



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado del calzado en Portugal Mayo 2017

Este estudio ha sido realizado por
Miren Sasigain Salvador, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lisboa

EL MERCADO DEL CALZADO EN PORTUGAL

El presente estudio analiza el sector del calzado en Portugal, más concretamente aquel con Código de Actividad 15.20.1, 15.20.2, 22.19.1, 22.29.1, 46.42.1, 47.72.1 y código TARIC 64, siendo: calzado impermeable (64.01), calzado de caucho o plástico (64.02), calzado de cuero (64.03), calzado textil (64.04), otros tipos de calzado (64.05) y por último partes del calzado (64.06).

La plataforma de datos SABI identifica un conjunto de 2.983 empresas en el sector del calzado en Portugal y éstas presentaron en 2016 un ejercicio total de actividad de 2.918,37 millones de euros. Del total de las empresas mencionadas, el 54,61% son microempresas, un 36,24% son de tamaño pequeño, un 8,72% son de tamaño mediano y únicamente 13 empresas son de tamaño grande.

En cuanto a la localización de la producción, la mayor parte de las empresas fabricantes de calzado de Portugal se concentra en el norte, principalmente en las regiones de Aveiro, Braga y Oporto.

Atendiendo a las principales empresas con mayor actividad en el sector del calzado en Portugal, la mayoría son fabricantes de calzado (CAE 15.20.1), entre las cuales podemos encontrar empresas como Gabor Portugal, Ecco'let, Fortunato O. Federico & Ca LDA o ACO. No obstante, de forma minoritaria se pueden encontrar también productores de componentes para calzado (CAE15.20.2) como Procalçado, con una elevada actividad en el sector (21,32 millones de euros).

Cabría destacar que aunque Portugal sea un gran productor de calzado, la mayor parte de ésta se destina a la exportación. Sin embargo, Portugal importa calzado a un precio menor del producido localmente (incluso llegando a un tercio del precio local), ocasionado e impulsado por el mercado interno.

Según los datos obtenidos en la base de datos de *Euroestacom*, Portugal importó TARIC 64 *Calzado, polainas, botines y artículos análogos, y partes de estos artículos* por valor de 773,67 millones de euros en 2016. Estos datos reflejan un aumento del 11,85% en comparación con las importaciones realizadas en 2015. El tipo de calzado más importado en 2016 fue aquel de cuero (TARIC 64.03) ascendiendo a un valor de 220 millones de euros y presentando un leve ascenso respecto del año anterior. A éste grupo, le sigue el calzado textil (TARIC 64.04) habiéndose duplicado sus importaciones desde 2011. La próxima tabla muestra con más detalle la evolución de las importaciones de calzado realizadas por Portugal en el periodo 2011-2016.

CODIGO TARIC	2011	2012	2013	2014	2015	2016
64.03 Calzado de cuero	213.425,58	181.241,44	181.017,64	191.934,82	214.095,59	220.000,80
64.04 Calzado textil	98.557,25	93.677,50	94.734,20	120.347,92	147.588,61	182.726,44
64.06 Partes de calzado	108.861,27	123.052,95	128.143,56	165.933,79	162.444,44	174.590,37
64.02 Calzado de caucho o plástico	128.413,25	104.919,42	111.421,33	149.181,50	143.304,61	171.898,81
64.05 Otros tipos de calzado	17.273,19	15.397,48	26.158,44	17.999,37	18.073,57	17.673,92
64.01 Calzado impermeable	9.375,15	8.262,82	8.830,04	9.254,75	6.162,25	6.783,65
Sub-total	575.905,69	526.551,61	550.305,21	654.652,15	691.669,07	773.673,99
Total	575.905,69	526.551,61	550.305,21	654.652,15	691.669,07	773.673,99

Tabla i. Valor total de las importaciones portuguesas con TARIC 64 (desglose a 4 dígitos), años 2011-2016.

Fuente: Euroestacom

En cuanto a los principales países suministradores de calzado de Portugal, España queda en destaque como principal suministrador, siendo el líder indiscutible en el ranking de origen de la im-

EL MERCADO DEL CALZADO EN PORTUGAL

portación en valor. En 2011, Portugal importó calzado español por valor de 225,2 millones de euros y esta cifra ha ido en aumento hasta importar en 2016 calzado por valor de 272,9 millones de euros (España suministró el 35,27% del total de las importaciones TARIC 64).

Son dos los factores que han llevado a España al éxito para con Portugal en este sector; uno es la fuerte presencia del calzado “Made in Spain” en el mercado y el segundo es la buena relación calidad precio. Por otro lado, el calzado italiano goza igualmente de una óptima posición en el ranking de exportadores a Portugal, si bien es cierto que el hecho de tener el precio medio elevado a nivel mundial frena una mayor cuota en cantidad.

En lo relevante a la demanda y la tendencia de consumo de calzado en Portugal, son múltiples los factores que el consumidor va a tener en cuenta a la hora de decidirse por un producto o por otro. No obstante, el precio continúa siendo el atributo más importante para los portugueses y de hecho, se puede afirmar que Portugal es uno de los países en los que más se compra por menos. De tal forma que los consumidores portugueses, prefieren comprar calzado a un menor precio como es el calzado hecho de plástico, caucho y textiles en lugar de cuero que resulta más caro.

Los datos recogidos en la base de datos EUROMONITOR expresan que la mayoría del calzado en Portugal se distribuye a través de comercio al por menor, el 92,8% del total. El restante 7,2% del total se reparte en venta directa, *homeshopping* e internet. Cabría destacar que éste último canal presenta una oportunidad potencial en la venta calzado. Debido a que el canal tradicional de venta en tienda física se mantiene estable y sin variaciones notorias (el volumen de ventas sigue siendo medianamente estable), la venta de calzado por Internet se está haciendo hueco en el sector. Según los datos ofrecidos por la fuente de datos EUROMONITOR, la cuota de mercado de calzado on-line fueron del 6,8% en 2016 representando un crecimiento de 2,3 puntos desde 2011 (la cuota de mercado aumentó en un 50%).

Por último, no existen barreras técnicas de acceso al mercado portugués. Se puede considerar un mercado abierto en este sentido con muy pocas excepciones.