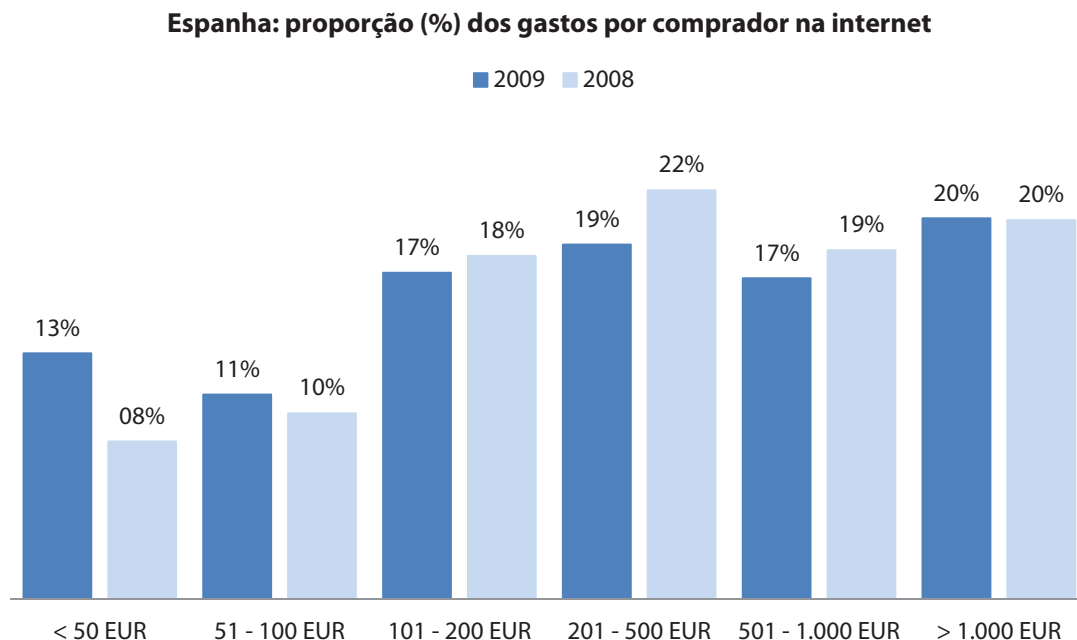
De acordo com os dados da ACOTEX relativos a 2014, com base no valor do volume de negócios dos centros comerciais, as vendas de têxteis e vestuário nestes espaços representaram 41,63% do volume de negócios dos centros comerciais, ficando acima dos 41,50% de 2013 e dos 40,08% de 2010. Na distribuição das lojas em centros comerciais por segmentos de atividade (dados relativos a 2010), as lojas de moda correspondem a 41% do total das lojas existentes (em termos de número de unidades) e o têxtil/decoração representa 3% do número total de lojas. A tendência da distribuição retalhista de vestuário é utilizar cada vez mais as estratégias de segmentação das marcas, com o objetivo de posicionar e desenvolver conceitos que abranjam nichos de mercado por explorar, que apresentem um elevado potencial de crescimento e que sejam suscetíveis de ser exportados para outros mercados.

A direção seguida pelos canais de distribuição de têxteis e de vestuário em Espanha é basicamente a mesma de outros sectores: forte aumento das cadeias especializadas, grande presença dos grandes armazenistas e dos hipermercados e retrocesso generalizado nos estabelecimentos mais tradicionais. Por seu lado, o comércio eletrónico tem registado uma evolução significativa. O volume de negócios do comércio eletrónico em Espanha registou um acentuado crescimento ao longo da segunda metade da década de 2000, mais que quadruplicando o seu valor entre 2006 e 2011, com crescimentos em cadeia na ordem dos 26,8% e 22,2% no 1.º e no 2.º trimestre de 2014, respetivamente.

Segundo os dados da ACOTEX, existe um total de 15,97 milhões de compradores *online* em Espanha, distribuídos pelas seguintes faixas etárias: 34% entre 16 e 34 anos, 50% entre 35 e 54 anos, 12% entre 55 e 64 anos e 4% com mais de 64 anos. As comunidades de Catalunha (proporção de 48,70% de compradores *online*), Madrid (44,87%), Andaluzia (23,82%) e Valência (26,93%), englobam a maior proporção de compradores *online* no conjunto da população.

Do total de compradores *online*, uma proporção de 26% realizam compras de vestuário e têxteis-lar, com o vestuário a representar 4,6% do volume de negócio das vendas *online* e a responder por 4,8% do número total de transações executadas. Das compras de moda realizadas *online* em 2010, uma proporção de 57% corresponderam a roupa para jovem/adulto; 17% calçado; 15% roupa de criança; 8% acessórios; e 3% roupa interior. De acordo com os dados de 2011,

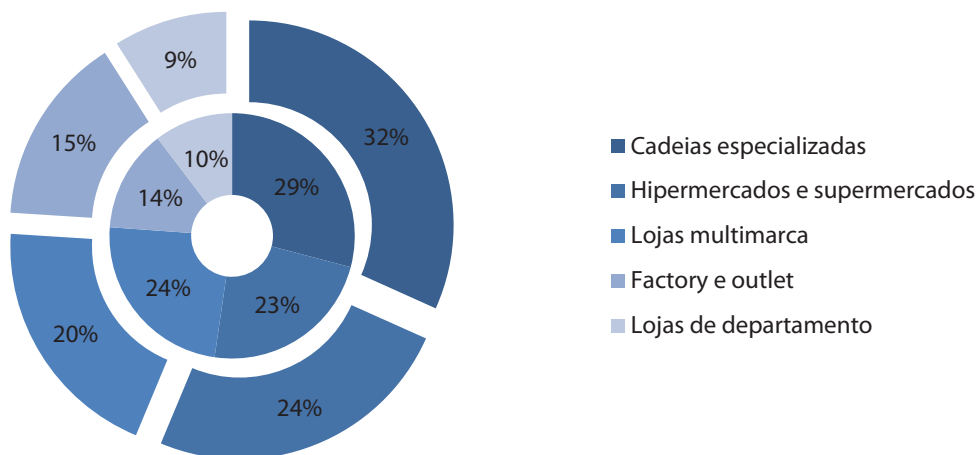
Figura 6: Proporção dos gastos por comprador na Internet em Espanha



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

Figura 7: Distribuição do volume de negócios por formato comercial em Espanha

Espanha: distribuição do volume de negócios por formato 2010 e 2014 (anel exterior)



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

o vestuário representou 6% do volume total de negócios do comércio eletrónico em Espanha.

De acordo com a análise do Euromonitor International, a Espanha tem registado desde 2009 uma drástica quebra no número de pequenos retalhistas independentes, enquanto as grandes cadeias conquistaram as principais ruas comerciais do país. Os pequenos retalhistas não têm conseguido enfrentar a concorrência dos grandes grupos, na medida em que não conseguem fornecer os preços baixos ou as promoções frequentes. A sua presença está principalmente concentrada nas zonas periféricas das cidades, grandes e pequenas, enquanto as grandes cadeias dominam o retalho nos centros das cidades e principais ruas comerciais. O impacto desta tendência está a originar o crescimento da representatividade das grandes cadeias de retalho e a diminuição no número de retalhistas independentes de vestuário.

A distribuição retalhista do sector têxtil e vestuário espanhol está a registar um processo de profunda transformação, caracterizado por uma maior concentração da distribuição, maior utilização da segmentação/especialização e uma concentração urbana das grandes marcas do retalho. Apesar da forte presença em número dos retalhistas tradicionais, o seu peso no conjunto do sector está a diminuir de forma constante, com a quota de mercado das lojas multimarca a evoluir negativamente.

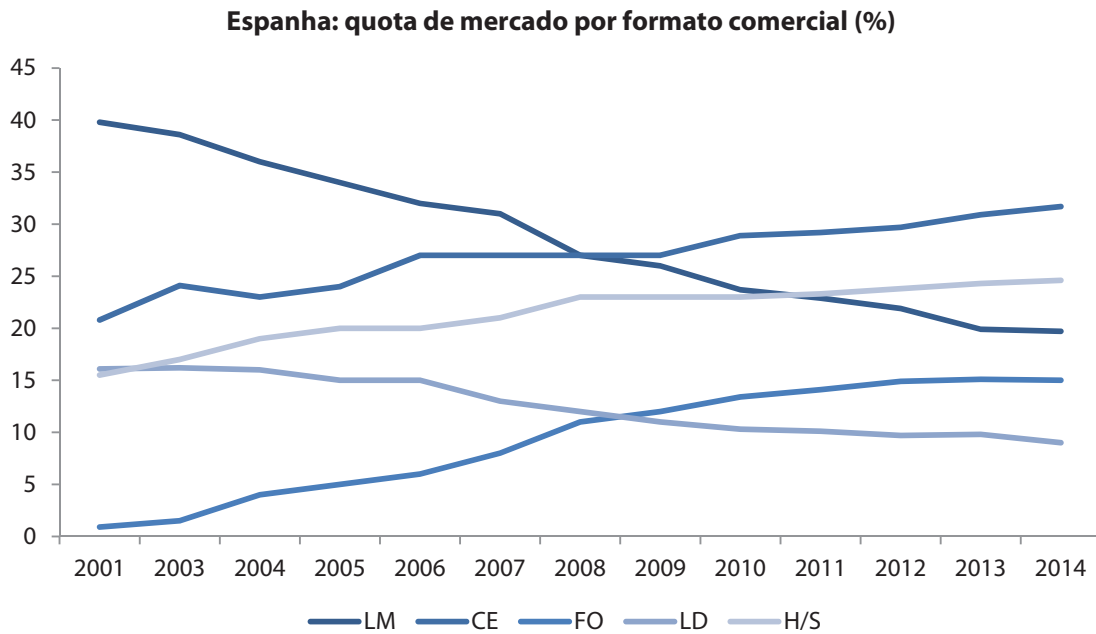
Contrastando com a evolução negativa das lojas multimarca, as redes de lojas especializadas regista-

ram um acréscimo na quota de mercado do têxtil e vestuário. Os hipermercados/supermercados registaram uma evolução semelhante, enquanto os grandes armazéns têm evidenciado uma quebra na sua quota de mercado e os *factory/outlets* têm registado um crescimento acentuado.

A distribuição do volume de negócios por formato comercial destaca a relevância das cadeias especializadas (31,7%). Os hipermercados e supermercados (24,6%) e as lojas multimarca (19,7%), ocupam as posições seguintes. A restante quota de mercado encontra-se distribuída entre as lojas *factory/outlet* (15,0%) e as lojas de departamento (9,0%). De salientar nesta análise que entre 2010 e 2014 foi registada uma subida na representatividade das cadeias especializadas (+2,8 p.p.), dos hiper/supermercados (+1,6 p.p.) e dos *factory/outlet* (+1,6 p.p.) e uma quebra ao nível das lojas multimarca (-4,0 p.p.) e das lojas de departamentos (-1,3 p.p.). Relativamente à proporção das vendas realizadas por intermédio do canal *online*, a análise da AITEX estima que em 2014 estas representaram uma proporção de 4% do total das vendas a retalho de produtos têxteis e vestuário.

Analisando a evolução da quota de mercado por formato comercial ao longo do período de 1993 a 2014, evidencia-se o afunilamento resultante de uma redução na quota das lojas multimarca (quota de 19,7% em 2014, a partir dos 58,8% registados em 1993), que desde 2009 foram ultrapassadas pelas cadeias especializadas (quota de 31,7% em 2014). De salientar ainda o crescimento registado nos hipermercados e supermercados (quota de 24,6% em 2014), que em 2011 ultrapassaram as lojas multimarca.

Figura 8: Evolução da quota de mercado por formato comercial em Espanha



Legenda: LM – lojas multimarca; CE – cadeias especializadas; FO – factory e outlet; LD – lojas de departamento; H/S – hipermercados e supermercados.

Fonte: baseado em dados da ACOTEX

O número de lojas de franchise registou uma evolução positiva no mercado espanhol em 2014, quer ao nível do número de operadores (passou dos 192 em 2013 para os 204 em 2014), quer ao nível do número de pontos de venda (passou dos 7.572 em 2013 para os 7.939 em 2014). Também o volume de negócios aumentou em 2014, na ordem dos 3,5 milhões de euros em relação a 2013, passando a cifrar-se na ordem dos 2.069,40 milhões de euros. Em termos de número de lojas, a principal representatividade é na moda de senhora (26,7% dos pontos de venda), seguida pela moda infantil e juvenil (22,8%) e os acessórios (21,8%). Também em termos do número de operadores as principais proporções são compostas pela ordem indicada.

O número de lojas de retalho tem registado uma quebra acentuada no mercado espanhol, caindo uns acentuados 6,01% em 2008 (69.081 lojas) e 8,56% em 2009 (65.026 lojas). Embora se mantenha a tendência negativa, a taxa de quebra foi substancialmente menos acentuada no período de 2010 a 2013, sendo registadas descidas de 0,38% em 2012 (60.018 lojas) e de 0,25% em 2013 (59.866 lojas).

Ao nível da densidade de centros comerciais (metros quadrados de Área Bruta Locável por 1.000 habitantes) por comunidade autónoma espanhola, as primeiras posições são ocupadas pelas comunidades de: Aragão, Madrid, Múrcia, Astúrias e Canárias. No sentido inverso da tabela, os últimos lugares são ocupados por: Catalunha, Baleares e Ceuta.

Comércio externo

Introdução

Conforme salienta a análise do aicep Portugal Global, e de acordo com os dados da Organização Mundial do Comércio (OMC), a Espanha detém uma posição significativa no comércio mundial, tendo ocupado a 18.ª posição no ranking mundial dos exportadores de bens em 2013 (com uma quota de 1,7% do total) e a 17.ª posição no ranking dos importadores (1,8% do total). No âmbito da União Europeia, a Espanha foi o 7.º maior exportador e importador em 2013.

O país apresenta tradicionalmente uma balança comercial desfavorável, tendo o défice vindo a decrescer gradualmente entre 2010 e 2013, voltando a agravar-se em 2014, ano em que se situou nos 24,5 mil milhões de euros (+53% face ao ano anterior). As taxas de cobertura das importações pelas exportações variaram entre 78,0% em 2010 e 93,6% em 2013, situando-se em 90,7% em 2014.

Nos últimos cinco anos, a taxa média de crescimento das exportações espanholas foi de 6,7% ao ano e a das importações foi de 2,8%. Em 2014, de acordo com o INE Espanha, as exportações de bens ascenderam a 240,0 mil milhões de Euros (+2,5% em relação a 2013), enquanto as importações rondaram os 264,5 mil milhões de Euros (+5,7% face a 2013, após -1,3% em 2013 e -2,8% em 2012).

Os cinco principais clientes da Espanha (nomeadamente: França, Alemanha, Portugal, Itália e

Reino Unido) absorveram cerca de 48% do total exportado em 2014 (comparando com 53% em 2010). Portugal foi o 3.º mercado cliente em 2014, com uma quota de 7,5% das vendas espanholas no exterior (comparando com 4.º cliente e 6,9% de quota, em 2012). De acordo com os dados do International Trade Centre (ITC), divulgados pelo aicep Portugal Global, as exportações espanholas para Portugal aumentaram 3% no último ano. As expedições de produtos para estes cinco principais mercados registaram crescimentos em 2014 entre 3% e 6%, tendo estagnado no caso da França.

Relativamente aos 20 maiores clientes, as exportações espanholas cresceram em 2014, para os seguintes mercados Extra-UE: EUA (+22% face ao ano anterior, segundo o ITC), Marrocos (+6%), Turquia (+4%), China (+3%), México (+9%) e Japão (+18%). Destaca-se ainda o crescimento das vendas para os mercados da Coreia do Sul (+83%), do Canadá (+18%), do Egipto (+8%) e da Noruega (+10%). Por outro lado, as maiores quebras foram registadas nas exportações para os seguintes mercados extra-UE: Argélia (-4% face a 2013), Suíça (-15%), Brasil (-13%), Rússia (-10%), Arábia Saudita (-4%), EAU (-18%), Austrália (-42%) e África do Sul (-12%).

A distribuição das exportações espanholas, pelos principais continentes, em 2014, foi a seguinte: a Europa absorveu 70% do total exportado, a América 11%, a Ásia 9%, a África 7% e a Oceânia 1%. As expedições espanholas de bens para a UE28 representaram 63% do total em 2014 (comparando com 67% em 2010).

Relativamente aos cinco principais fornecedores (nomeadamente: Alemanha, França, China, Itália e Reino Unido) foram responsáveis por cerca de 41% do total importado por Espanha em 2014 (contra 42% em 2010). Portugal ocupou a 8.ª posição no ranking dos fornecedores de Espanha, representando 3,8% do total importado em 2014. De acordo com os dados do ITC, as compras espanholas a Portugal aumentaram 2% em 2014 (face ao ano anterior). Os cinco principais fornecedores reforçaram as respetivas quotas de mercado em 2014. Em valor absoluto, os maiores crescimentos verificaram-se nas importações espanholas provenientes da Alemanha (+15% face ao ano anterior), da China (+14%) e do Reino Unido (+12%).

Entre os principais fornecedores Extra-UE, os maiores crescimentos registaram-se nas importações com origem nos seguintes mercados: Nigéria (+14%), Marrocos (+16%), Suíça (+10%), Angola (+25%), Japão (+10%), Índia (+8%), Noruega (+15%), Colômbia (+15%) e Vietname (+11%). Quanto às maiores quebras entre os fornecedores extra-UE, são de destacar: Argélia (-1% em 2014 face ao ano anterior), Rússia (-27%), Arábia Saudita (-10%), México (-7%) e Brasil (-6%).

A distribuição das importações espanholas, pelos principais continentes, em 2014, foi a seguinte: a Europa forneceu 60% do total importado, a Ásia 18%, a América 11% e a África 11%, sendo que a Oceânia não chegou a representar 1%. As importações provenientes da UE28 representaram 53% do total em 2014 (contra 54% em 2010).

Em termos de estrutura das exportações espanholas, os bens intermédios representaram 56% do total em 2014, os bens de consumo 35% e os bens de capital 9%. Quanto às importações, os bens intermédios pesaram 69% do total das compras espanholas ao exterior, os bens de consumo 24% e os bens de capital 7%. Os cinco principais grupos de produtos exportados e importados por Espanha, em 2014, representaram no total cerca de 40% e 52%, respetivamente (41% e 50%, do total em 2010, respetivamente).

Em termos de evolução, salienta-se que dos dez maiores grupos de produtos exportados por Espanha, apenas as máquinas e aparelhos mecânicos e os produtos farmacêuticos registaram decréscimos em 2014 (respetivamente: -6% e -3%, face ao ano anterior), enquanto os restantes tiveram variações positivas. Em relação aos dez maiores grupos de produtos importados, todos verificaram crescimentos em 2014 (entre +2% e +22%, face ao ano anterior), com exceção dos combustíveis minerais que sofreram um decréscimo (-3%).

Trocas comerciais internacionais

A conjuntura dos sectores têxtil e vestuário de Espanha, depois do forte impacto da crise, tem uma leitura distinta no segmento produtivo e no de comercialização de moda. No segmento produtivo a crise iniciou-se com a liberalização do comércio com a China em 2005. Em 2010 o volume de negócios abrandou a tendência negativa que se vinha a registar, acelerando novamente a quebra em 2011, com uma descida de 5,4% e a perda de 7.200 postos de trabalho.

Por conseguinte, em termos específicos da indústria têxtil e vestuário espanhola, o cenário no país é de deterioração do tecido industrial. De acordo com os dados divulgados pelo Centro de Información Textil y de la Confección (CITYC), mais de 400 empresas têxteis e vestuário espanholas encerraram a atividade em 2013, levando a uma perda de 7.000 postos de trabalho nesse ano. Como resultado, o número de empresas caiu 4,6% para as 8.471 unidades e a dimensão da força de trabalho caiu 5,5% para as 129.000 pessoas. Esta descida foi o resultado fundamentalmente da quebra do consumo interno, com as exportações a aumentarem 12,3% (para os 11,7 mil milhões de euros) e as importações a aumentarem 5,1% (para os 14,2 mil milhões de euros), a balança comercial apresentou um défice na ordem dos 2,4 mil milhões de euros.

De acordo com os dados divulgados pela ACOTEX, a indústria têxtil e vestuário espanhola apresentava em 2014 um volume de negócios de 10.371 milhões de euros (10.042 milhões de euros em 2013) e empregava 128.000 trabalhadores (129.000 em 2013), sendo o valor das exportações de 12.621 milhões de euros (aumento de 7,8% em relação a 2013), face a 16.137 milhões de euros de importações (aumento de 13,5% em relação a 2013).

Segundo os dados do Eurostat relativos a 2014, o principal fornecedor de produtos têxteis do mercado espanhol foi a China (com uma quota de 17,6%), seguindo-se: Itália (14,0%), Alemanha (9,5%), Portugal (8,0%) e Turquia (6,6%). Relativamente às importações de vestuário, a principal origem em 2014 foi também a China, com uma quota de 20,5%, seguida

por: Turquia (10,3%), Bangladesh (10,0%), Marrocos (9,4%) e Portugal (7,6%).

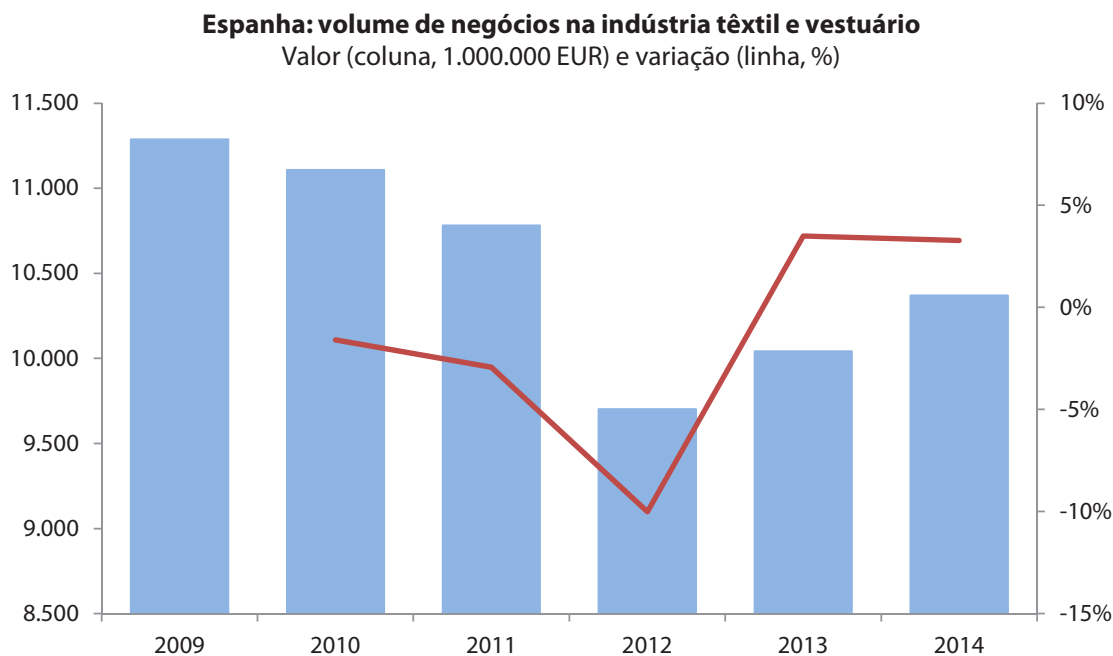
Em 2014 o principal destino das exportações espanholas de têxteis foi Marrocos, com uma quota de 14,5%, seguido por: França (13,1%), Portugal (10,6%), Itália (5,3%) e Alemanha (4,7%). Relativamente às exportações de vestuário, o principal destino em 2014 foi a França, com uma quota de 14,7%, seguida por: Itália (10,2%), Portugal (9,1%), Alemanha (6,5%) e Reino Unido (5,4%).

Trocas comerciais com Portugal

Com base na análise dos dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), o mercado espanhol é o principal destino das exportações portuguesas de têxteis e vestuário, sendo responsável em 2014 por uma quota de 31% (em 2010 a quota foi também de 31%) do valor total destas exportações. Em 2014, o valor das exportações de têxteis e vestuário com destino ao mercado espanhol cifrou-se nos 1.449,8 milhões de euros, evidenciando uma subida de 10,2% dos 1.316,0 milhões de euros que foram registados em 2013. O mercado espanhol representou em 2014 uma quota de 20% das exportações portuguesas de têxteis, com um valor de cerca de 371,5 milhões de euros, e uma quota de 39% das exportações portuguesas de vestuário, com um valor perto dos 1.078,4 milhões de euros.

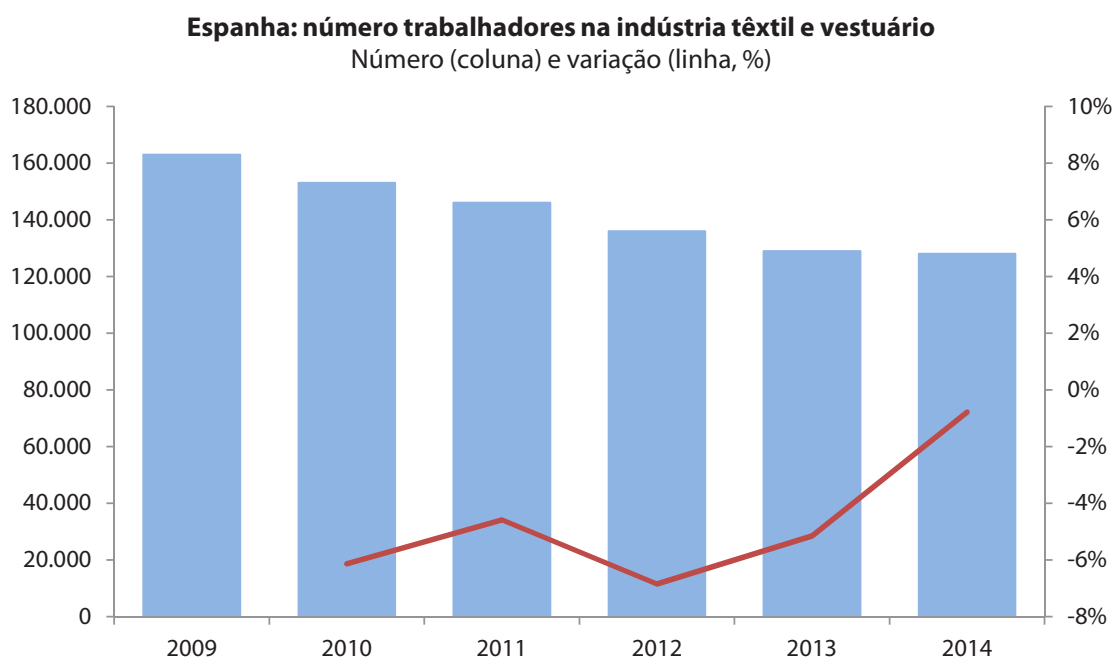
Apesar da quebra registada em 2008 e 2009, as exportações portuguesas de têxteis com destino a Es-

Figura 9: Volume de negócios da indústria têxtil e vestuário de Espanha



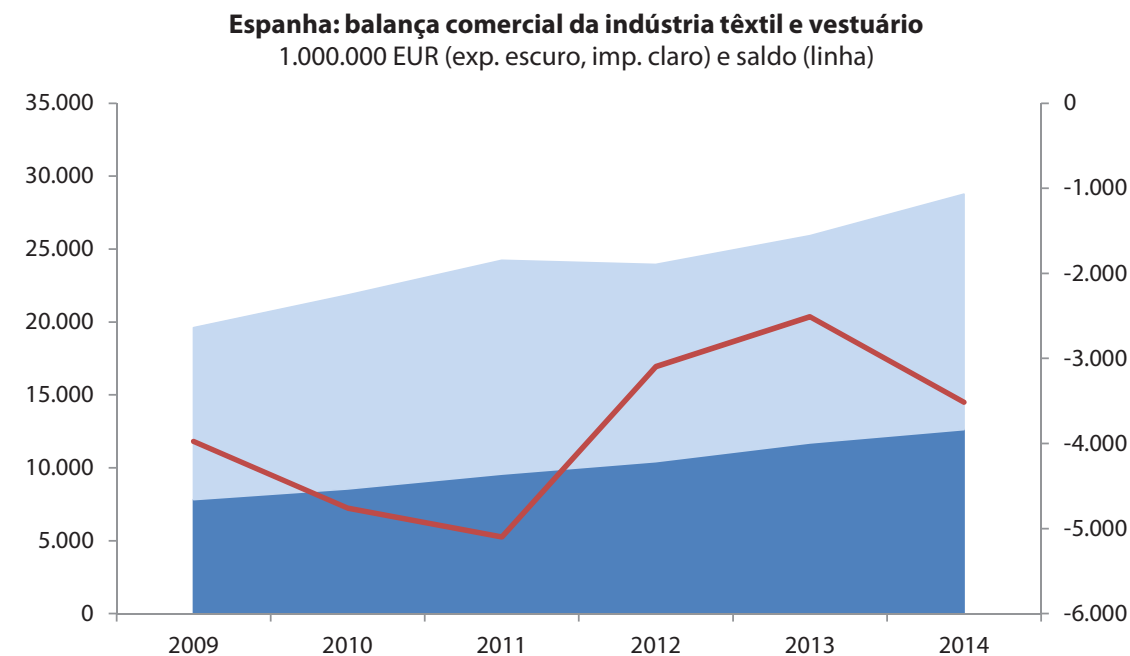
Fonte: baseado em dados da ACOTEX

Figura 10: Número de trabalhadores da indústria têxtil e vestuário de Espanha



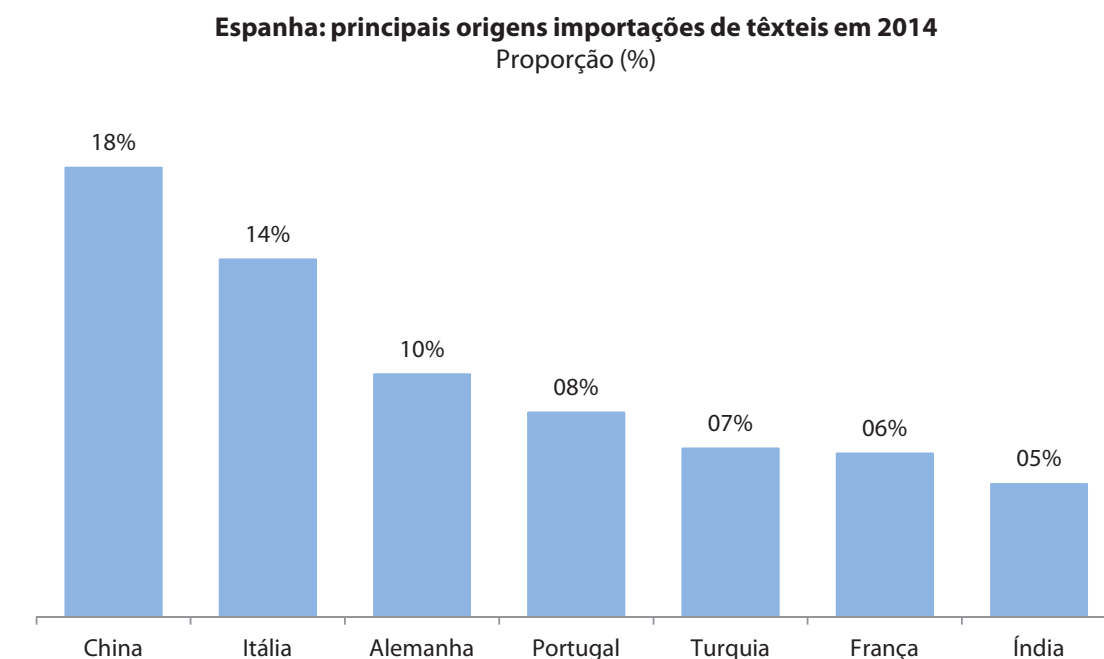
Fonte: baseado em dados da ACOTEX

Figura 11: Balança comercial da indústria têxtil e vestuário de Espanha



Fonte: baseado em dados da ACOTEX

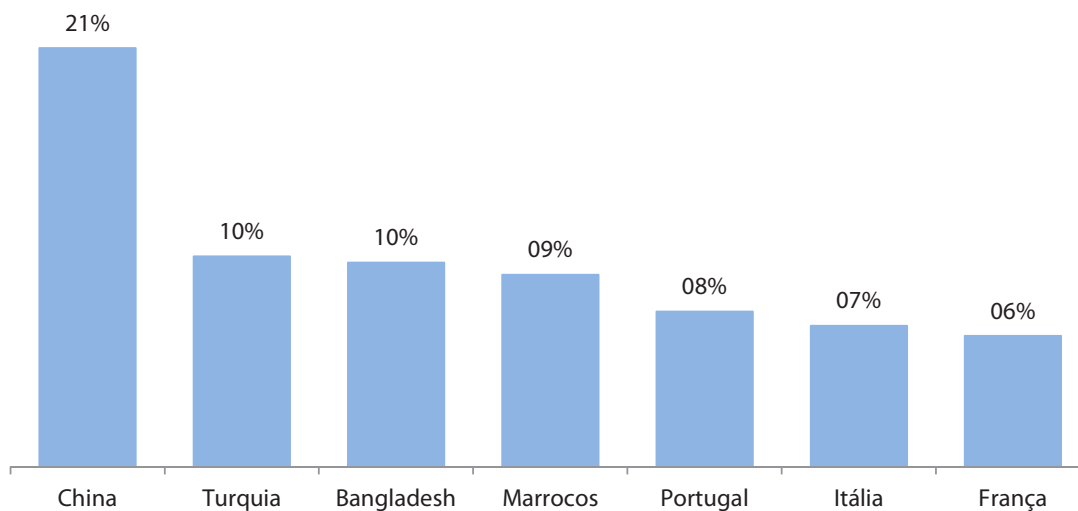
Figura 12: Principais origens das importações de têxtil da Espanha



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 13: Principais origens das importações de vestuário da Espanha

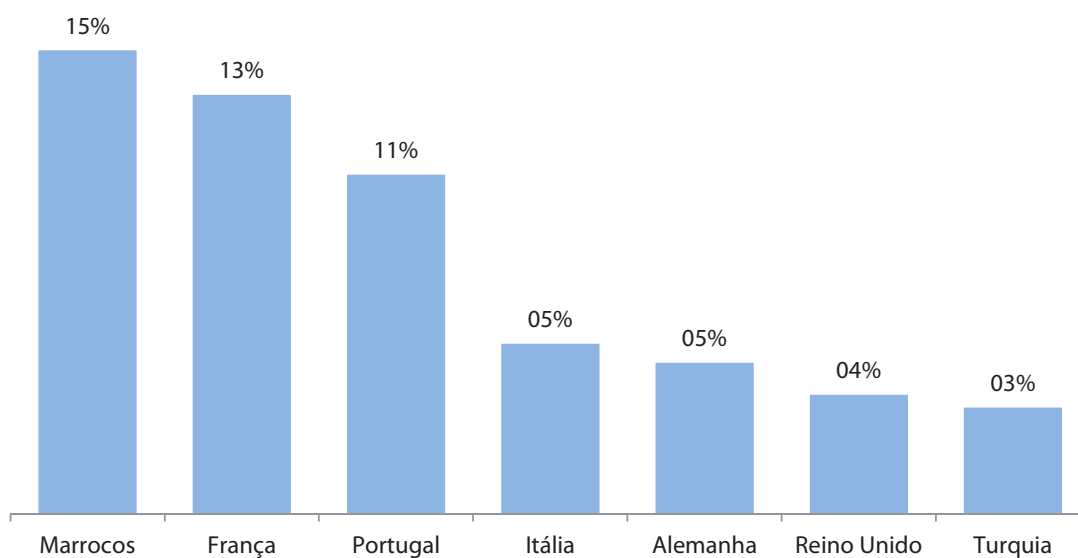
Espanha: principais origens importações de vestuário em 2014
Proporção (%)



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 14: Principais destinos das exportações de têxtil da Espanha

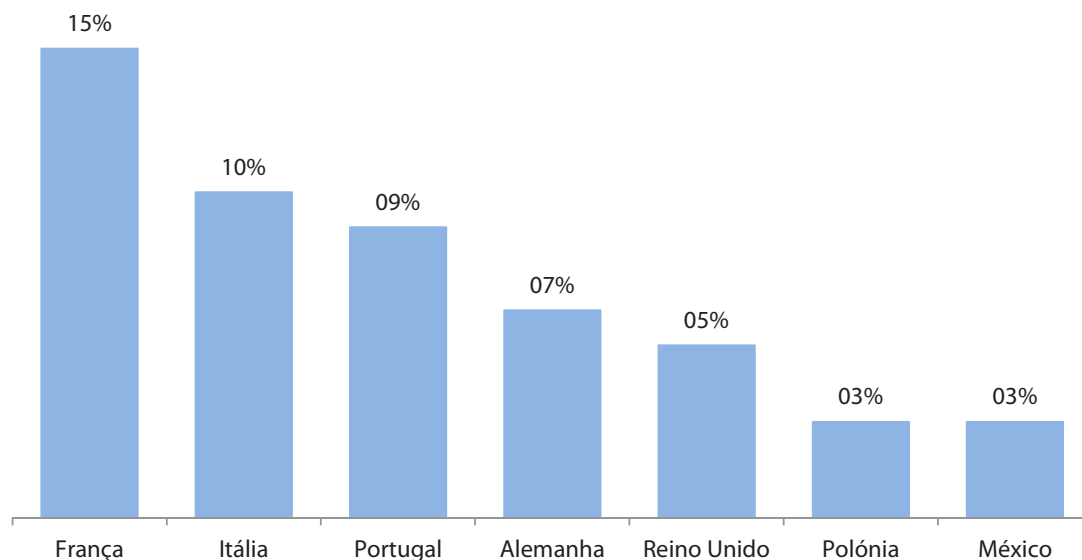
Espanha: principais destinos exportações de têxteis em 2014
Proporção (%)



Fonte: baseado em dados do Eurostat

Figura 15: Principais destinos das exportações de vestuário da Espanha

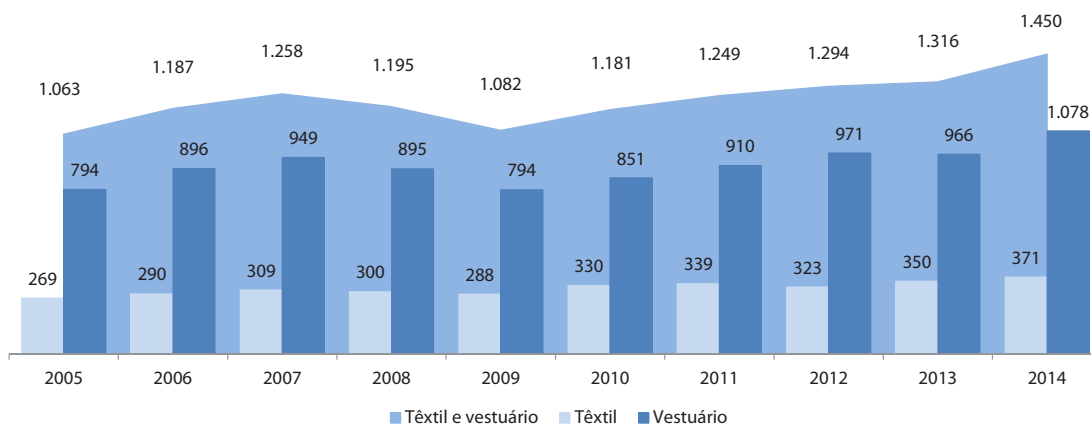
Espanha: principais destinos exportações de vestuário em 2014
Proporção (%)



Fonte: baseado em dados do Eurostat

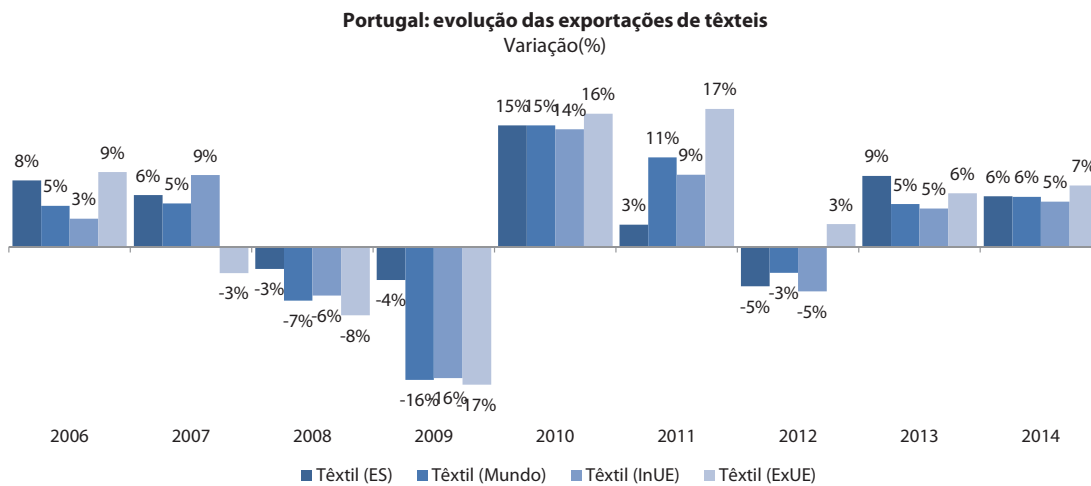
Figura 16: Evolução das exportações portuguesas com destino a Espanha

Portugal: evolução das exportações com destino a Espanha
Valor (1.000.000 EUR)



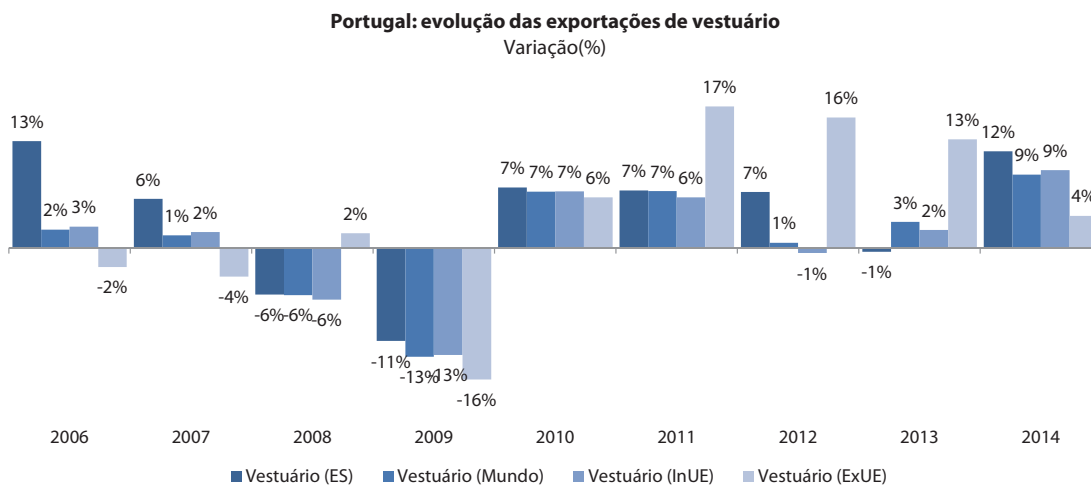
Fonte: baseado em dados do INE

Figura 17: Evolução das exportações portuguesas de têxteis



Fonte: baseado em dados do INE

Figura 18: Evolução das exportações portuguesas de vestuário



Fonte: baseado em dados do INE

panha registaram um desempenho menos negativo do que a globalidade das exportações. No entanto, em 2010 o desempenho das exportações de têxteis com destino ao mercado espanhol foi pior do que o registado para a generalidade das exportações, uma tendência que se manteve também em 2011, sendo menos acentuada em 2012. Os anos 2013 e 2014 evidenciaram um melhor desempenho do mercado espanhol em comparação com a generalidade das exportações.

No caso do vestuário, também as exportações com destino ao mercado espanhol têm registado um melhor desempenho do que a globalidade dos mercados, apenas ultrapassado em 2008 e em 2011 pelas exportações portuguesas de vestuário destinadas ao mercado extracomunitário. De salientar ainda que a diminuição nas exportações de vestuário com destino ao mercado espanhol, registada em 2008 e 2009, surgiu após uma evolução acima do geral conseguida em 2006 e 2007. De salientar em particular o forte desempenho relativo em 2014, apesar de ocorrer após um pior resultado em 2013.

Analisando a evolução das exportações portuguesas de têxtil e vestuário entre 2005 e 2014 com destino a Espanha, salientam-se as quebras registadas nas exportações de vestuário e têxteis em 2008 e 2009, bem como o crescimento registado a partir de 2010, sendo que a partir de 2012 foi ultrapassado o valor exportado em 2007. Em 2012 o mercado espanhol registou um bom desempenho relativo, situação que não foi verificada em 2013, com as exportações a caírem, ao contrário do verificado para a generalidade dos destinos. Por seu lado, o ano 2014 ficou marcado

por um forte desempenho das exportações destinadas a Espanha, bastante acima dos restantes mercados de destino.

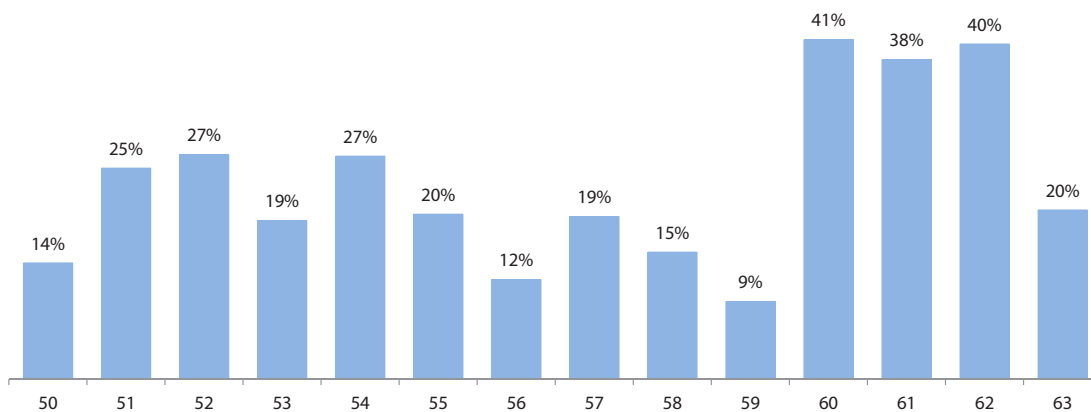
Analisando a relevância em valor das exportações portuguesas por categoria de produtos, salientam-se em 2014 as categorias: 61 (vestuário e acessórios de malha) com 700,7 milhões de euros (quota de 48%), 62 (vestuário e acessórios exceto de malha) com 377,7 milhões de euros (quota de 26%) e 63 (outros artigos têxteis confeccionados) com 119,3 milhões de euros (quota de 8%).

De salientar ainda na análise das exportações portuguesas com destino a Espanha por categoria de produtos, que diversas categorias registaram crescimentos significativos entre 2013 e 2014 no valor das exportações, pese embora a sua proporção no geral das categorias seja bastante diminuta, nomeadamente: 52 (fibras, fios e tecidos de algodão) com uma subida de 17,8%; 55 (fibras sintéticas ou artificiais descontínuas) com uma subida de 16,4%; 54 (filamentos sintéticos ou artificiais) com uma subida de 14,5%; e 51 (fibras, fios e tecidos de lã) com uma subida de 10,4%.

Com base na análise da evolução anual das exportações por categoria foi registada uma evolução positiva na generalidade das categorias de produtos, salientando-se a evolução negativa nas categorias: 53 (fibras, fios e tecidos de outras fibras vegetais) com uma quebra de 26,8%; 60 (tecidos de malha) com uma quebra de 15,8%; 50 (fios e tecidos de seda) com uma quebra de 9,9%; e 58 (tecidos especiais e tufados) com uma quebra de 2,6%.

Figura 19: Quota das exportações portuguesas com destino a Espanha (categorias 50 a 63)

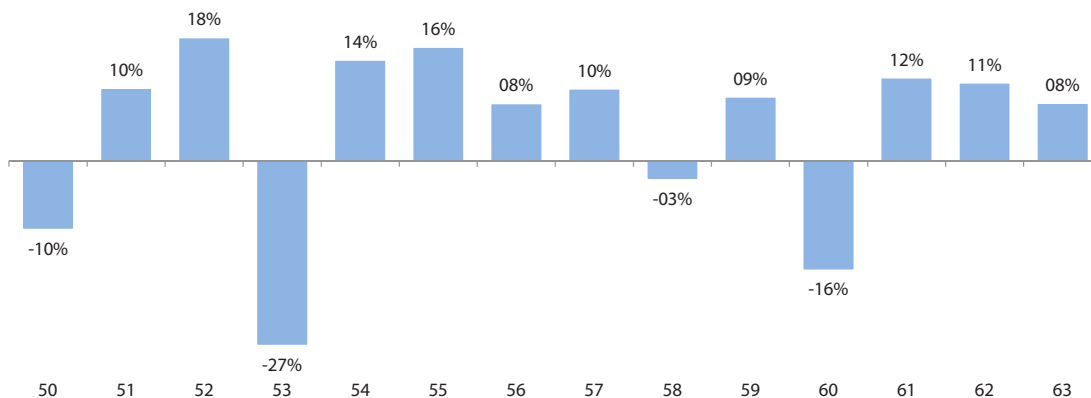
Portugal: quota das exportações por categoria com destino a Espanha
 Proporção (%) do total (Mundo) do têxtil e vestuário em 2014



Fonte: baseado em dados do INE

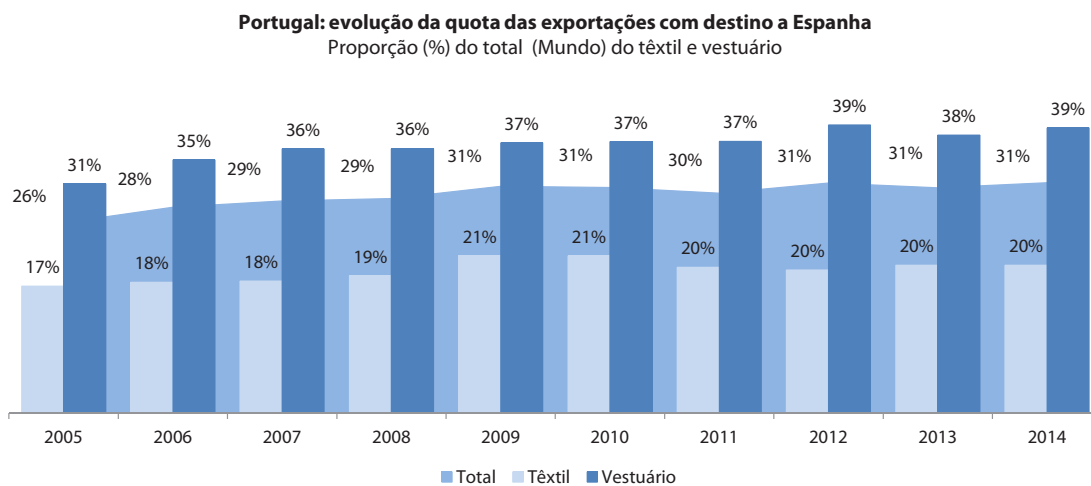
Figura 20: Evolução das exportações portuguesas com destino a Espanha (categorias 50 a 63)

Portugal: variação do valor das exportações por categoria com destino a Espanha
 Variação (%) do valor das exportações (2013/2014)



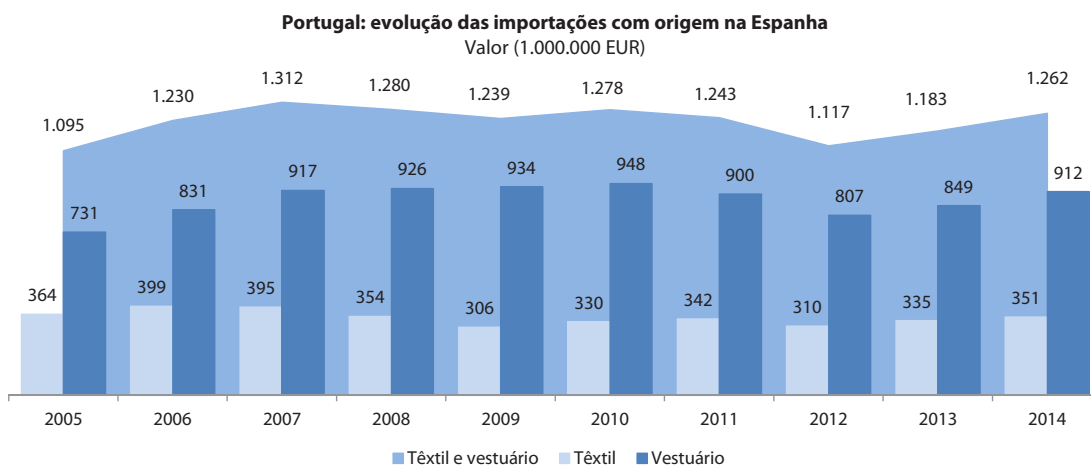
Fonte: baseado em dados do INE

Figura 21: Proporção das exportações portuguesas com destino a Espanha



Fonte: baseado em dados do INE

Figura 22: Evolução das importações portuguesas com origem em Espanha



Fonte: baseado em dados do INE

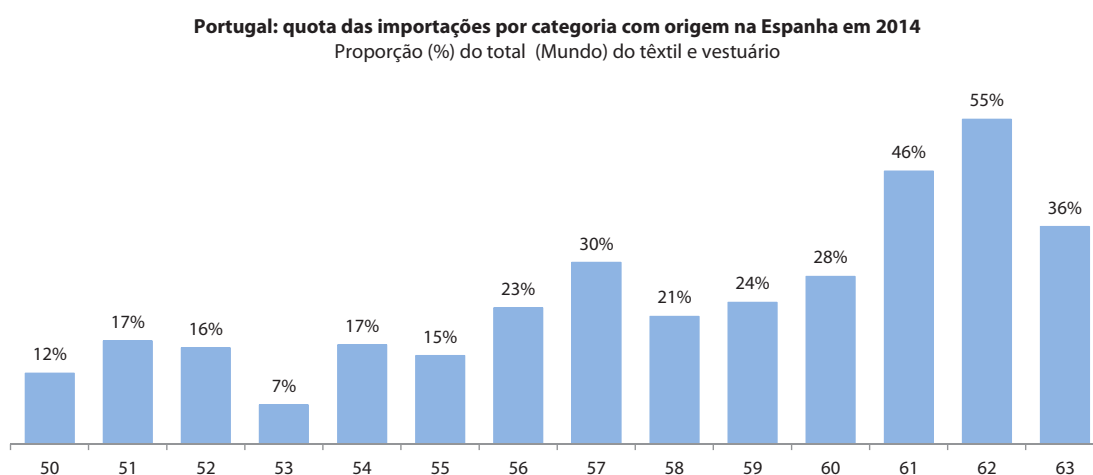
Em termos do fluxo comercial no sentido inverso, salienta-se que a Espanha é o principal fornecedor de produtos têxteis e vestuário para o mercado português, assumindo uma representatividade de 35% das importações registadas em 2014, cifradas nos 1.262,4 milhões de euros. Nos produtos têxteis, a Espanha é o principal fornecedor português com uma quota de 19% do total das importações (valor de 350,7 milhões de euros), enquanto nos produtos de vestuário a representatividade espanhola ultrapassa os 50% (valor de 911,7 milhões de euros) do total importado por Portugal. A representatividade espanhola é visível quer no vestuário de malha (categoria 61) com uma quota de 46% (valor de 405,1 milhões de euros), quer no vestuário em tecido (categoria 62) com uma quota de 55% (valor de 506,6 milhões de euros).

A evolução das importações portuguesas com origem em Espanha tem acompanhado sensivelmente a tendência registada ao nível das exportações, sendo de salientar que em 2014 foram registadas

subidas em termos das importações de têxtil (crescimento de 4,7%) e vestuário (crescimento de 7,4%), as quais ficaram cifradas nos 350,7 milhões de euros e 911,7 milhões de euros, respetivamente. De salientar ainda que, desde 2012, a balança comercial entre os dois países tem sido favorável para Portugal ao nível dos produtos têxteis e ao nível do vestuário. Além deste elemento, salienta-se ainda o facto de o vestuário possuir um papel preponderante em relação ao têxtil, no caso das trocas comerciais entre estes dois mercados.

Relativamente à relevância da Espanha como fornecedor de Portugal de produtos têxteis e vestuário em termos da perspetiva internacional, salienta-se a quota que detém ao nível das seguintes categorias de produtos: 62 (vestuário exceto de malha) com uma proporção de 55%, 61 (vestuário de malha) com proporção de 46%, 63 (outros têxteis confeccionados) com proporção de 36%, 57 (tapetes e outros revestimentos) com proporção de 30% e 60 (tecidos de malha) com proporção de 28%.

Figura 23: Quota das importações portuguesas com origem em Espanha (categorias 50 a 63)



Fonte: baseado em dados do INE

Considerações finais

Após atravessar uma fase crítica, a Espanha continua a ser afetada por taxas de desemprego sufocantes, restrições no consumo privado, aumento da carga fiscal e austeridade nos gastos públicos. No entanto, a recuperação económica e do consumo aparenta ter regressado ao mercado espanhol, originando uma recuperação gradual nos gastos dos consumidores, a qual é evidente no crescimento do volume de negócios e do número de pontos de venda no retalho de têxteis e vestuário. No entanto, apesar dos desafios, a Espanha continua a ser uma das maiores economias mundiais e possui um significativo mercado interno.

O preço continua a ser um fator crucial nas decisões de compra dos consumidores espanhóis, à medida que procuram uma relação mais vantajosa entre o valor do produto e o preço de compra. Neste contexto, verifica-se uma continuidade ao nível da oferta de descontos e promoções para estimular a procura. De salientar ainda que os desafios do consumo têm afetado fundamentalmente as cadeias de segmento médio e médio-alto, persistindo o processo de desaparecimento de retalhistas multimarca, que não têm conseguido suportar a pressão da conjuntura.

A importância da distribuição da cadeia de retalho deverá permanecer nos próximos anos, em que os efeitos da crise económica irão continuar a afetar a generalidade dos consumidores espanhóis. Segundo a análise do Euromonitor International, os retalhistas em massa serão os únicos capazes de suportar uma política de preços baixos, na medida em que podem investir em quantidade e desenvolver economias de escala. A análise do Euromonitor International refere ainda que o retalho via comércio eletrónico poderá vir a ser uma grande oportunidade para os pequenos retalhistas, permitindo-lhes evitar custos fixos substanciais e atingir uma vasta gama de consumidores.

No caso de Portugal, a Espanha é assumidamente o principal mercado de destino e o principal mercado de origem ao nível do comércio externo de produtos têxteis e vestuário. As exportações nacionais de têxteis destinadas ao mercado espanhol representaram em 2014 um valor de 371,46 milhões de euros (proporção de 20% do total exportado), tendo subido 6,1% em relação ao ano anterior. Por seu lado, as exportações portuguesas de vestuário destinadas ao mercado espanhol representaram em 2014 um valor de 1.078,37 milhões de euros (proporção de 39% do total exportado), tendo subido 11,6% em relação ao ano anterior.

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: aicep Portugal Global, Asociación

Empresarial del Comercio Textil y Complementos (ACOTEX), Banco Mundial, Eurostat, Instituto Nacional de Estadística (INE), Instituto Nacional de Estadística (INE Espanha), Organização Mundial do Comércio (OMC) 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

Web: www.portugaltexil.com

