

O Comércio Intra-sectorial no Sector do Calçado
Uma perspectiva global

João Maia

Orientação: Prof.^a Ana Paula Africano

2008

Tese de Mestrado em Economia

Nota Biográfica

João Maia finalizou a sua licenciatura em Gestão pela Faculdade de Economia do Porto em 2001. É desde Setembro de 2000 director do Gabinete de Estudos da Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos. Nestas funções coordenou vários estudos e publicações promovidas pela associação e acompanhou a realização de vários trabalhos académicos e dissertações realizadas sobre o sector de calçado. Durante o ano de 2003 participou no programa Dinamo – Dinamização dos Sectores Têxtil Vestuário e Calçado. Entre 2004 e 2006 foi administrador do Centro Tecnológico do Calçado. Entre 2005 e 2006 foi *controler* da Amorim Energia BV na qual acompanhou o processo de IPO da Galp Energia.

Resumo

Este trabalho pretende analisar o comércio intra-sectorial no sector do calçado, recorrendo aos dados do comércio internacional para a generalidade dos países do mundo.

A análise de um ponto de vista global (todos os países) e o enfoque num grupo de produtos finais permitiu obter algumas conclusões inesperadas do ponto de vista dos problemas de agregação.

Desde logo, e por estamos a analisar apenas produtos finais, as diferenças encontradas para os indicadores de comércio intra-sectorial obtidos a diferentes níveis de desagregação, foram bastante reduzidas. Depois, permitiu identificar a necessidade de uma maior clarificação sobre o problema da agregação ao nível da análise por mercados (será que o conceito administrativo/político de país é efectivamente a melhor tradução do conceito teórico de mercado? A discussão sobre se a União Europeia deverá ser vista como 27 mercados distintos ou apenas 1 é, talvez, o principal ponto em discussão nesta matéria).

A análise dos dados do comércio internacional, coordenada com os dados da produção de cada país, permitiu, por outro lado, identificar novos modelos de negócio empresariais que põem em causa alguns dos modelos teóricos do comércio. Adicionalmente, foi identificada como muito frágil a tradicional ligação entre produção industrial e comércio de produtos bem como a ligação das actividades de serviços às exportações de serviços.

Abstract

This study aims to examine the intra-industry trade in the footwear sector based on international trade data for most countries in the whole world.

The analysis from a global point of view and the focus on groups of final products led to some unexpected conclusions in relation to aggregation problems.

Firstly and because we are only analysing final products, the differences in indicator values of intra-industry trade obtained for different levels of disaggregation were quite low. Furthermore, it highlighted the need for further clarification on the issue of aggregation at the level of market dimension (is the administrative and political concept of a country, the best translation for the theoretical concept of market? The discussion whether or not the European Union should be considered as only 1 or 27 different markets is perhaps the main issue under discussion).

The analysis of international trade data, coordinated with the production data for each country allowed the identification of new enterprise business models that challenge theoretical international trade models. Additionally, the traditional link between industrial production and trade of products was identified as being very fragile as well as the connection of service activities to service exports.

Keywords: intra-industry trade; footwear; world perspective; aggregation problems

JEL Cod: F12; F14; F15

Índice Geral

1	Introdução	1
2	Revisão da literatura sobre o comércio intra-sectorial	4
2.1	Evolução das teorias do comércio intra-sectorial	4
2.2	Indicadores de medida do comércio intra-sectorial	12
2.3	Níveis de desagregação – “Categorical aggregation”	14
2.4	Distinção do comércio intra-sectorial entre vertical e horizontal	22
2.5	Análises empíricas	23
2.6	Identificação dos factores explicativos do comércio intra-sectorial	26
3	O sector do calçado a nível mundial	31
3.1	Produção	32
3.2	Consumo	34
3.3	Comércio Internacional	36
3.4	Relação entre Comércio, Produção e Consumo	37
4	Análise empírica do comércio intra-sectorial no calçado	40
4.1	Caracterização dos dados	40
4.2	Análise Estatística	46
5	Conclusões	80
5.1	Ideias para o sector português de calçado	80
5.2	Ideias para futuros trabalhos	81
6	Referências Bibliográficas	83
7	Anexos	89
	Anexo 1 - Esquema da nomenclatura utilizada	89
	Anexo 2 - Análise econométrica – Caracterização de alguns dos estudos identificados	90
	Anexo 3 – Estatísticas da Produção e Consumo SATRA (2007)	91

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Alguns estudos empíricos - metodologias utilizadas	23
Tabela 2 – Síntese dos factores explicativos do comércio intra-sectorial.....	30
Tabela 3 – Lista dos 10 maiores Exportadores e Importadores de Calçado – 2005.....	37
Tabela 4 – Relação entre comércio, produção e consumo - Quantidade 2005	39
Tabela 5 – Definição do intervalo para o rácio de preços para a distinção entre diferenciação vertical vs horizontal.....	45
Tabela 6 – Dados das Reexportações.....	46
Tabela 7 – Comércio intra-sectorial por tipos de diferenciação – 2006.....	47
Tabela 8 – Comércio intra-sectorial por tipos de diferenciação – 2006 – Procedimento habitual	48
Tabela 9 – Evolução do comércio intra-sectorial, Dados multilaterais.....	49
Tabela 10 – Comércio intra-sectorial por tipos de produto – 2006	50
Tabela 11 – Comparação dos dados comércio intra-sectorial, para diferentes níveis de detalhe da nomenclatura - Valores absolutos	52
Tabela 12 – Comparação dos dados comércio intra-sectorial, para diferentes níveis de detalhe da nomenclatura – Valores em percentagem	52
Tabela 13 – Comércio intra-sectorial, com a agregação dos países da UE25 - excluindo o comércio intra-comunitário.....	56
Tabela 14 – Comércio intra-sectorial, com a agregação dos países em 6 grandes áreas – excluindo o comércio intra-área.....	57
Tabela 15 – Distribuição do comércio total e do comércio intra-sectorial pelas várias áreas geográficas – Valores absolutos – 2006.....	58
Tabela 16 – Contributo de cada par de continentes para o comércio intra-sectorial global – Percentagem do total – 2006.....	59
Tabela 17 – Comércio intra-sectorial por país, 2006, Dados bilaterais	60
Tabela 18 – Comércio intra-sectorial por país, 2006, Dados multilaterais	60
Tabela 19 – Comércio intra-sectorial por país, 2006, Dados multilaterais vs bilaterais; Principais mercados	62

Tabela 20 – Comércio intra-setorial por País, 2006, Dados multilaterais vs bilaterais; Principais mercados	64
Tabela 21 – EUA - Comércio internacional, Principais parceiros	67
Tabela 22 – China - Comércio internacional, Principais parceiros	68
Tabela 23 – China – Principais mercados de comércio intra-setorial	69
Tabela 24 – Reino Unido - Comércio internacional, Principais parceiros	70
Tabela 25 – Espanha - Comércio internacional, Principais parceiros	71
Tabela 26 – Bélgica - Comércio internacional, Principais parceiros	72
Tabela 27 – Bélgica – Preços médios dos fluxos comerciais.....	73
Tabela 28 – Hong Kong - Comércio internacional, Principais parceiros.....	74
Tabela 29 – Roménia - Comércio internacional, Principais parceiros	75
Tabela 30 – Itália - Comércio internacional, Principais parceiros	76
Tabela 31 – Portugal - Comércio internacional, Principais parceiros	77
Tabela 32 – Saldo Comercial 2006 – Mercados analisados	78

Índice de Figuras

Figura 1 – Diferença da análise bilateral para a multilateral.....	18
Figura 2 – Comércio intra-setorial triangular.....	19
Figura 3 – Distribuição da Produção Mundial de Calçado em Quantidade 2005	32
Figura 4 – Variação relativa da Produção Mundial em Quantidade 1985 – 2005	33
Figura 5 – Variação absoluta da Produção Mundial em Quantidade 1985 – 2005	34
Figura 6 – Distribuição do Consumo Mundial de Calçado em Quantidade 2005	35
Figura 7 – Relação entre consumo <i>per capita</i> de calçado e o PIB <i>per capita</i> - 2005	36
Figura 8 – Exportações e Produção de Calçado – Quantidade – 2005	38
Figura 9 – População de cada país em função da disponibilidade ou não de dados 2006	42
Figura 10 – Distribuição do comércio intra-setorial por países - 2006	61
Figura 11 – Diferença dos dados bilaterais para multilaterais – 2006	65

1 Introdução

Durante as décadas de 80 e 90, Portugal registou sempre uma posição cimeira na lista dos maiores exportadores mundiais de Calçado (entre o 7º e o 5º posto, dependendo do ano em análise); em 2000, ainda ocupava o 7º lugar na lista dos maiores exportadores mundiais; em 2006, tinha caído para 12º exportador mundial. Esta queda, em princípio, não seria surpreendente, dado que as exportações portuguesas medidas em dólares cresceram apenas 5% enquanto que o total das exportações mundiais registou um acréscimo de 66,7%¹.

O que constitui surpresa são os países que ultrapassaram Portugal na lista dos maiores exportadores mundiais: a Holanda e a Bélgica (que há muito tempo não têm qualquer produção significativa de calçado) e a França e a Alemanha, que, por seu lado, registaram quebras significativas da produção neste mesmo período, ao ponto de hoje produzirem em conjunto bastante menos do que Portugal. O Vietname, registe-se, é o único país cuja presença nesta posição não surpreende.

Deste modo, alguns dos maiores importadores mundiais de calçado (Holanda, Bélgica, França e Alemanha) estão igualmente a transformar-se nos maiores exportadores. No sentido inverso, países como Espanha e Itália, grandes exportadores, assumem-se crescentemente como grandes importadores, também. Assim, ao comparar a lista dos 10 maiores importadores com a lista dos 10 maiores exportadores verifica-se que, em 2006, existem 7 países que pertencem a ambas as listas enquanto que em 1985 este número era de apenas 2 e em 2000 era de 5.

Este fenómeno está seguramente associado a novos modelos de negócio das empresas nestes países: as empresas exportam produtos que importaram e dedicam-se apenas a actividades ligadas à logística, *branding* ou comercialização. No entanto, estas actividades são registadas nas estatísticas do Comércio Internacional como exportações de produtos e não de serviços. Consequentemente, deste fenómeno poderão resultar análises e interpretações enviesadas, se mantivermos os procedimentos tradicionais nos estudos empíricos do comércio.

¹ De referir que entre 2000 e 2006 o Dólar registou, face ao Euro, uma depreciação global significativa na ordem dos 36%. Portugal registou uma quebra nas exportações de 25% se estas forem medidas em Euros.

Em concreto, este fenómeno tem gerado a sobreposição de importações com exportações do mesmo tipo de produtos o que é conhecido na literatura por comércio intra-sectorial. Mais, a sobreposição é de tal ordem que estamos literalmente a falar dos mesmos produtos, pois países como a Holanda e a Bélgica, como não produzem, só podem exportar os produtos que efectivamente importaram. Os dados estatísticos das exportações e importações, neste caso, já não revelam a competitividade da indústria transformadora - que não existe - mas antes a sua capacidade em dominar a cadeia internacional de produção e de distribuição do produto. Este domínio da cadeia de valor permite produzir nas localizações mais competitivas e ainda aceder aos mercados onde os produtos são mais valorizados.

Por tudo isto, temos nos registos estatísticos das exportações incluído o valor acrescentado gerado em actividades de serviços. Este facto impede, por consequência, a realização de uma comparação/correspondência linear das exportações de produtos com o VAB industrial por um lado, e, por outro, das exportações de serviços com o VAB dos serviços.

Ora, tradicionalmente, o fenómeno do comércio intra-sectorial consiste na sobreposição das exportações com as importações - Grubel Lloyd (1975) - (ver discussão sobre as definições de comércio intra-sectorial em Adb-El-Rahman (1986)). Todos os estudos identificados focam-se num só país ou então analisam os fluxos do comércio de um conjunto de países mas sempre país a país e procuram identificar quais as variáveis que mais significativamente explicam esse fenómeno. Basicamente, a generalidade dos trabalhos empíricos procura avaliar a significância de um conjunto de variáveis explicativas de forma a validar um ou outro modelo teórico.

Neste trabalho, contudo, procurou-se realizar uma abordagem global (sobre todos os países) de um dado sector/produto (Calçado) por forma a identificar países com modelos de negócio não tradicionais. Procurou-se, igualmente, visitar os problemas de agregação associados à medição e estudo do comércio intra-sectorial. Optou-se, deste modo, por uma abordagem mais geral a esta problemática analisando as diversas dimensões dos dados de comércio internacional. Assim, além da questão associada às nomenclaturas de produtos - fenómeno exaustivamente estudado na literatura –

incluiram-se na análise outras dimensões do comércio internacional nomeadamente: o “Período”; o “Mercado em análise” e o “Mercado parceiro”.

A abordagem mais global adoptada neste trabalho permitiu, deste modo, pôr em causa a razoabilidade de alguns pressupostos e procedimentos que tradicionalmente são assumidos nas análises empíricas, o mais relevante dos quais é a coincidência entre o conceito teórico de mercado e o conceito administrativo/político de país. Esta questão, nunca antes posta em causa, ao que sabemos, pode trazer implicações bastante significativas no cálculo dos indicadores relativos ao comércio intra-sectorial.

Adicionalmente, procurou-se analisar casos particulares de países que apenas exportam os produtos que importam. Esta parece ser, aliás, uma vertente distinta e em ascensão do fenómeno do comércio intra-sectorial e que tem uma dimensão tal que possibilita que países sem produção significativa de determinado produto registem saldos comerciais positivos.

Por tudo isto, o objectivo central deste trabalho é procurar explicar por que razão Portugal tem sido “ultrapassado” na lista dos maiores exportadores mundiais por países com níveis de desenvolvimento superiores e que não registam produções significativas.

Na secção 2, procede-se a uma análise da “teoria sobre o comércio intra-sectorial”: quais os conceitos, modelos e indicadores utilizados para analisar os dados do comércio internacional? Quais os factores que do ponto de vista teórico explicam a existência do comércio intra-sectorial?

A secção 3 é dedicada efectuar um enquadramento do sector de calçado a nível global. Procura-se aqui analisar os grandes produtores e os grandes consumidores a nível mundial de forma a procurar identificar países em que os dados da produção e do consumo revelem os novos modelos de negócio associados ao calçado.

Na secção 4, pretende-se realizar uma análise empírica dos dados do comércio internacional, identificar o fenómeno do comércio intra-sectorial e identificar os factores que o explicam.

Por fim, na secção 5, esboça-se uma síntese com algumas conclusões, tanto para o sector de calçado em Portugal como para futuros trabalhos relacionados com o comércio intra-sectorial.

2 Revisão da literatura sobre o comércio intra-sectorial

Neste capítulo procura-se analisar a literatura sobre comércio intra-sectorial, nomeadamente no que diz respeito às teorias tradicionais do comércio internacional e a forma como as novas teorias procuram justificar este tipo de comércio.

Assim, começa-se por descrever a evolução da base teórica do comércio internacional e por enumerar as teorias que suportam o comércio intra-sectorial, procurando-se, de seguida, descrever a forma de o medir, detectando, ao mesmo tempo, quais os problemas associados a esta forma de medição. Veremos, assim, que a diferenciação de produtos é a justificação principal para o comércio intra-sectorial (daí o quarto ponto deste capítulo dedicado à apresentação dos conceitos da “diferenciação vertical” e da “diferenciação horizontal”). Nos últimos dois pontos apresenta-se uma revisão de estudos empíricos e dos principais factores que estes estudos validaram como tendo influência no desenvolvimento do comércio intra-sectorial.

2.1 Evolução das teorias do comércio intra-sectorial

Quando o comércio intra-sectorial foi identificado nas décadas de 60 e 70 rapidamente surgiram duas correntes de opinião entre os diferentes autores:

- os que procuravam desenvolver modelos teóricos compatíveis com este novo fenómeno – veremos mais à frente vários modelos que o procuram explicar baseando-se na existência de economias de escala associadas à produção e diferenciação de produtos, na existência de produtos intermédios ou na presença de multinacionais (incluem-se neste campo nomeadamente os trabalhos de Falvey (1981), de Krugman (1979,1980) e Lancaster (1979,1980)) e
- os que defendiam que o modelo de Heckscher-Ohlin ainda se apresentava como a melhor explicação para o comércio internacional – estes autores questionavam a veracidade do comércio intra-sectorial, atribuindo-o a um mero efeito contabilístico resultante da agregação dos produtos em categorias estatísticas. Esta discussão, que trataremos mais à frente, ficou conhecida como “*categorical aggregation*” sendo de destacar em relação a este tema o trabalho desenvolvido por Finger (1975).

2.1.1 Teorias tradicionais do comércio internacional de Adam Smith passando por Ricardo e Ohlin

As teorias económicas têm estudado desde longa data os efeitos do comércio internacional na economia doméstica de cada país. Já Adam Smith, na sua obra de referência “A Riqueza das Nações” publicada em 1776, contribuiu para esta “literatura” com a teoria das vantagens absolutas e com o conceito de divisão do trabalho.

Ricardo (1817) estendeu o conceito e explicou o padrão das trocas e especialização das economias com base nas diferenças tecnológicas e vantagens comparativas daí resultantes. Vários outros autores deram outros contributos para a explicação do comércio internacional, merecendo destaque Eli Heckscher e o seu aluno Bertil Ohlin que desenvolveram na década de 50 o modelo que ficou conhecido pelos seus nomes “Heckscher-Ohlin” e que, no essencial, confirma e desenvolve o conceito de vantagem comparativa. Este modelo assume a existência de 2 países, 2 factores e 2 produtos. Os mercados são perfeitamente concorrenciais, as funções produção apresentam rendimentos decrescentes e tecnologias idênticas para os dois países. Neste contexto, o comércio internacional é suportado pela existência de diferentes dotações dos factores de produção nos diversos países. Assim, cada país acaba por apresentar vantagem comparativa e especializar-se no produto cuja produção é relativamente intensiva no recurso que é relativamente abundante no seu território. O custo relativo dos factores de produção é, então, a explicação para a especialização de cada país.

Em conclusão, em comércio livre, cada país acaba por especializar-se no produto para o qual dispõe de vantagem relativa na sua produção, em função da sua disponibilidade de factores, e por importar o outro produto.

2.1.2 A constatação da existência de comércio intra-sectorial

Durante a década de 60, vários investigadores¹ foram dando nota de que alguns países apresentavam registos de exportações e de importações do mesmo produto. Balassa (1966) procurou avaliar a estrutura do comércio dos países da então Comunidade Económica Europeia (CEE). O seu estudo identificou que muitos dos países estavam a

¹ Não se referiu aqui de forma explícita outros autores, mas contribuíram para esta análise os trabalhos, nomeadamente, de Verdoorn (1960), Michaely (1962) e Kojima (1964)

exportar e a importar os mesmos produtos, o que contrariava as teorias tradicionais do comércio internacional. Este autor introduziu na literatura o termo “comércio intra-sectorial” para identificar e tipificar este fenómeno.

Como (de acordo com os quadros teóricos vigentes) em princípio, nenhum país deveria simultaneamente exportar e importar o mesmo produto, então, deveria existir um nível tal de desagregação estatística dos produtos que para cada categoria apenas se registassem fluxos num único sentido, isto é, apenas exportações ou apenas importações. Isto levou a um problema prático que foi a obtenção de uma definição operacional para “indústria” ou para “produto homogéneo” tal como são utilizados na teoria.

Os trabalhos mais conhecidos e que se considera terem impulsionado o nascimento de toda uma literatura sobre o comércio intra-sectorial foram os desenvolvidos por Grubel e Lloyd em 1971 e 1975. Estes autores definiram o comércio intra-sectorial como a importação e exportação de bens que se encontram classificados na mesma posição estatística e que são diferenciados pelo local (“*location*”), tempo (“*time*”), aparência (“*appearance*”) ou funcionalidade (“*functional characteristic*”).

De forma a medir o montante de comércio que poderia ser considerado intra-sectorial, introduziram um indicador de medida que ficou conhecido como índice G-L (as iniciais de Grubel e Lloyd). Num dos próximos pontos procurar-se-á explicar os indicadores utilizados nos diversos trabalhos empíricos e explicar as limitações do indicador G-L que, não obstante, se generalizou, sendo hoje consensualmente aceite como o indicador de medida do comércio intra-sectorial.

2.1.3 Explicações para o comércio intra-sectorial

O processo habitual no desenvolvimento do conhecimento passa pela interacção entre as construções teóricas - desenvolvimento de modelos teóricos - e pela validação empírica das mesmas. As teorias do comércio intra-sectorial surgem do desafio que os estudos empíricos colocaram aos quadros teóricos existentes à luz dos quais este fenómeno seria impossível, logo, sem explicação. Em todo o caso, e para dar uma forma mais tradicional ao texto optou-se por começar pela descrição dos modelos teóricos e só

depois aprofundar as validações empíricas (prejudicando por vezes a ordenação histórica da literatura).

Desde os finais da década de 70 que foram desenvolvidos vários modelos que pretendiam dar resposta à evidência da existência de comércio intra-sectorial. Podemos, de uma forma simplista, compartimentar as teorias em função dos seus pressupostos de base. Seguimos aqui a arrumação proposta por Lloyd (2004).

Já no ponto seguinte, e porque cronologicamente foram os primeiros a surgir, abordaremos vários autores defensores de uma conceptualização que se baseia na diferenciação dos produtos e para quem a procura da “variedade ideal” ou o próprio “gosto pela diversidade” justifica a existência do comércio intra-sectorial.

Seguidamente (ponto 2.1.3.2), analisaremos várias teorias que embora mantenham o pressuposto de base dos modelos tradicionais que consideram os produtos homogêneos, procuram, no entanto, relaxar alguns dos restantes pressupostos de forma a justificar a existência de comércio intra-sectorial.

Mais adiante (ponto 2.1.3.3) identificaremos vários autores para os quais a inclusão de produtos intermédios misturados com produtos finais, na mesma categoria estatística, já constitui uma importante explicação para o comércio intra-sectorial.

Finalmente, uma outra área de desenvolvimento teórico utiliza a existência de multinacionais, que, através do investimento directo estrangeiro (IDE), constituem num país um centro de produção e que exportam produtos para a sua sede a partir da qual os vendem, para justificar o mesmo fenómeno. Esta área de estudo também é por vezes conhecida como comércio intra-empresa.

2.1.3.1 Diferenciação de Produto

A explicação do comércio intra-sectorial baseada na diferenciação de produtos é a motivação de base de uma boa parte dos modelos teóricos. Assim, esta tipologia de modelos constitui talvez o paradigma dos modelos de comércio intra-sectorial.

O argumento, neste tipo de modelos, é que os produtos em causa não são substitutos perfeitos e aí reside a razão para a existência do comércio intra-sectorial. Portanto, cada país/empresa deverá especializar-se na produção de uma variedade do produto e disponibilizar essa variedade tanto no mercado nacional como no internacional.

Esta diferenciação dos produtos pode ser obtida de forma vertical ou horizontal. No primeiro caso considera-se que cada variedade tem um dado nível de qualidade e será disponibilizada ao consumidor a um preço que será função dessa qualidade. No segundo caso o consumidor terá à sua disposição um conjunto de variedades com o mesmo nível de qualidade que diferem apenas pelas suas características e que, em equilíbrio, serão vendidas ao mesmo preço.

2.1.3.1.1 Diferenciação Vertical²

No âmbito da diferenciação vertical os produtos diferem pela qualidade. Neste subgrupo temos os modelos de Falvey (1981) e Falvey e Kierzkowski (1987) que são os pioneiros na justificação do comércio intra-sectorial com base na diferenciação vertical dos produtos.

Shaked e Sutton (1983, 1984) combinam a existência de produtos diferenciados verticalmente com a necessidade de investimentos em investigação e desenvolvimento que constituem uma barreira à entrada. Esta origina um equilíbrio do mercado numa situação de oligopólio.

Armington (1969) introduziu na literatura um modelo de mercado que considera os produtos produzidos num dado país como substitutos imperfeitos dos produzidos num outro país. Assim, deixam de existir produtos homogéneos pois sugere-se que o consumidor atribui diferentes níveis de utilidade em função da origem do produto. É esta percepção do consumidor que permite que os produtos possam ter preços distintos em função da sua origem.

Em síntese, estes modelos justificam a existência de comércio intra-sectorial com base nos diferentes níveis de qualidade dos produtos. Assim, a estrutura de custos também será diferente. Um país/empresa pode dedicar-se à produção de produtos de menor qualidade recorrendo a uma menor intensidade de factores e conseqüentemente a um menor custo e, por outro lado, um outro concorrente pode dedicar-se a um nível superior de qualidade com base num custo superior.

² As compilações: Kierzkowski (1984) e Chang e Katayama (1995) reúnem outros artigos que procuram explicar o comércio intra-sectorial com base da diferenciação vertical dos produtos.

Deste modo, os consumidores com menor propensão para a qualidade comprarão produtos de menor qualidade a preços inferiores enquanto que os consumidores mais sensíveis à qualidade optarão por produtos mais caros. No final, e em equilíbrio, os preços reflectirão a qualidade dos produtos e, assim, quanto maior for a qualidade maior será o preço.

2.1.3.1.2 Diferenciação Horizontal

Temos depois um segundo subgrupo de modelos que apontam a diferenciação horizontal como explicação do comércio intra-sectorial, ou seja, os produtos são substitutos próximos, mas diferem ao nível de algumas das suas características.

Nestes modelos, cada empresa decide o preço de venda do seu produto e a localização/características da sua variedade. Como a tecnologia produtiva é idêntica para todas as empresas, então a utilização dos factores produtivos e consequentemente os custos marginais também serão idênticos.

Vamos obter, deste modo, uma situação de equilíbrio em que os preços das diferentes variedades serão idênticos e em que as características/localização são equidistantes de forma a que as quotas de mercado também sejam idênticas.

Neste âmbito, encontramos um primeiro subgrupo no qual o consumidor simplesmente apresenta um “gosto pela diversidade/variedade” (Krugman (1979,1980) e Dixit e Norman (1980)) e um segundo subgrupo em que o consumidor procura a “variedade ideal” (Lancaster (1979,1980) e Helpman (1981)).

2.1.3.2 Modelos com produtos homogêneos

Estes modelos continuam a assumir que os produtos são homogêneos, mas explicam a existência de comércio intra-sectorial como resultado da interacção estratégica de um mercado global que é duopolista ou oligopolista. Existem vários subgrupos de modelos que modificam algum dos pressupostos de base de Heckscher-Ohlin para que se justifique a existência de comércio bidireccional.

2.1.3.2.1 Discriminação de preços

Brander (1981) propôs um modelo em que existe discriminação de preços e a competição entre os *player* é do tipo “Cournot”. Neste contexto, a menor quota de

mercado da empresa estrangeira leva a uma elasticidade preço da procura percebida menor, o que leva a uma penetração de ambas as empresas em ambos os mercados, mesmo no contexto em que existem custos de transporte. Mais tarde, o modelo veio a ser generalizado em Brander e Krugman (1983) e este tipo de comércio intra-sectorial acabou por ficar conhecido como “dumping recíproco”.

2.1.3.2.2 Concorrência Espacial

Uma outra forma de explicar a existência de comércio intra-sectorial, no contexto de produtos homogêneos, vem dos modelos de concorrência espacial. Greenhut, Ohta e Sailors (1985) aplicaram a teoria da discriminação espacial desenvolvida por Melvin Greenhut em 1975 numa série de artigos e criaram um modelo de concorrência espacial oligopolista como forma de explicação para o comércio intra-sectorial.

2.1.3.2.3 Procura Incerta

A existência de factores de incerteza relativamente à procura, nomeadamente a introdução de um factor aleatório na função procura, é utilizada por Anam e Chiang (2003) para explicar o comércio intra-sectorial. O argumento é que na presença de incerteza, e caso os custos de transporte não sejam impeditivos, empresas com um perfil avesso ao risco tendem a diversificar mercados suportando assim a existência do comércio intra-sectorial.

2.1.3.2.4 Similaridade na utilização de factores produtivos

Um último sub-grupo de modelos assume que os produtos em causa não serão substituíveis no consumo (pela procura), mas que as indústrias têm idêntica utilização de factores produtivos. Destaca-se nesta área os trabalhos desenvolvidos por Finger (1975), Chipman (1992) e Davis (1995)³. A grande dificuldade destes modelos é que não existe qualquer relação entre os produtos, excepto que eles têm, por pressuposto, análogo uso de factores produtivos.

³ Ver Bernhofen (2002) que faz uma revisão deste tipo de modelos

2.1.3.3 Produtos intermédios

A existência de um mercado de produtos intermédios, que podem ser transaccionados internacionalmente e depois transformados no produto final, é utilizada em alguns modelos como forma de justificação do comércio intra-sectorial.

Dixit e Grossman (1982) construíram um modelo baseado nos pressupostos de Heckscher-Ohlin (retornos constantes à escala e dois produtos finais) sendo, no entanto, cada um dos produtos finais produzido através de uma sequência de fases. Cada uma destas fases acrescenta valor a um produto intermédio por forma a produzir um outro produto em curso para a fase seguinte. Assume-se que cada um destes produtos intermédios é passível de ser transaccionado internacionalmente.

Ethier (1982) apresenta também um outro modelo no qual um dos produtos é produzido com base na montagem de vários componentes que são montados simultaneamente. A transacção internacional destes componentes, devido à presença de economias de escala, leva à existência do comércio intra-sectorial.

Tendo presente que para a produção de um carro específico de um dos grandes construtores americanos estão envolvidos pelo menos nove países em algum dos aspectos da produção, marketing ou venda, -

- 30% do valor gerado vai para a Coreia para a montagem,
- 17,5% para o Japão pelos componentes e tecnologia,
- 7,5% para a Alemanha pelo design,
- 4 % para Taiwan e Singapura pelos componentes menores,
- 2,5% para o Reino Unido pela publicidade e serviços de marketing,
- e 1,5% para a Irlanda e Barbados pelo processamento de dados, -

isto significa que apenas 37% do valor do carro “Americano” é efectivamente gerado nos Estados Unidos.” WTO (1998) pp. 36

Não é, por isso, de estranhar que este tipo de modelos tenha vindo a ser utilizado com alguma frequência, pois conseguem captar esta realidade em ascensão que tem a ver com a aquisição internacional de produtos intermédios.

2.1.3.4 Existência de Multinacionais

A presença de multinacionais tem sido utilizada em vários estudos empíricos como uma variável de suporte para existência do comércio intra-sectorial. Neste contexto, surge um novo termo que é o de comércio intra-empresa já que parte do comércio internacional passa a ser realizada entre filiais de empresas multinacionais.

Dunning (1981) analisa os países com maiores níveis de IDE, tanto enviado como recebido, e demonstrou que as empresas destes países penetravam os mercados umas das outras, tanto ao nível comercial como ao nível do investimento. Fukasaku e Kimura (2002) analisaram os fluxos comerciais dos EUA e concluíram que, desde a década de 1970, o comércio intra-empresa tem representado cerca de 40% do comércio total. Vários outros estudos procuraram validar a relação entre a presença de IDE e o comércio intra-sectorial, mas nenhum modelo teórico se generalizou.

2.2 Indicadores de medida do comércio intra-sectorial

Desde o início da década de 70 diversos autores têm proposto várias formulações para a medida do comércio intra-sectorial. Uma das primeiras propostas surgiu por Grubel e Lloyd (1971) e (1975) e ficou conhecida pelas iniciais dos seus autores (GL).

Com o passar do tempo, foram sendo identificados vários problemas/enviesamentos do indicador GL e foram também sendo propostas correcções e alternativas de medida. No entanto, nenhuma proposta veio a revelar-se interessante, tornando-se consensual a utilização do indicador original já que as alternativas não apresentaram melhorias significativas.⁴

Para estes autores, “comércio intra-sectorial, para uma dada indústria i , é definido como o valor das exportações que se sobrepõem às importações da mesma indústria, isto é:

$$R_i = (X_i + M_i) - |X_i - M_i|$$

onde X_i e M_i são o valor das exportações e das importações da indústria i . R_i pode ser calculado para o comércio de um dado país: com um outro país, com um conjunto de

⁴ Vona (1991) analisa os vários indicadores disponíveis e sugere que o indicador não corrigido proposto por Grubel e Lloyd é “o melhor disponível e possui as propriedades desejadas”. Conclusão similar obtiveram vários outros autores como se pode constatar pela generalização da utilização deste indicador da análise da Tabela 1.

países ou com todos os seus parceiros comerciais. O comércio inter-sectorial pode ser definido como:

$$S_i = |X_i - M_i|$$

Fica então claro que o comércio intra-sectorial é o valor do comércio total ($X_i + M_i$) que resta depois da subtração do saldo comercial $|X_i - M_i|$.

Para facilitar comparações destas medidas com outros sectores e países, é útil representar estes valores em percentagem do total da soma das exportações com as importações (comércio total). Assim, as medidas do comércio inter e intra-sectorial são:

$$A_i = |X_i - M_i| / (X_i + M_i) \cdot 100$$

$$B_i = [(X_i + M_i) - |X_i - M_i|] \cdot 100 / (X_i + M_i)$$

Ambas as medidas A_i e B_i variam entre 0 e 100. O nível de comércio inter-sectorial será sempre 100 menos o nível do comércio intra-sectorial.” (em Grubel e Lloyd (1971), pg. 496).

A medida B_i pode então variar entre zero e 100%; quanto mais próximo de 100% maior a quota de comércio intra-sectorial no comércio total. Os casos extremos são, por um lado, o zero, situação em que todo o comércio é inter-sectorial, ou seja, só existem exportações ou importações, e por outro lado, temos o 100%, quando todo o comércio é intra-sectorial, ou seja, o valor das exportações é idêntico ao valor das importações.

Na proposta inicial o indicador é apresentado apenas com uma dimensão, isto é, o sector/produto i . Mas os dados do comércio internacional têm, em princípio, 4 dimensões. Além do produto i devemos considerar: o país em análise k , o país parceiro k' e o momento t .

Assim, simplificando, o indicador fica:

$$GL_{ikk't} = 1 - \frac{|X_{ikk't} - M_{ikk't}|}{(X_{ikk't} + M_{ikk't})}$$

No ponto 2.3 vamos analisar quais as implicações deste indicador ser calculado com um nível de agregação superior ou inferior para cada uma das dimensões. O cálculo deste indicador com um elevado nível de detalhe, cumprindo o rigor teórico do conceito,

origina naturalmente um número elevado de registos a serem analisados. No estudo desenvolvido nos pontos seguintes, para o sector de calçado em 2006, surgem 77694 registos distintos do indicador GL (B_i) o que não permite uma análise coerente e consequente. É neste contexto que surge a necessidade de uma forma para a agregação dos registos do indicador GL. Grubel e Lloyd (1975) propõem que se utilize a “média ponderada pelo total das exportações mais as importações de cada sector i no total das exportações mais as importações dos N sectores se pretendem analisar.”

Devemos considerar que além do sector em análise N , que é composto por um conjunto de produtos i , estamos também a analisar um conjunto de países W , por exemplo todos os países do mundo, que é composto por um conjunto de países k para os quais foi calculado o indicador. Do ponto de vista dos parceiros comerciais, poderemos também considerar que nos interessa analisar as relações com um grupo de países W' , em princípio todos os países⁵, que é composto por um conjunto de países k' então o valor agregado do indicador viria:

$$GL_{NWW't} = 1 - \frac{\sum_{i \in N} \sum_{k \in W} \sum_{k' \in W'} |X_{ikk't} - M_{ikk't}|}{\sum_{i \in N} \sum_{k \in W} \sum_{k' \in W'} (X_{ikk't} + M_{ikk't})}$$

Adaptado de Fontagné e Freudenberg(1997)

2.3 Níveis de desagregação – “Categorical aggregation”

Recorde-se que os dados do comércio internacional registam 4 dimensões: Período, Mercado em análise, Mercado parceiro e Produto. Em princípio todas elas podem levantar problemas de agregação, mas, na prática, só algumas delas têm sido alvo de debate e reflexão na literatura do comércio intra-sectorial, conforme veremos adiante. Entendemos que esta questão é crítica pois quando se inicia um estudo empírico é necessário definir qual o nível de detalhe a utilizar nas várias dimensões referidas, devendo haver uma boa fundamentação nas opções tomadas.

⁵ Alguns estudos estão apenas interessados na análise das relações com um grupo particular de países. São vários, por outro lado, os que se focam apenas nas relações comerciais entre os países da União Europeia. Neste caso o W' seria apenas constituído pelos parceiros em análise da União Europeia.

A utilização de um nível de desagregação maior ou menor em qualquer destas quatro dimensões poderá levar a resultados distintos que podem, por vezes, conduzir a conclusões distintas. Daí a importância da discussão sobre o problema da agregação para uma matéria como o comércio intra-sectorial.

A dimensão temporal é, de todas, aquela que tem sido mais pacífica. Os dados são publicados na generalidade das bases de dados numa base anual e é este o nível de desagregação que é utilizado nos estudos empíricos realizados. No entanto, cada vez mais têm surgido bases de dados com informações infra-anuais o que pode potenciar o surgimento de estudos com períodos de análise distintos o que poderá conduzir a resultados/conclusões diversos. Mesmo assim, neste momento é consensual que os estudos empíricos de comércio intra-sectorial devem ser realizados numa base anual.

Fontagné e Freudenberg (1997) identificam duas fontes de enviesamento, uma geográfica e outra sectorial. A primeira dá-se com a agregação dos parceiros comerciais e impõe-se decidir se se trabalha com dados bilaterais ou multilaterais, ou seja, se consideramos os dados detalhados com cada parceiro comercial ou, se por outro lado, se analisa os dados agregados para todos os parceiros comerciais.

A segunda fonte de enviesamento refere-se à agregação dos produtos/sectores. Esta é seguramente a dimensão mais estudada dos problemas de agregação e tem vindo a ser ultrapassada, na prática, pela utilização de nomenclaturas de produtos cada vez mais detalhadas.

Quanto à outra dimensão dos dados (país/região da análise), a literatura, até onde foi possível verificar, nada menciona sobre o assunto. O problema que aqui se põe é, por exemplo, quando estamos a olhar para o mundo de uma forma global, devemos olhar para a União Europeia como um único mercado ou como 27 mercados distintos? Deve o conceito de mercado coincidir com o conceito administrativo/político de país? Estas perguntas podem não ter uma resposta fácil. No ponto 2.3.3 procura-se reunir algumas ideias sobre este assunto.

Nos pontos seguintes procurar-se-á apresentar algumas das ideias disponíveis de forma a minimizar os enviesamentos que podem ocorrer do excesso de agregação ou detalhe utilizado em cada uma das dimensões.⁶

2.3.1 Nível de desagregação dos Produtos

Os problemas associados à agregação dos produtos são os mais estudados e avaliados pela literatura. Em síntese, o que está aqui em causa é escolher qual o nível de detalhe dos produtos que correspondem ao conceito de produtos homogêneos da teoria (produtos que respondam à mesma necessidade e que utilizem a mesma dotação de factores).

Neste contexto, se agregarmos numa mesma categoria dois subsectores (produtos) que registem sinais contrários do saldo comercial vamos obter um enviesamento para cima do valor do comércio intra-sectorial. Se esta diferença dos saldos comerciais puder ser explicada pela especialização inter-industrial, então uma parte do comércio intra-sectorial calculado pode ser explicado pelas teorias tradicionais de comércio baseadas nas vantagens comparativas.

Esta justificação (utilização de nomenclaturas de produtos demasiado agregadas) foi invocada por Finger (1975) como justificação para os dados do comércio revelarem a exportação e importação simultânea do mesmo sector.

A agregação dos produtos que utilizavam diversas dotações de factores numa única posição estatística foi a explicação desde logo avançada pelos “defensores” das teorias tradicionais de comércio quando, na década de 70, os primeiros estudos empíricos identificaram o fenómeno do comércio intra-sectorial. Mesmo assim, mais tarde, foi possível verificar que mesmo para níveis de detalhe muito mais desagregados se encontravam volumes de comércio intra-sectorial bastante relevantes, o que permitiu provar que o comércio intra-sectorial não se tratava apenas de um problema de nomenclatura estatística, como suportavam no início os “defensores” das teorias tradicionais como Finger (1975).

⁶ Optou-se por não detalhar os possíveis problemas de agregação associados à dimensão temporal por não termos referenciado qualquer informação sobre o assunto e por considerarmos, mas sem qualquer suporte empírico, que os problemas que possam daqui advir tenham impactos menos significativos.

A globalização do comércio tem permitido um aumento significativo da fragmentação internacional da cadeia produtiva. Neste contexto, Fontagné e Freudenberg (1997) identifica uma outra fonte para o problema da agregação de produtos que está relacionada com a presença de produtos intermédios nas mesmas classificações dos produtos finais. Nos dados do comércio de uma indústria, é habitual incluir além dos produtos finais os seus produtos intermédios. Assim, ao medir o comércio intra-sectorial a um nível mais agregado, pode acontecer que estejamos a incluir nesta medida as trocas de produtos finais por produtos intermédios o que leva a uma sobre quantificação do comércio intra-sectorial.

Existem duas formas de resolver este problema: uma é reclassificar as estatísticas para que cada produto corresponda a um produto homogéneo na tecnologia produtiva e na necessidade que satisfaz; a outra é calcular o comércio intra-sectorial a um nível bastante desagregado e só depois proceder à sua agregação. A primeira opção não é facilmente operacionalizada e como exigiria uma classificação estabilizada de produtos, que não existe, a generalidade dos estudos tem optado pela segunda opção. Esta opção conduz então à minimização dos problemas de agregação pois não anula os diferentes saldos comerciais de cada produto incluído num dado sector. Por outro lado, a utilização de uma nomenclatura demasiado detalhada também pode conduzir, pela mesma razão, a um enviesamento (para baixo) dos níveis de comércio intra-sectorial.

Dado tudo isto, os estudos empíricos mais recentes têm optado pela utilização das nomenclaturas estatísticas mais detalhadas disponíveis e a opção tem recaído na HS a 6 dígitos, na SITC a 5 dígitos ou mesmo no caso de Fontagné e Freudenberg (1997) na CN a 8 dígitos.⁷

2.3.2 Nível de desagregação dos Parceiros

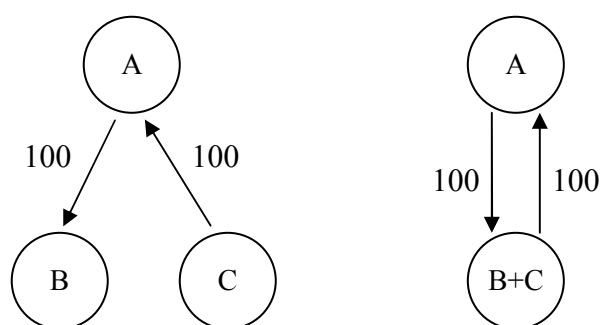
A base do debate em torno da agregação dos parceiros está na definição de comércio intra-sectorial e no conceito de sobreposição. “A título de exemplo na literatura anglo-saxónica Grubel e Lloyd (1975): «Comércio Intra-sectorial é definido como o valor das exportações de uma dada industria que se sobrepõem a importações da mesma

⁷ SITC - Standard International Trade Classification
HS - Harmonized System
CN – Combined Nomenclature

indústria». Na literatura francesa Clair et al. (1984) «por definição todo o fluxo de exportação que é compensado por um idêntico fluxo de importação com um mesmo país constitui comércio intra-sectorial» Adb-El-Rahman (1986) pg. 92.

O problema da agregação dos parceiros comerciais implica uma escolha entre proceder a uma análise bilateral, i. e. por pares de países ou multilateral, i.e. de um país com todos os seus parceiros. Recorre-se aqui a um exemplo apresentado em Fontagné e Freudenberg (1997) para ilustrar a diferença entre os dois tipos de análise.

Figura 1 – Diferença da análise bilateral para a multilateral



Fonte: Fontagné e Freudenberg(1997)

Consideremos o exemplo em que numa dada industria o país “A” exporta 100 unidades para o país B e importa 100 unidades do país C.

Numa análise bilateral todos os fluxos comerciais são classificados como comércio inter-industrial e podem ser explicados à luz das teorias tradicionais, se considerarmos a existência de custos de transporte (ver Bergstrand (1983)). Numa análise multilateral então todo o comércio realizado pelo país A, independentemente do parceiro comercial (B ou C), passa a ser classificado todo como intra-sectorial; daí que a generalidade dos estudos empíricos prefiram a análise dos fluxos bilaterais aos fluxos multilaterais.

Uma razão adicional prende-se com o facto de o mesmo fluxo na análise multilateral pode ser classificado de forma diferente em função do ponto de vista do observador o que prejudica quando se pretende fazer uma análise supra-nacional. Voltando ao exemplo anterior, admitindo que o mundo tem apenas este três países e que só existiam estes dois fluxos comerciais, então numa análise multilateral para o país “A” este comércio trata-se de comércio intra-sectorial, mas do ponto de vista do país “B” ou “C” estes mesmos fluxos são classificados como comércio inter-sectorial. Como os fluxos

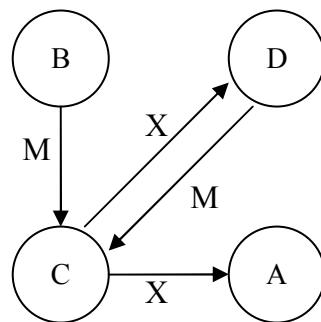
comerciais são os mesmos, a análise multilateral cria este problema de atribuir diferentes classificações dependendo do ponto de vista do observador.

Adb-El-Rahman (1986), apesar de concordar que a análise bilateral representa o comércio intra-sectorial puro, não descarta uma análise multilateral.

“A Figura 2 mostra um exemplo de um país C que efectua simultaneamente importações e exportações de produtos similares de vários parceiros comerciais (análise multilateral). Mais, dentro dessa análise multilateral, ele pode para certos países (A) exclusivamente exportar e para outros apenas importar (B).

Importa assim pesquisar dentro das observações do comércio intra-sectorial efectuado ao nível multilateral e verificar se a sobreposição das trocas se mantém ao nível bilateral, ou seja, se se mantém a sobreposição quando os parceiros são tomados separadamente, ou se por outro lado, a transição para a análise bilateral remove a sobreposição e então as trocas com alguns dos parceiros comerciais são apenas exportações e com outros exclusivamente importações. Neste contexto, é necessário avaliar cada um destes tipos de fluxos e determinar a importância relativa de cada um deles.” Em Abd-El-Rahman (1986) pg. 109.

Figura 2 – Comércio intra-sectorial triangular



Fonte: Abd-El-Rahman (1986)

Em síntese, a análise bilateral apesar de ser a mais coerente para uma análise supranacional, pelo menos no que diz respeito à classificação dos fluxos, não permite a avaliação do fenómeno do comércio intra-sectorial triangular, ou seja, da sobreposição de fluxos realizados com parceiros distintos.

2.3.3 Nível de desagregação dos mercados em análise

A teoria económica trabalha sempre com dois conceitos de base. Um é o de produto (homogéneo) e o outro é o de mercado. Os debates que temos analisado neste ponto (2.3) são as formas de tradução destes conceitos para as análises empíricas.

No ponto 2.3.1, por um lado, analisamos as discussões que têm existido sobre a que nível das nomenclaturas de produtos se deve considerar que estamos a falar de produtos homogéneos. Neste ponto, por outro lado, procuraremos avaliar a tradução para a realidade do conceito teórico de mercado. Da análise que foi possível fazer da literatura disponível, relativamente ao tema do comércio intra-sectorial, não foi identificado qualquer autor que desenvolvesse este assunto.

A generalidade dos modelos teóricos aponta para uma realidade com dois mercados que não sendo necessariamente da mesma dimensão não deverão ter dimensões muito díspares. Até ao momento todos os autores têm considerado que cada país corresponde a um mercado. Daí não existir qualquer debate sobre este assunto. Todos os estudos efectuados são realizados sobre um único país ou então sobre um conjunto de países mas a análise é sempre realizada país a país, sendo depois eventualmente agregados para uma região.

A realidade parece não ser assim tão linear: se olharmos para o mundo globalizado que temos hoje e o procurarmos dividir em mercados não é inequívoco que o melhor critério seja sempre o das fronteiras administrativas. Porquê dividir o mundo em países tão distintos em dimensão populacional? Alguns com poucas dezenas de milhares de habitantes, como alguns dos países das Caraíbas, e outros tão grandes como a China ou a Índia com mais de mil milhões de habitantes. Se seguirmos um critério da área geográfica, surgem discrepâncias semelhantes pois encontramos áreas tão díspares como a Rússia 17 milhões de Km² e Hong Kong com mil Km² ou mesmo Macau com 28 Km². Se utilizamos as fronteiras administrativas como divisórias dos mercados, ficamos então com conjunto de mercados muito diferentes em dimensão, de tal forma, que não parecem enquadrar-se no conceito teórico de “mercado.”

Esta questão é particularmente pertinente no caso de países envolvidos em processos de integração económica. Os países da União Europeia têm evoluído num longo processo

de integração que inicialmente era apenas comercial, mas que actualmente assume muitas outras dimensões económicas, sociais e mesmo algumas de natureza política.

Assim, hoje podemos encontrar na Europa um vasto grupo de países que não possui barreiras aduaneiras entre eles há muitos anos e que partilham um sistema aduaneiro comum nas relações comerciais com terceiros países. Estes países europeus estabeleceram o objectivo de consolidar o Mercado Único Europeu. Este mercado é baseado num conjunto de directivas de tal forma extenso que uma boa parte da legislação aplicável em cada um dos países é já emanada de um único centro legislativo comum, obedecendo assim a uma uniformização em todos os países.

Mais, estes países estabeleceram normas de livre circulação de pessoas e de capitais entre eles. Recordemo-nos que um banco para trabalhar nos EUA necessita de se registar em todos os estados onde pretende implementar operações, enquanto que na Europa basta que esteja registado num qualquer país para que possa organizar operações financeiras em qualquer outro. Na China, um qualquer cidadão que pretenda emigrar para uma outra província necessita de uma autorização especial de trabalho, porém na Europa vigora a livre circulação de pessoas.

Neste contexto, pode parecer difícil de perceber porque é que todos os estudos olham para o lado oeste do Atlântico e vêem um mercado (EUA) com 300 milhões de habitantes e 9 milhões de km² e do outro lado do Atlântico numa área de cerca de metade da dimensão e onde vivem cerca de 500 milhões de habitantes, conseguem ver 27 mercados (União Europeia).

Se estas análises não consideram os fluxos internos entre os estados que fazem parte dos Estados Unidos da América, por que razão consideram as trocas entre os países da União Europeia? Não parece existir qualquer razão sólida para esta diferença de critério de análise, muito menos hoje com um mundo tão globalizado e quase sem barreiras aduaneiras.

No ponto 4.2.3.2 procurar-se-á quantificar, para o sector de calçado, as diferenças para dois exemplos concretos de rearranjo da agregação dos países em mercados.

2.4 Distinção do comércio intra-sectorial entre vertical e horizontal

A teoria aponta para dois tipos de diferenciação de produtos (Horizontal e Vertical) que têm explicações teóricas distintas. Greenaway et al. (1994) propõem um método para nos trabalhos empíricos se distinguir comércio intra-sectorial diferenciado verticalmente (VIIT) do comércio intra-sectorial diferenciado horizontalmente (HIIT).

Para esta distinção, parte-se do pressuposto que a qualidade dos produtos é reflectida no preço / valor unitário dos próprios produtos. Propõem, então, que se defina um dado intervalo de preços e se os preços de exportação e importação forem de tal forma distintos que caiam fora do intervalo então o comércio intra-sectorial é classificado de vertical (VIIT) caso contrário é classificado de horizontal (HIIT).

Assim, o comércio intra-sectorial é classificado como horizontal (HIIT) se o valor unitário das importações UV^m e das exportações UV^x para um dado factor α cumprir a seguinte condição:

$$1 - \alpha \leq \frac{UV_i^x}{UV_i^m} \leq 1 + \alpha$$

Sempre que esta condição não seja satisfeita, o comércio seria considerado diferenciado verticalmente.

O parâmetro α deverá ser definido previamente sendo que a generalidade dos estudos utilizam 15% ou em alternativa 25%. Não foi possível encontrar, na literatura, qualquer suporte teórico para a utilização de um qualquer valor em concreto.

Se substituirmos 15% na fórmula, ficamos com os limites de 85% e de 115%, valores que não são o inverso um do outro. Alguns estudos introduzem uma correcção ao limite inferior ficando a condição com a seguinte formulação:

$$\frac{1}{1 + \alpha} \leq \frac{UV_i^x}{UV_i^m} \leq 1 + \alpha$$

Esta formulação alternativa permite que os limites sejam o inverso um do outro introduzindo, assim, uma maior coerência já que a formulação inicial permitia que o

mesmo fluxo fosse classificado de forma diferente em função do país a partir do qual estava a ser analisado.⁸

2.5 *Análises empíricas*

Neste ponto, procura-se realizar uma análise sintética dos estudos empíricos desenvolvidos e as metodologias utilizadas por cada um com o objectivo de facilitar a definição do trabalho a desenvolver nos próximos capítulos.

Assim, na Tabela 1, sem procurar ser exaustivo, elencam-se duas dezenas de artigos por forma a ilustrar as metodologias mais utilizadas.

Para as colunas da tabela foram escolhidos as características que foram consideradas mais importantes para caracterizar cada uma das análises realizadas.

Tabela 1 – Alguns estudos empíricos - metodologias utilizadas

Autor e Data	Nomenclatura e detalhe utilizado	Tipo de Análise	Indicador utilizado ⁹	Bilateral vs. Multilateral	Anos analisados	Nº de Países analisados
Lee (1987)	SITC 5-8; 2 dígitos	Estatística Descritiva	G&L NC; G&L C e Aquino	Bilateral	1970;80	13
Kim (1992)	SITC 5-8; 3 dígitos; selecção de 84 grupos	Análise Econométrica	G&L NC; G&L Aquino	Bilateral	1985	1
Ratnayake e Athukorala (1992)	SITC 5-8 ; 3 dígitos selecção de 132 grupos	Análise Econométrica	G&L NC	Multilateral	1985	1
Lee e Lee (1993)	SITC 3 dígitos; Selecção de 144 grupos	Análise Econométrica	G&L NC	Bilateral	1977-86	1

⁸ Se considerarmos o exemplo de um país A que só exporta o produto em análise para um país B e que o seu preço de exportação é 16% superior ao seu preço de importação. Neste contexto, ambos os fluxos seriam classificados como diferenciados verticalmente. Se os mesmos fluxos fossem analisados do ponto de vista do país B, então o rácio de preços seria 86,2% (1/1,16) o que implicava a classificação de diferenciado horizontalmente na formulação original.

⁹ A notação do indicador corresponde ao seguinte:

G&L NC – Indicador Proposto por Grubel e Lloyd (1971)

G&L C – Indicador proposto por Grubel e Lloyd (1975) na versão corrigida

Aquino – Indicador proposto por Aquino (1978)

G&L G – G&L NC com a separação entre diferenciação Vertical e Horizontal proposta por Greenaway et al. (1994)

CEPII – Indicador proposto por Fontagné e Freudenberg (1997) com base na metodologia definida por Abd-El-Rahman (1986) e (1991)

Autor e Data	Nomenclatura e detalhe utilizado	Tipo de Análise	Indicador utilizado ⁹	Bilateral vs. Multilateral	Anos analisados	Nº de Países analisados
Christodoulou (1992)	Sector Especifico - Grupos próprios (5)	Análise Econométrica	G&L NC	Bilateral	1988	9
Baumann (1994)	SITC 2 ou 3 dígitos: Seleção de 108 grupos	Estatística Descritiva	G&L NC	Bilateral	1980;88	6+6
Greenaway, Hine e Milner (1994)	SIC 2-4; 3 dígitos	Análise Econométrica	G&L NC	Multilateral	1988	1
Hirschberg, Sheldon e Dayton (1994)	Sector Especifico - Grupo próprio (1)	Análise Econométrica	G&L NC	Bilateral	1964-85	30
Hellvin (1994)	SITC 0-9; 3 dígitos	Análise Econométrica	G&L Aquino	Bilateral	1984	10
Somma (1994)	Sector Especifico - Grupo próprio (1)	Análise Econométrica	G&L NC	Bilateral	1989	8
Gonzalez e Velez (1995)	SITC 0-9; 1 dígito	Estatística Descritiva	G&L NC	Bilateral	1991	1
Stone e Lee (1995)	SITC 0-9; 3 dígitos	Análise Econométrica	G&L NC	Multilateral	1970;87	68
Tharakan e Kerstens (1995)	Sector Especifico - Grupos próprios (4)	Análise Econométrica	G&L NC	Bilateral	1986-87	8
Pieri, Rama e Venturini (1997)	Sector Especifico - Grupo próprio (1)	Análise Econométrica	G&L NC	Bilateral	1988-92	10
Crespo e Fontoura (2004)	HS; 6 dígitos - CAE 3 dígitos - Ind. Transf. (103)	Análise Econométrica	GL e CEPII	Multilateral	2000	1
Byun e Lee (2005)	SITC 0-9; 3 dígitos	Análise Econométrica	GL G	Bilateral	1991-1999	1
Clark e Rees (2006)	SITC 3 dígitos; Sector Especifico (16)	Estatística Descritiva	G&L NC	Bilateral	1992-2004	1
Fontagné, Freudenberg e Gaulier (2006)	HS; 6 dígitos	Estatística Descritiva	GL e CEPII	Bilateral	1989-2002	Todos*
Zhang e Li (2006)	SITC 5-8; 5 dígitos	Análise Econométrica	GL G	Bilateral	1990-2000	1
Faustino e Leitão (2007)	21 Sectores	Análise Econométrica	GL G	Multilateral	1996-2000	1

A generalidade dos estudos desenvolve uma análise econométrica para procurar identificar quais as variáveis mais significativas para a explicação do fenómeno do comércio intra-sectorial e conseqüentemente qual o enquadramento teórico com maior consistência ao universo que está em estudo. Este é o caso por exemplo de Greenaway et al. (1994) no qual os autores procuram explicar a realidade do comércio intra-sectorial nos diversos sectores do Reino Unido. Outros estudos focalizaram-se num único sector como é o caso de Pieri et al. (1997) que estuda apenas o caso do comércio intra-sectorial de produtos lácteos no comércio intra-comunitário dos países da então União Europeia. A generalidade destes estudos foca a sua atenção num único país ou grupo restrito de países.

No anexo 2 apresenta-se uma síntese com as principais características dos estudos que desenvolvem análises econométricas. Pode-se verificar que, este tipo de estudos, recorrem a um conjunto muito vasto de formulações distintas (tanto ao nível das variáveis explicativas como ao nível da relação entre as variáveis). Ao nível dos métodos de estimação temos técnicas tão distintas como o simples OLS, passando por várias técnicas para variáveis censuradas ou truncadas, com dados em Painel, modelos ponderados ou até as técnicas mais recentes conhecidas por GMM-SYS.

O indicador mais utilizado e generalizado é o indicador proposto por Grubel e Lloyd (1971) na sua versão não corrigida. Alguns outros indicadores foram sendo utilizados em paralelo, mas sem uma persistência no tempo comparável com o GL. Nos estudos mais recentes é também habitual que este cálculo seja aprofundado com a metodologia proposta por Greenaway et al. (1994) para distinguir o comércio intra-sectorial entre diferenciado horizontalmente e diferenciado verticalmente.

No ponto seguinte, procura-se identificar quais as variáveis mais utilizadas neste tipo de modelos e quais as que mais têm vindo a ser validadas como significativas para explicar o comércio intra-sectorial.

Dos estudos referenciados neste quadro todos eles optam ou por uma análise bilateral ou por uma análise multilateral. Apenas as análises de Abd-El-Rahman (1986) e (1991) referenciadas no ponto 2.3.2 realizam ambas e quantificam o comércio intra-sectorial triangular.

Além destes estudos, podemos encontrar um outro conjunto de estudos que utilizam uma análise ao nível da estatística descritiva com o objectivo de quantificar o fenómeno. Este tipo de trabalhos é particularmente útil pois de alguma forma procuram ir mais longe na discussão sobre as metodologias de mensuração do fenómeno. Destaca-se neste conjunto o trabalho de Fontagné et al. (2006) no qual se recorre à base de dados Comtrade das Nações Unidas para procurar analisar as relações de comércio bilaterais para todos os países do mundo ao nível da HS a 6 dígitos que é a nomenclatura mais detalhada que está disponível a nível internacional.

Este estudo procura analisar os dados e identificar quais os fenómenos que podem implicar inconsistência dos dados. Foram assim identificadas várias condições que os registos de comércio deveriam cumprir para que fossem considerados consistentes, sendo os restantes ignorados para a análise. De referir que no final, 31% dos registos, que representavam 56% do valor do comércio total, não conseguiram passar pelas condições consideradas necessárias para a consistência, sendo então eliminados.

Este tipo de estudos permite o desenvolvimento de análises mais inovadoras e diferentes já que os estudos econométricos acabam por se cingir à explicação do fenómeno.

Um outro conjunto de estudos econométricos, mas que não surgem aqui referidos, por se ter considerado que estariam num campo já fora do âmbito do presente estudo, dedicam-se à utilização dos dados do comércio intra-sectorial como variável explicativa de outros fenómenos. Nesta área utilizam-se os indicadores do comércio intra-sectorial como forma de explicação, por exemplo, do nível de desenvolvimento ou do desemprego de um país ou de um sector. Para este efeito tem emergido também um debate sobre a forma de medir as variações no comércio intra-sectorial, conhecidas por “indicadores do comércio intra-sectorial marginal”.

2.6 Identificação dos factores explicativos do comércio intra-sectorial

Em forma de síntese, procura-se aqui identificar quais os factores que têm vindo a ser identificados como explicativos do comércio intra-sectorial e de que forma estes se relacionam com os modelos teóricos identificados no ponto 2.1.3.

De forma a estruturar um pouco este ponto, os factores apresentados surgem agrupados em dois grandes blocos: que são específicos do país e os que são específicos do sector.

2.6.1 Factores específicos do país

2.6.1.1 Nível de desenvolvimento

Quanto maior for o nível de desenvolvimento dos países em análise maior se espera que venha a ser o nível do comércio intra-sectorial devido à maior capacidade que este tipo de países terá de inovar e assim produzir produtos mais diferenciados. Mais, este tipo de países geralmente terá uma procura elevada de produtos diferenciados o que suportará a existência de um maior número de variedades. Quanto maior o número de variedades maior será o comércio intra-sectorial.

2.6.1.2 Similaridade do nível de desenvolvimento

A semelhança no nível de desenvolvimento entre países implica também uma similaridade na estrutura da procura. Assim, países com procuras similares desenvolverão ofertas similares, primeiro para o mercado doméstico e depois para exportação. Neste contexto, quanto maior a semelhança entre nível de desenvolvimento dos países maior deverá ser o comércio intra-sectorial.

Por outro lado, o modelo de diferenciação vertical desenvolvido por Falvey e Kierzkowski (1987) sugere uma relação inversa. Assim, países com diferentes níveis de desenvolvimento teriam estruturas da procura bastante distintas o que implicaria que se especializassem na produção de produtos adaptados à procura doméstica. As importações satisfariam a parte da procura que se aproximasse mais da procura do exterior. Daí que quanto maior a diferença dos níveis de desenvolvimento maior a probabilidade de se gerar uma diversidade dos gostos de cada mercado e assim aumentar a quota de comércio intra-sectorial diferenciado verticalmente.

2.6.1.3 Dimensão do mercado

Quanto maior o mercado maior a possibilidade da existência de economias de escala e também maior a possibilidade de existência de produtos diferenciados na acepção do modelo de Lancaster (1980). Assim, é de esperar uma incidência de comércio intra-sectorial superior nos mercados de maior dimensão.

2.6.1.4 Distância entre os mercados

Duas razões justificam uma relação negativa entre a distância e o comércio intra-sectorial: uma prende-se com os custos de transporte e a outra com a distância cultural.

O aumento dos custos de transporte reduz de forma significativa a possibilidade de comércio intra-sectorial por criar uma barreira ao comércio.

A distância, nomeadamente cultural, normalmente explica estruturas de mercado e da procura diferentes e assim caímos nos argumentos do ponto 2.6.1.2.

2.6.1.5 Barreiras ao comércio

A existência de barreiras ao comércio, nomeadamente aduaneiras, funcionam na mesma formulação que os custos de transporte. Tornando mais competitivos os produtos nacionais reduz-se a atractividade das variedades importadas, reduzindo assim o comércio intra-sectorial.

2.6.2 Factores específicos do sector

2.6.2.1 Possibilidade de economias de escala

Em sectores em que a escala mínima eficiente é muito baixa então o número de empresas que podem atingir essa escala é muito elevado levando assim à existência de um grande número de variedades, no contexto do modelo desenvolvido por Krugman (1979,1980) o que potencia o comércio intra-sectorial horizontal. Assim, com a presença de maiores economias de escala, espera-se uma redução do comércio intra-sectorial horizontal. Para o comércio intra-sectorial vertical não está estabilizada qualquer relação directa.

2.6.2.2 Diferenciação horizontal (vertical) dos produtos

Apesar de parecer intuitiva a relação entre a possibilidade de diferenciação dos produtos e a existência do comércio intra-sectorial, esta tem sido a relação mais difícil de provar na generalidade dos estudos empíricos. Em primeiro lugar, logo pela subjectividade do tema e, depois, pela sua natureza multifacetada, tem sido difícil encontrar uma variável que possa servir de *proxy* para este conceito.

Têm sido utilizadas as mais diversas variáveis, desde a dispersão dos preços de exportação, passando pelo número de produtos dentro de cada indústria (recorrendo às nomenclaturas estatísticas), até ao peso das despesas com publicidade nas vendas da indústria.

Em síntese, espera-se uma relação positiva entre a diferenciação dos produtos e o nível de comércio intra-sectorial para cada tipo de diferenciação.

2.6.2.3 Investimento directo estrangeiro

Uma parte significativa do processo produtivo está cada vez mais descentralizada e fora dos países desenvolvidos. Uma boa parte desta produção de componentes ou montagem de produtos é criada nos países em vias de desenvolvimento por filiais de empresas daqueles países ou por empresas locais que são subcontratadas para o efeito. Em qualquer dos casos os componentes e/ou as partes são fornecidos pela empresa localizada no país desenvolvido que posteriormente importa os produtos finais. Como a generalidade dos componentes são classificados estatisticamente na mesma indústria dos produtos finais, então, o IDE apresentaria uma relação positiva com o comércio intra-sectorial.

Por outro lado, Caves (1981) sugere que o IDE pode actuar como um substituto do comércio intra-sectorial. O argumento é o de que uma empresa pode investir numa unidade no exterior com o objectivo de poder fornecer a esse mercado a sua variedade através de produção local. Neste caso, seria expectável uma relação inversa entre o IDE e o comércio intra-sectorial.

2.6.2.4 Saldo Comercial

Como referido anteriormente, o indicador GL não ajustado tem um enviesamento para baixo devido ao saldo comercial. Daí que a generalidade dos estudos empíricos incluam o saldo comercial como uma variável explicativa por forma a minimizar o enviesamento do indicador de comércio intra-sectorial.

2.6.3 Síntese

O quadro seguinte procura sintetizar as variáveis identificadas e a relação que elas deverão ter com o comércio intra-sectorial.

Tabela 2 – Síntese dos factores explicativos do comércio intra-sectorial

		Relação Esperada	
		Dif. Horizontal	Dif. Vertical
1	Nível de desenvolvimento	+	+
2	Similaridade do nível de desenvolvimento	-	+
3	Dimensão	+	+
4	Distância	-	-
5	Barreiras ao Comércio	-	-
1	Economias de Escala	-	?
2	Diferenciação Horizontal	+	?
2'	Diferenciação Vertical	?	+
3	Investimento Directo Estrangeiro	?	?
4	Saldo Comercial	-	-

3 O sector do calçado a nível mundial

Pretende-se com este ponto fazer um enquadramento do sector de calçado a nível internacional. Aqui não se procurará focar o tema do comércio internacional, mas mais a produção e o consumo já que o comércio não é mais do que os fluxos que equilibram as diferenças de localização entre produção e consumo.

É, pois, objectivo deste capítulo, por um lado, identificar os grandes produtores, tipos de especialização de cada um dos países, e por outro lado, os grandes consumidores e a forma de estruturação dos grandes mercados a nível mundial.

Quando nada for mencionado em contrário os dados de produção e consumo apresentados têm como fonte a Satra (2007) e estão referenciados em milhões de pares de calçado.

A Satra é um Centro Tecnológico do Reino Unido que teve a sua génese no sector de calçado mas que hoje em dia actua em vários outros sectores. Presentemente desenvolve várias actividades sendo uma delas as informações de mercado. Neste âmbito produz anualmente a publicação “World Footwear Markets” que procura analisar os principais mercados produtores exportadores, importadores e consumidores. A publicação é realizada com base em dados fornecidos por entidades presentes nos diversos mercados. Os dados recolhidos cobrem as variáveis referidas apenas em quantidade (milhões de pares) nos últimos 5 anos. A última edição da publicação é do ano 2007 e dispõe de dados relativos ao ano 2005 que são analisados nos pontos que se seguem por forma a caracterizar o mercado de calçado a nível mundial.

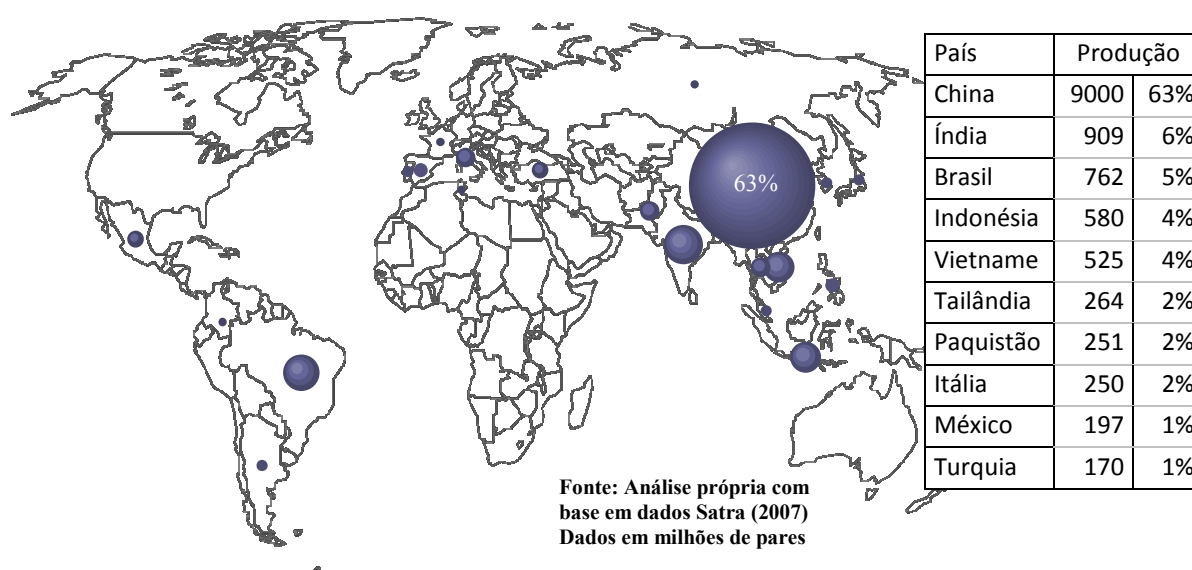
A Satra funciona como referencial técnico do sector em várias áreas, sendo a única entidade a divulgar dados da produção a nível mundial de forma sistemática e para a generalidade dos grandes *players* mundiais. A generalidade das bases de dados de organizações internacionais apenas trata os dados da produção em valor e apresentam frequentemente números incoerentes com os dados do comércio internacional, ou não apresentam valores para alguns dos mercados significativos.

Posto isto, para este capítulo optou-se por utilizar os dados da Satra no que diz respeito à produção e ao consumo aparente¹.

3.1 Produção

Hoje, a República Popular da China é o centro fabril do mundo. Esta não é uma realidade só da indústria de calçado, mas de um conjunto muito vasto de produtos industriais com destaque para os produtos em que o custo da mão-de-obra assume um peso significativo no processo produtivo.

Figura 3 – Distribuição da Produção Mundial de Calçado em Quantidade 2005 ²



Como podemos ver na Figura 3, a China representa assim, por estes dias, cerca de 63% da produção mundial o que corresponde a 9 mil milhões de pares dos 14,4 mil milhões produzidos. A Europa e a América assumem lugares muito mais reduzidos no panorama internacional.

Fora da Ásia, merece destaque o nível de produção do Brasil, do México e da Itália. O Brasil e o México por serem mercados com uma população elevada e ainda relativamente fechados ao exterior registam, ambos, graus de abertura sectoriais muito baixos, entre os 25 e os 30%, o que compara com níveis na ordem dos 100% para os outros grandes produtores mundiais. O México, por exemplo, possui elevadas barreiras

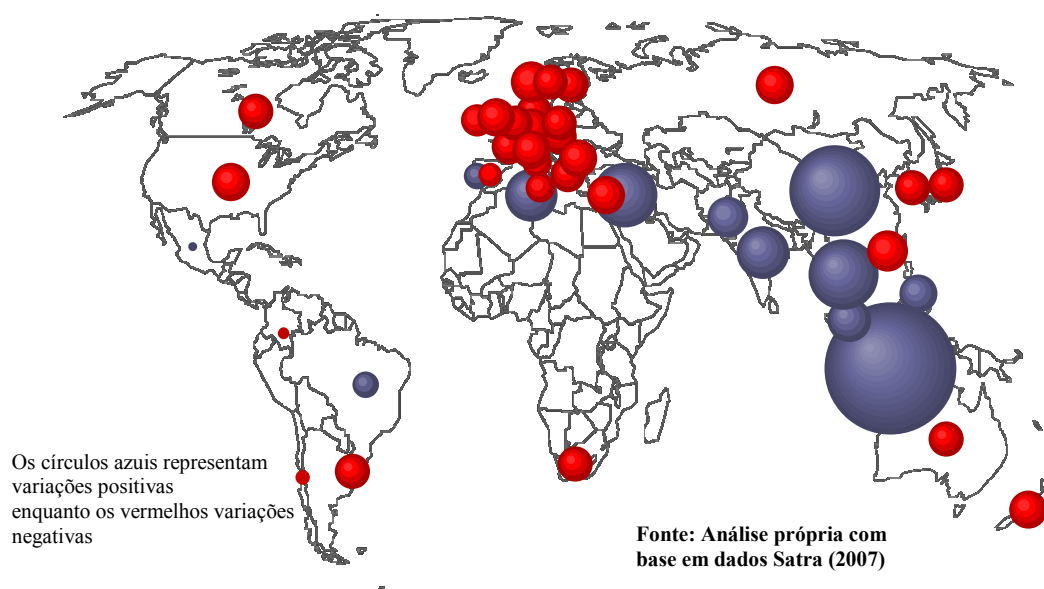
¹ Nos pontos seguintes surgirá a referência ao termos consumo sendo que efectivamente estamos a referir-nos ao consumo aparente que consiste na produção adicionada das importações e retirada das exportações

² Os dados utilizados para esta análise estão disponíveis no Anexo 3

ao comércio, em especial com a China. A Itália, por ser um país com uma larga tradição neste sector e por possuir uma imagem internacional de status no design e moda, mantém um volume de produção ainda significativo no contexto internacional para o seu nível de rendimento.

A Figura 4 e a Figura 5 procuram analisar a produção de uma forma mais dinâmica. Facilmente concluímos que a grande tendência dos últimos anos é a redução da produção dos países da América do Norte e da Europa em favor dos países do oriente, em particular da China. Em termos relativos apenas a Indonésia registou um crescimento superior à China, mas apenas pelo facto de partir de um valor absoluto muito reduzido.

Figura 4 – Variação relativa da Produção Mundial em Quantidade 1985 – 2005 ³



A Figura 5 representa as variações absolutas da produção e confirma a conclusão anterior que é arrasadora tanto para os países europeus (onde apenas Portugal regista em 2005 um valor de produção superior ao que registava em 1985) como para a generalidade dos países do chamado “mundo desenvolvido”.

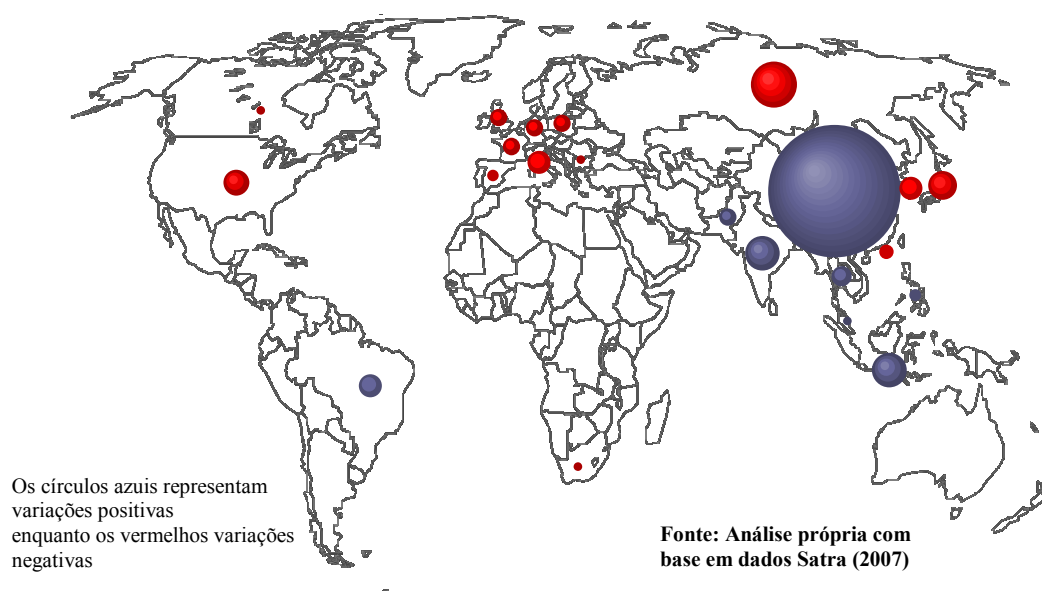
A China registou, entre 1985 e 2005, o grande crescimento. Aumentou a sua produção em 7,5 mil milhões de pares quando o mundo neste mesmo período cresceu apenas 5,5 mil milhões de pares. A Índia registou um aumento da produção, mas a grande fatia

³ Os dados utilizados para esta análise estão disponíveis no Anexo 3

desse crescimento deu-se à custa do mercado doméstico, enquanto a China cresceu também à custa do mercado doméstico, mas baseou o seu desenvolvimento essencialmente nos mercados internacionais.

Neste contexto, a generalidade dos países Europeus, excepto Portugal, Espanha e Itália, deixaram de ser produtores relevantes à escala mundial. Espanha e Itália já registaram, no entanto, quebras no período em análise. Adicionalmente, Portugal, apesar de ter registado um crescimento líquido neste período, quando analisado os anos entre 2000 e 2005, também registou algumas quebras.

Figura 5 – Variação absoluta da Produção Mundial em Quantidade 1985 – 2005 ⁴



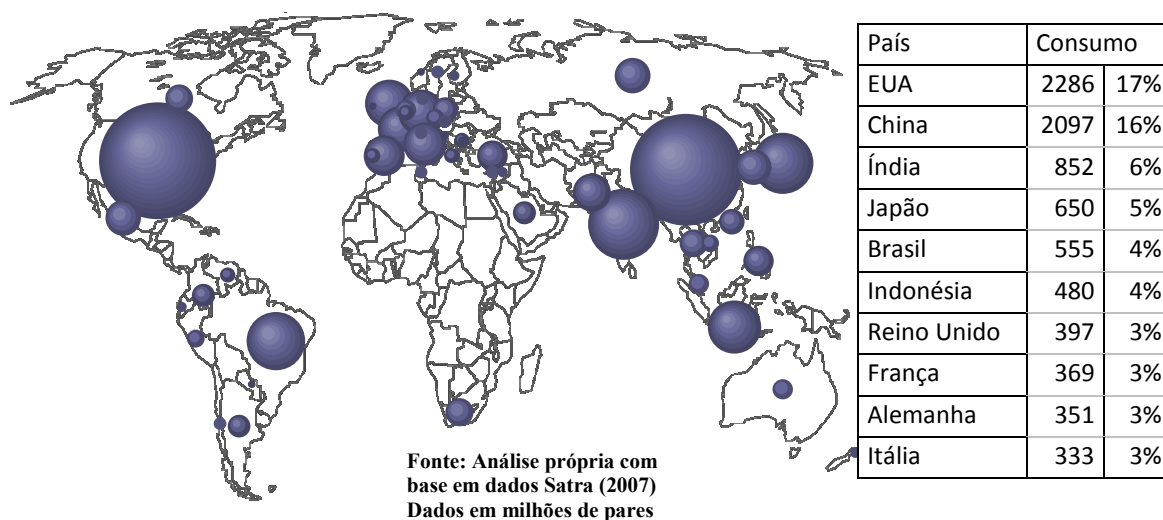
3.2 Consumo

Ao nível do consumo, os gráficos da distribuição mundial são bem distintos dos da produção. Assim, o consumo de calçado está positivamente relacionado com o PIB *per capita*, ao contrário da produção que parecia estar negativamente relacionada com o nível de vida.

Deste modo, os grandes consumidores mundiais são a China, os EUA e a Europa; China pelos números elevados de população e a Europa e os EUA pelo seu nível de vida.

⁴ Os dados utilizados para esta análise estão disponíveis no Anexo 3

Figura 6 – Distribuição do Consumo Mundial de Calçado em Quantidade 2005 ⁵



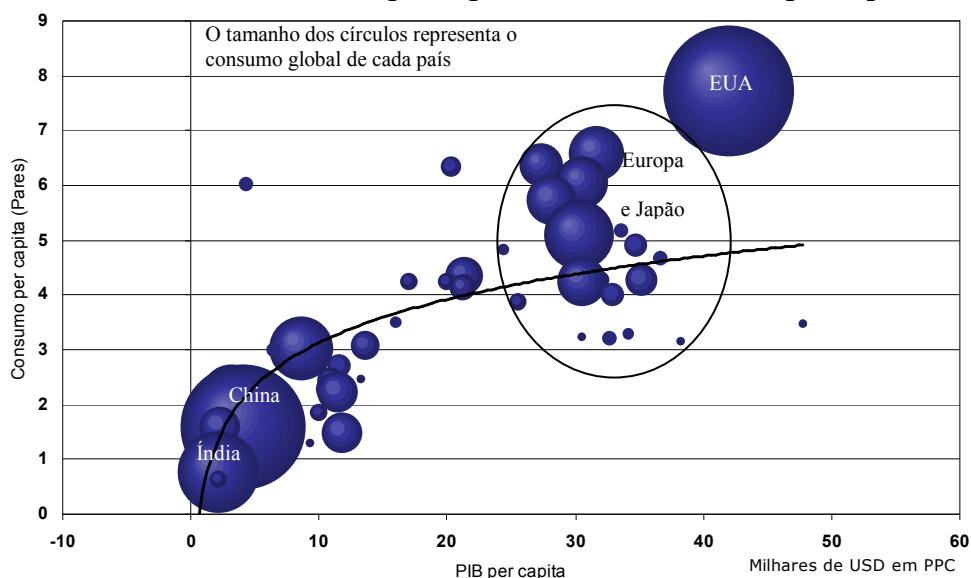
Se construíssemos os gráficos com a variação das últimas duas décadas, iríamos chegar à conclusão de que os crescimentos são mais ou menos idênticos na generalidade dos países. As ligeiras exceções são alguns países nórdicos que registaram ligeiras quebras e a Rússia que, entretanto, passou por um processo de reestruturação política e económica e que registou quebras do consumo.

Mais interessante é comprarmos o consumo *per capita* de calçado em número de pares com o Produto Interno Bruto (PIB) *per capita*. Como o calçado é um bem a que podemos chamar de “primeira necessidade”, apresenta elasticidades rendimento da procura que são decrescentes com o aumento de rendimento. Assim, o consumo de calçado aumenta a ritmos decrescentes com o nível de rendimento de cada país. Este perfil tende também a justificar aumentos mais significativos nos países de rendimentos inferiores do que nos países de rendimentos superiores. Assim, um aumento de rendimento médio, quando se fala de um país “pobre”, conduz a um aumento de consumo de calçado muito superior do que se esse aumento se concretizasse num país já rico. Digamos que depois da necessidade de “andar calçado” já estar satisfeita não é fácil induzir a compra de mais calçado mesmo com aumento de rendimentos, pois a população tende a dirigir esse aumento de rendimento para outro nível de necessidades.

⁵ Os dados utilizados para esta análise estão disponíveis no Anexo 3

É neste segmento de países que se situa o mercado tradicional da indústria portuguesa de calçado, aliás o mesmo acontece com as indústrias espanhola e italiana. A aposta agora é induzir o consumidor a comprar o calçado, já não apenas para “andar calçado”, pois para esta necessidade o calçado produzido na China é muito mais competitivo, mas para satisfazer necessidades mais imateriais e relacionadas com uma imagem e um “status”.

Figura 7 – Relação entre consumo *per capita* de calçado e o PIB *per capita* - 2005



Fonte: Análise própria com base em dados Satra (2007) e FMI (2008)

3.3 Comércio Internacional

Como uma boa parte do calçado é produzido numa região do Globo (Ásia) e é consumido num conjunto diferente de outras regiões (EUA, Europa e também nos países mais desenvolvidas da Ásia) dá-se obrigatoriamente origem a fluxos comerciais.

Assim, parece natural que a China surja na lista como o maior exportador mundial e os EUA surjam como o maior importador mundial. Já não parece tão natural que países Europeus como a Bélgica, a Alemanha ou a Holanda, que não têm qualquer registo significativo de produção de calçado, surjam nesta lista em posições de destaque. Hong-Kong, que regista uma produção de calçado residual, surge em ambas as listas em terceiro lugar, o que só se justifica pela importância do seu porto comercial e pela relação que mantém com a China continental servindo de base de *sourcing* para empresas internacionais.

Tabela 3 – Lista dos 10 maiores Exportadores e Importadores de Calçado – 2005

Exportadores					Importadores				
País	Valor		Quantidade		País	Valor		Quantidade	
China	18,434	31%	6,914	68%	EUA	18,548	28%	2,252	25%
Itália	7,653	13%	249	2%	Alemanha	5,239	8%	464	5%
Hong Kong	5,828	10%	741	7%	Hong Kong	5,098	8%	866	10%
Vietname	3,039	5%	473	5%	Reino Unido	4,695	7%	424	5%
Bélgica	2,509	4%	80	1%	França	4,500	7%	379	4%
Alemanha	2,316	4%	142	1%	Itália	3,621	5%	332	4%
Espanha	2,041	3%	96	1%	Japão	3,300	5%	556	6%
Brasil	1,892	3%	217	2%	Bélgica	1,994	3%	125	1%
Holanda	1,494	3%	85	1%	Holanda	1,772	3%	163	2%
Portugal	1,414	2%	75	1%	Espanha	1,734	3%	247	3%
Outros	12,928	22%	1,100	11%	Outros	16,109	24%	3,033	34%

Dados em milhões de pares e milhões de dólares

Fonte: Cálculos próprios com base em dados Satra (2007) e UNSD (2008)

De acordo com a Tabela 3, é surpreendente que entre os 10 maiores exportadores e os 10 maiores importadores seis sejam coincidentes. Mais, aqui optou-se por apresentar a listagem dos dados relativos a 2005 por forma a serem comparáveis com os dados que se apresentam da produção e do consumo. Se a opção fosse os dados de 2006, que serão utilizados no próximo capítulo, então Portugal seria ultrapassado pela França na lista dos maiores exportadores mundiais e o número de países coincidentes passaria para sete, em dez (!).

3.4 Relação entre Comércio, Produção e Consumo

Na Figura 8 apresenta-se, apenas para os principais mercados, a relação entre o volume de exportações e o que efectivamente foi produzido no país. Na Tabela 4 apresenta-se os dados utilizados para construir o gráfico com a informação adicional do peso das importações no consumo.

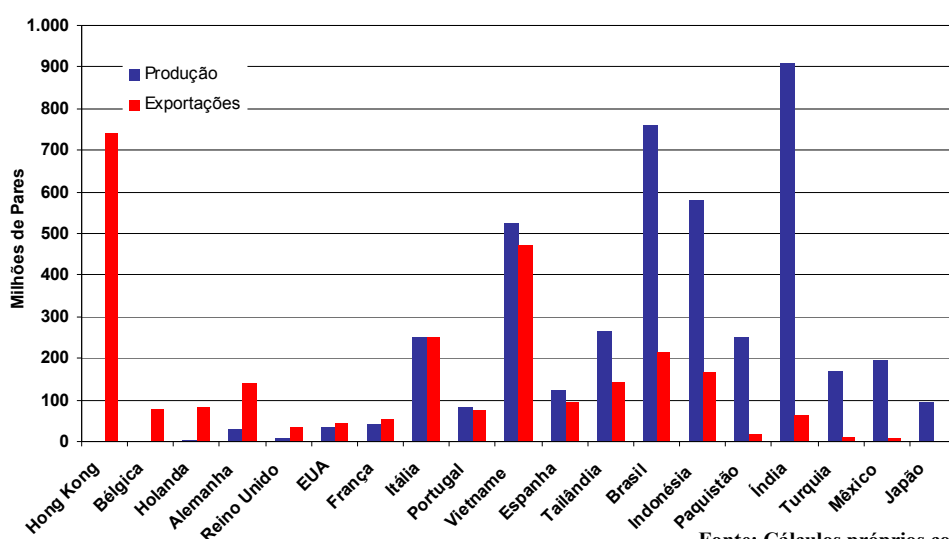
Dos sete países que estão em ambas as listas mencionadas no ponto 3.3, apenas se pode dizer que Espanha e Itália têm produção relevante de calçado. Os restantes são países que se especializaram na parte comercial da cadeia de valor do calçado. Destes, Hong-Kong, Bélgica a Holanda, ou mesmo a Alemanha, são os exemplos máximos.

Estes países não apresentam, e nunca apresentaram, qualquer valor significativo ao nível da produção de calçado. Assim, o comércio que realizam é apenas baseado na sua

posição na cadeia logística pois servem de porta de saída ou de entrada para outros países. Hong Kong hoje não é mais do que uma porta de saída dos produtos da China continental para o mundo. Do outro lado do mundo, e da cadeia de abastecimento, temos a Bélgica e a Holanda que se apresentam como entrepostos comerciais servindo de porta de entrada de produtos para a Europa.

A Alemanha, o Reino Unido, os EUA ou a França, estes dois últimos em menor escala, merecem também realce pois, apesar de registarem alguma produção, exportam mais do que produzem. Estes são países que historicamente se enquadraram como grandes produtores mundiais, mas nos últimos anos têm reduzido significativamente a sua produção. Apesar desta redução, conseguiram manter em parte o seu fluxo de exportação. Este facto revela a manutenção por parte destes países de um controlo sobre a cadeia de valor do produto, o que tende a significar que nas actividades “comerciais”, “branding” e “logística” em que se especializaram, poderão ser exemplos para Portugal (além da tradicional Itália).

Figura 8 – Exportações e Produção de Calçado – Quantidade – 2005 ⁶



Fonte: Cálculos próprios com base em dados Satra (2007)

Mesmo perto da unidade no rácio das Exportações na Produção, surgem países como a Itália, Portugal ou a Espanha. Seria de esperar que estes países tivessem uma maior

⁶ Para facilitar a legibilidade do gráfico optou-se por não representar os dados relativos à China que podem no entanto ser consultados na Tabela seguinte

produção para o mercado doméstico. Este peso das exportações na produção é um sintoma da presença de calçado importado no fluxo de exportação.

Assim, uma boa parte das exportações mundiais (entre 10% e 20%) é realizada por países que registam quantidades produzidas inferiores ao que exportam. Em síntese, a presença de um significativo conjunto de países simultaneamente como grandes exportadores e importadores revela a existência de comércio intra-sectorial e é este facto que é o objecto do presente estudo.

No entanto, é de salientar que, na literatura, a presença de comércio intra-sectorial é normalmente justificada quando ambos os países produzem o mesmo produto e mesmo assim o exportam para o mercado um do outro. Parte do comércio intra-sectorial aqui presente não encaixa no que normalmente é analisado pela literatura. Existem países a exportar calçado que não o produziram. Só o importam (já produto final) e depois re-exportam para outros mercados. Trata-se, então, de um fenómeno que não se enquadra, pelo menos na perfeição, no quadro teórico vigente sobre comércio intra-sectorial.

Tabela 4 – Relação entre comércio, produção e consumo - Quantidade 2005

País	Produção	Exportações	Importações	Consumo	Import. / Consumo	Export. / Produção
Hong Kong	1	741	866	126	6.9	741.0
Bélgica	1	80	125	45	2.8	80.0
Holanda	2	85	163	80	2.0	42.5
Alemanha	29	142	464	351	1.3	4.9
Reino Unido	7	34	424	397	1.1	4.9
EUA	34	44	2,252	2,286	1.0	1.3
França	43	53	379	369	1.0	1.2
Itália	250	249	332	333	1.0	1.0
Portugal	83	75	37	45	0.8	0.9
Vietname	525	473	1	53	0.0	0.9
China	9,000	6,914	11	2,097	0.0	0.8
Espanha	126	96	247	277	0.9	0.8
Tailândia	264	143	17	138	0.1	0.5
Brasil	762	217	10	555	0.0	0.3
Indonésia	580	165	75	480	0.2	0.3
Paquistão	251	20	10	241	0.0	0.1
Índia	909	65	8	852	0.0	0.1
Turquia	170	10	29	155	0.2	0.1
México	197	7	40	230	0.2	0.0
Japão	95	1	556	650	0.9	0.0

Dados em milhões de pares

Fonte: Cálculos próprios com base em dados Satra (2007)

4 Análise empírica do comércio intra-sectorial no calçado

Neste capítulo propõe-se uma análise empírica dos dados do comércio internacional específica ao sector de calçado e procurar-se-á caracterizar o comércio intra-sectorial através de uma análise estatística dos dados disponíveis a nível mundial para a generalidade dos países.

Já no primeiro ponto, desenvolve-se a metodologia e a caracterização dos dados que serão utilizados no ponto seguinte dedicado, então, à análise estatística. A caracterização geral do fenómeno inclui uma avaliação da evolução deste ao longo dos últimos anos e uma análise por tipos de produtos. Segue-se uma análise dos problemas de agregação, em particular no que diz respeito à agregação de produtos, mas também a agregação dos mercados, o que é novidade. Por fim, uma análise genérica do posicionamento de cada país e um estudo de caso de alguns dos principais mercados pretende retirar conclusões para a indústria portuguesa de calçado.

4.1 Caracterização dos dados

4.1.1 Âmbito da Análise

Vários autores procuraram explicar o comércio intra-sectorial através da presença de produtos intermédios na mesma análise dos produtos finais. Já ponto 2.1.3.3 procurou-se explicitar este tipo de modelos. Além disso, o comércio internacional de partes de calçado é bastante reduzido, pelo que se decidiu limitar a nossa análise aos diversos tipos de calçado, excluindo os produtos intermédios por forma a evitar esta possível fonte alternativa de explicação para o comércio intra-sectorial.

4.1.2 Fontes

Como o objectivo do estudo é uma caracterização de um ponto de vista mais global, foi necessário identificar bases de dados que sistematizem os dados estatísticos do comércio internacional a um nível supranacional. Foram identificadas três potenciais fontes de informação:

Base “COMEXT” – promovida pelo Eurostat,

Base “OECD Trade Statistics” – da responsabilidade da OCDE, e

Base “COMTRADE” – desenvolvida pelo departamento de estatísticas das Nações Unidas.

Todas elas tinham vantagens e inconvenientes recaindo a escolha na Comtrade por manter um registo para um maior número de países tendo como principal inconveniente o facto de o reporte dos dados não ser necessariamente contínuo ao longo do tempo, ou seja, por vezes faltam dados para alguns países em alguns dos anos. A razão mais importante para esta escolha prende-se com o facto de alguns dos importantes produtores / exportadores de calçado não se localizarem nem na UE nem serem membros da OCDE e assim não estarem normalmente abrangidos pelas bases de dados destas organizações.

Quanto aos anos a utilizar na análise foi necessário procurar um compromisso, pois para anos anteriores a 2000 o número de países com dados registados reduzia-se drasticamente e para os anos mais recentes também os registos começavam a reduzir-se pois alguns países disponibilizam os dados com uma diferença temporal elevada relativamente ao período em causa. Neste contexto, entendeu-se limitar a nossa análise ao período de 2000 a 2006 para os dados multilaterais e apenas para o ano 2006 para a análise bilateral pois, no momento de recolha dos dados, o número de países com dados de 2007 disponibilizados ainda era bastante inferior ao de 2006.

4.1.3 Bases de dados

Foram constituídas duas bases de dados distintas: uma com dados multilaterais e outra com dados bilaterais.

A diferença centra-se na desagregação, ou não, dos dados por parceiros comerciais. Assim, os dados multilaterais agregam o fluxo de exportação de um dado país e de um dado produto independentemente do país de destino dessa exportação. Por outro lado, os dados bilaterais promovem a desagregação por parceiro comercial sendo que por isso a dimensão da base de dados aumenta de forma significativa.

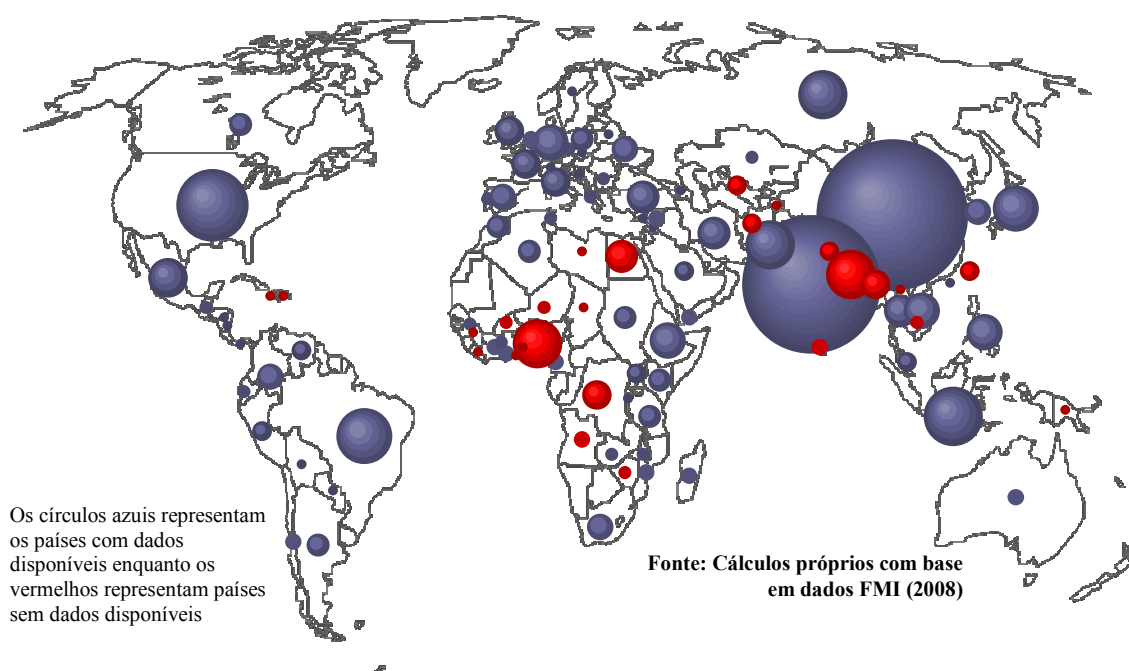
A base de dados multilateral regista então os fluxos totais de exportação e importação de um dado país por produto e independentemente do parceiro comercial. Neste contexto foi possível recolher uma base de dados com os fluxos comerciais entre 2000 e 2006 e que totaliza 40 214 registos.

A base de dados bilateral é bastante mais exigente do ponto de vista do número de registos. Neste contexto, optou-se por recolher os dados apenas para o ano de 2006 e mesmo assim, obteve-se uma base com 95 234 registos ¹.

4.1.4 Disponibilidade de dados

A base de dados utilizada dispõem de dados para um vasto conjunto de países do mundo, mas por estes dados serem reportados individualmente por cada país alguns dos dados estão em falta. Não sendo fácil estimar os dados para os países em falta optou-se por os retirar da análise. Construiu-se a Figura 9 para podermos ter uma ideia mais concreta dos países que não foram analisados.

Figura 9 – População de cada país em função da disponibilidade ou não de dados 2006



Em síntese, os países analisados representam 87% da população mundial. Dos países com dados em falta destaca-se o Bangladesh, a Nigéria, o Egipto, a Republica Democrática do Congo e Myanmar (antiga Birmânia). Estes cinco representam 61% da população que vive nos mercados para os quais não temos dados disponíveis. Não é

¹ Apenas por comparação, o Microsoft Excel[®] apenas permite a introdução numa folha de cálculo de 65 536 linhas o que obrigou a utilização de ferramentas alternativas para análise dos dados.

possível quantificar qual o nível de produção destes países, mas como nenhum destes tradicionalmente se apresenta como um grande produtor internacional, e como alguns deles são importadores de calçado da China, podemos então estimar que representaram cerca de 5% da produção mundial.

4.1.5 Nomenclatura estatística

A generalidade dos estudos sobre comércio intra-sectorial utiliza como base de análise a nomenclatura SITC a 3 ou a 5 dígitos. Mais recentemente, surgiu a HS que se tornou a nomenclatura utilizada pelos diversos países para a definição do sistema pautal e que acabou por se generalizar nos últimos anos.

Para termos uma ideia do detalhe, a SITC define, a 4 dígitos, 6 tipos de calçado, para a HS temos, a 6 dígitos, 25 tipos de calçado. De lembrar que estes são os níveis mais detalhados em que os dados são tratados pela Comtrade. Este é também o nível de detalhe em que a nomenclatura harmonizada é uniforme a nível internacional. Por vezes, é possível encontrar dados mais detalhados, mas depois não são passíveis de comparação internacional factor que é essencial para a nossa análise.

A nossa opção recaiu, então, na HS a 6 dígitos na sequência da recomendação de Fontagné e Freudenberg (1997) para se utilizar o máximo de detalhe possível.

4.1.6 Dados em Quantidade

A focalização da análise num produto como o calçado e apenas nos produtos finais, em conjunto com a utilização dos dados da HS com 6 dígitos, permitiu que se consiga recolher dados em quantidade (número de pares) de uma forma uniforme para a generalidade dos países. Assim, o cálculo do rácio de preços tem por referência o preço médio por par e não por kg como é habitualmente utilizado neste tipo de estudos e em especial nos que englobam produtos dos sectores que obrigatoriamente têm registos em unidades distintas.

Assim, sempre que os dados em pares estavam disponíveis foram utilizados os dados para a comparação do preço médio. Apenas foram utilizados os dados em kg para uma pequena proporção do comércio internacional (0,5%) pela inexistência dos dados em pares.

4.1.7 Valorização dos Fluxos

Os dados apresentados em valor, quando nada for dito em contrário, estão em milhões de dólares americanos (USD). Para as importações os valores são registados em valor CIF, isto é, incluindo os custos de transporte e todos os serviços necessários para a disponibilização dos produtos junto da fronteira do país declarante. Por outro lado, as exportações são registadas em valores FOB, isto é, apenas inclui os serviços até à disponibilização dos bens junto da fronteira de exportação, não incluindo como tal o custo do transporte internacional e dos respectivos serviços associados.

A diferença entre a valorização FOB para as exportações e CIF para as importações parece ser sistematicamente ignorada na generalidade dos estudos do comércio intra-sectorial. Este é um facto significativo para o cálculo dos preços médios que são essenciais para a distinção do comércio intra-sectorial em diferenciado verticalmente ou horizontalmente. Dada esta diferença entre a forma de registo das exportações e as importações não parece muito correcto a comparação directa entre os preços médios de exportação com os preços médios de importação.

Com efeito, procurou-se desenvolver um procedimento diferente do habitual de forma a compensar este enviesamento. Assim, e dado que seria impraticável corrigir o valor de todos os fluxos de importação ou exportação, optou-se por corrigir os limites dos intervalos para o rácio de preços.

Em concreto, e como estamos a trabalhar para um grupo de países que representa a generalidade dos países do mundo então o total das exportações deveria ser idêntico ao total as importações tanto em pares como em valor, excepto no que diz respeito à diferença ente FOB e CIF. Assim, procurou-se identificar qual o preço médio de exportação e qual o preço médio de importação registados a nível global. O rácio entre estes preços foi então considerado como o ponto central do intervalo e depois considerou-se $\pm 25\%$, agora calculados em função do novo ponto central de forma a definirmos o intervalo para a diferenciação horizontal sendo que os fluxos fora deste intervalo foram considerados diferenciados verticalmente.

Os valores para 2005 e 2006 são muito semelhantes e a quase totalidade do comércio está registado com as unidades em pares. Para os anos anteriores, os valores são bastante uniformes, mas distintos destes, o que está associado ao facto da percentagem

do comércio registado em pares ser significativamente inferior. Esta alteração em 2005 resulta de alguns países importantes como Itália, Espanha, Japão ou Portugal passarem a partir deste ano a reportar os valores da quantidade em pares.

Tabela 5 – Definição do intervalo para o rácio de preços para a distinção entre diferenciação vertical vs horizontal

Ano	% do comércio com registo de Pares	Preço médio de Exportação	Preço médio de Importação	Rácio Central	Limite inferior (-25%)	Limite superior (+25%)
2000	73.6%	4.28	8.34	51.30%	41.04%	64.12%
2001	74.5%	4.26	8.54	49.91%	39.92%	62.38%
2002	77.2%	4.52	8.66	52.14%	41.71%	65.18%
2003	77.7%	4.55	8.62	52.81%	42.25%	66.01%
2004	77.2%	4.51	8.70	51.82%	41.46%	64.78%
2005	99.7%	5.61	8.18	68.63%	54.90%	85.79%
2006	99.5%	5.89	8.84	66.60%	53.28%	83.26%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNDS (2008)

Ambos os preços não registam grandes alterações no período apresentado, com excepção do ano 2004 para 2005. O início do registo dos referidos mercados com elevado poder de compra para o cálculo da média influencia de forma significativa o preço médio de exportação registado a nível mundial.

Assim, se excluirmos a quebra de 2004 para 2005, ambas as séries se apresentam bastante estáveis ao longo do período em análise. Neste contexto, entendeu-se que os valores do rácio de preços anteriores a 2005 não se apresentavam com a exactidão necessária por falta de registos importantes e como os valores de 2005 e 2006 são muito semelhantes, optou-se por utilizar para todos os anos os limites calculados com os valores de 2006.

4.1.8 Fluxos de reexportação

A base de dados Comtrade que foi seleccionada permite, para alguns países, contabilizar os fluxos de reexportação. Assim, é possível distinguir de entre as exportações aquelas que têm como origem a produção doméstica ou importações.

Estes dados apresentam, no entanto, duas grandes limitações:

Uma é estarem apenas disponíveis para alguns países. Para os países europeus não existe qualquer registo significativo. Dos mercados com mais de cem milhões de USD de exportações de calçado apenas estavam disponíveis os dados para os EUA, Hong Kong (que confirmam a constatação anterior de que as exportações deste mercado se baseiam totalmente em calçado importado), Canadá e Paquistão que se apresentam na tabela seguinte.

Tabela 6 – Dados das Reexportações

	Reexportações	Exportações	Peso das Reexportações
Hong Kong	5 686,23	5 692,86	99,9%
USA	252,12	591,69	42,6%
Canada	115,20	202,47	56,9%
Paquistão	0,03	133,46	0,0%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Uma outra limitação é que os dados das reexportações não permitem fazer a ligação com as importações. Em concreto sabemos que os EUA exportaram 252 milhões de USD de calçado que foi importado, mas não temos como saber de onde nem por que valor, não sendo, pois, possível eliminar estes fluxos da nossa análise. A ser possível, no entanto, não teríamos, mesmo assim, forma de os retirar do fluxo de importação, o que enviesaria a nossa análise.²

Deste modo, a opção foi manter os dados originais assumindo que existia a possibilidade de no fluxo de exportação estarem presentes produtos previamente importados.

4.2 Análise Estatística

Em todo este ponto procurar-se-á, sempre que possível seguir a mesma tipologia de quadros. Assim, os dados indicados como “comércio total” representam a soma das

² A base de dados possui também um registo das reimportações, mas os valores aí registados tratam-se de importações de produtos, que foram previamente exportados pelo país em análise. É por exemplo o caso do calçado produzido na China que exportado para Hong Kong, é depois reimportado pela China. Neste contexto, por serem fluxos com valores muito reduzidos (representavam menos de 0,2% do total das importações mundiais) e por não ser possível também fazer a correcção do correspondente fluxo de exportação, optou-se por manter os valores originais.

importações com as exportações e dentro do comércio intra-sectorial separa-se entre diferentes tipos de diferenciação seguindo os intervalos definidos atrás. Note-se que a percentagem indicada no comércio intra-sectorial total corresponde ao índice GL.

A principal conclusão deste quadro é que os valores diferem muito se a análise for realizada do ponto de vista bilateral ou multilateral. O índice GL passa de 10% para 35,6%. Esta diferença justifica-se por estarmos num mundo globalizado em que existem muitos fluxos tripartidos. Por exemplo, quando um país B importa um produto de um país A e exporta esse mesmo produto para o país C este fluxo não é registado como comércio intra-sectorial na primeira análise, mas é-o na segunda. Esta é uma área em que a teoria não nos permite definir concretamente o comércio intra-sectorial; daí a opção aqui seguida de apresentar sempre que possível ambos os números.

Tabela 7 – Comércio intra-sectorial por tipos de diferenciação – 2006

		Comércio Total	Comércio Intra-sectorial			
			Total	Dif. Horizontal	Dif. Vert. Negativa	Dif. Vert. Positiva
Bilateral	Valor	137.482	14.104	5.019	1.259	7.825
	%	100%	10,3%	3,7%	0,9%	5,7%
Multilateral	Valor	137.744	49.088	9.294	1.392	38.401
	%	100%	35,6%	6,7%	1,0%	27,9%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Ao nível da diferenciação dos produtos, a diferenciação positiva assume um peso muito significativo relativamente às outras.

Ora, teoricamente os valores agregados da diferenciação negativa deveriam ser idênticos aos da diferenciação positiva podendo este fenómeno ser explicado pelo facto de a China ser o grande exportador de calçado barato - que é sempre calçado registado como comércio inter-sectorial já que a China quase não importa calçado. Uma outra razão, prende-se com o facto de a generalidade do calçado exportado como comércio intra-sectorial se tratar efectivamente dos mesmos produtos. Assim, a inclusão de uma margem de comercialização obriga ao registo da diferença positiva dos preços médios.

Recordemos que estamos a utilizar aqui um procedimento diferente do habitual para a distinção entre os diversos tipos de diferenciação³. Para a comparação dos resultados com o procedimento tradicional são apresentados na Tabela 8 os resultados do procedimento habitual. Como seria natural, a diferenciação positiva assume um peso menor enquanto a diferenciação negativa regista um peso maior. Este facto advém de os valores não estarem corrigidos relativamente ao tipo de valorização (FOB ou CIF).

Apesar das diferenças entre a diferenciação vertical e horizontal se atenuar (no caso da bilateral até se invertem as posições) não se chega a uma situação de equilíbrio. Por conseguinte, parece-nos que o procedimento de correcção das diferentes formas de valorização deverá ser aperfeiçoado, por forma a ter em conta outras dimensões, como é o caso da distância entre os países, visto que esta tem influência no custo de transporte internacional, que é a variável mais significativa entre a valorização FOB e CIF.

Tabela 8 – Comércio intra-sectorial por tipos de diferenciação – 2006 – Procedimento habitual

		Comércio Total	Comércio Intra-sectorial			
			Total	Dif. Horizontal	Dif. Vert. Negativa	Dif. Vert. Positiva
Bilateral	Valor	137.482	14.104	4.762	5.950	3.390
	%	100%	10,3%	3,5%	4,3%	2,5%
Multilateral	Valor	137.744	49.088	12.953	10.641	25.494
	%	100%	35,6%	9,4%	7,7%	18,5%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.1 Evolução ao longo dos últimos anos

A base de dados bilateral construída apenas registou dados para 2006, assim, neste ponto, apenas podemos analisar os dados multilaterais.

Como se pode verificar, na Tabela 9, nos últimos anos não parece existir qualquer alteração significativa do peso do comércio intra-sectorial, apesar do significativo crescimento do comércio total. Este aumento do comércio total pode ser explicado por diversas razões. A primeira tem a ver com a emergência da China como o grande produtor mundial o que tem levado à deslocalização internacional de uma boa parte da

³ No ponto 4.1.7 é explicada a metodologia utilizada

produção, nomeadamente dos mercados desenvolvidos para o mercado chinês. Uma segunda razão está ligada ao reporte dos valores já que o número de países com dados reportados não é homogéneo de ano para ano sendo que relativamente aos anos mais antigos faltam mais países. Uma última razão está ligada ao facto de uma parte significativa do comércio ser realizada por países da União Europeia e a unidade de registo nesta base de dados ser o dólar que, neste período, sofreu uma forte desvalorização face ao Euro.

Tabela 9 – Evolução do comércio intra-sectorial, Dados multilaterais

	Comércio Total	Comércio Intra-sectorial				
		Total	% (GL)	Dif. Horizontal	Dif. Vert. Negativa	Dif. Vert. Positiva
2000	84.930	29.609	34,9%	1,7%	4,3%	28,9%
2001	88.723	29.876	33,7%	4,9%	1,4%	27,4%
2002	92.186	31.662	34,3%	5,3%	1,3%	27,7%
2003	102.115	35.869	35,1%	5,0%	2,3%	27,9%
2004	112.685	40.089	35,6%	5,1%	0,9%	29,6%
2005	126.159	45.133	35,8%	9,0%	1,2%	25,6%
2006	137.744	49.088	35,6%	6,7%	1,0%	27,9%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.2 Análise por tipos de produtos

A Tabela 10 revela diferenças assinaláveis entre a análise bilateral e a análise multilateral no comércio intra-sectorial por tipos de produtos, mostrando igualmente uma grande heterogeneidade entre os valores dos diferentes tipos, não parecendo, pois, existir qualquer relação entre a importância relativa de cada produto e o valor do comércio intra-sectorial - podemos encontrar alguns produtos importantes com valores ora substancialmente abaixo ou acima da média.

Parece existir, no entanto, alguma relação indirecta com os países. O facto de a Europa ser um grande consumidor/produtor de calçado de couro e as posições importantes para este tipo de calçado (640351 a 640399) registarem valores superiores à média, parece indiciar uma relação indirecta com a concentração do comércio intra-sectorial na Europa que será analisada no ponto 4.2.5.

Tabela 10 – Comércio intra-sectorial por tipos de produto – 2006 ⁴

Produto	Comércio Total	Comércio Intra-sectorial		
		Bilateral	Multilateral	Diferença
640110	224,43	19,4%	39,9%	20,5%
640191	47,66	8,4%	25,4%	17,1%
640192	878,29	9,5%	30,8%	21,3%
640199	285,44	7,1%	27,9%	20,8%
640212	1.574,91	11,5%	49,9%	38,4%
640219	4.158,65	5,0%	19,9%	14,9%
640220	1.443,41	2,4%	14,0%	11,6%
640230	127,45	2,8%	22,7%	19,8%
640291	3.154,19	5,6%	27,0%	21,4%
640299	20.441,47	5,2%	28,5%	23,3%
640312	157,21	3,3%	55,2%	52,0%
640319	7.151,72	7,8%	23,1%	15,3%
640320	408,84	4,5%	15,0%	10,5%
640330	135,13	6,9%	38,9%	32,0%
640340	2.696,26	9,3%	41,9%	32,6%
640351	2.713,61	12,3%	30,1%	17,8%
640359	7.720,59	13,0%	28,4%	15,4%
640391	12.976,65	14,5%	42,5%	28,0%
640399	49.113,93	12,8%	44,5%	31,7%
640411	6.726,25	9,3%	31,7%	22,4%
640419	8.658,44	10,1%	35,6%	25,5%
640420	1.230,24	9,4%	27,2%	17,8%
640510	1.147,19	6,3%	20,2%	14,0%
640520	2.207,83	4,8%	22,2%	17,4%
640590	2.364,71	5,1%	20,0%	14,9%
Total	137.481,60	10,3%	35,6%	25,3%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

As categorias residuais⁵, em especial as de calçado de couro, registam valores superiores à média, facto que estará relacionado com a capacidade de diferenciação de produtos que existe dentro de cada uma das categorias ser bastante superior. As posições relativas a calçado para finalidades específicas parecem indicar, por outro

⁴ Nesta análise faz-se uso dos códigos de produtos da HS mas, por uma razão de centralização, os descritivos de cada posição podem ser consultados no Anexo 1

⁵ O Anexo 1 descreve cada tipo de calçado. As finalidades específicas / tipos específicos de calçado identificados são: o calçado: com biqueira de metal; para esqui ou surf de neve; para outro tipo de desporto; as sandálias e as socas.

lado, níveis mais baixos de comércio intra-sectorial o que, possivelmente, estará relacionado com a menor capacidade de diferenciação que este tipo de produtos tem.

O comércio intra-sectorial triangular (medido pela diferença entre o GL multilateral e o GL bilateral) também não parece registar qualquer relação particular com o tipo ou a importância do produto. Mesmo assim, destaca-se neste ponto a situação muito particular do calçado para esqui ou surf de neve relativamente ao qual, os dois tipos de produtos em causa (640212 – com parte superior em materiais plásticos e 640312 – com parte superior em couro), registam os dois maiores níveis deste tipo de comércio, o que indicia uma cadeia de valor muito concentrada num pequeno grupo de empresas que produz no oriente e reexporta para todos os países do mundo.

4.2.3 “Categorical Aggregation”

De seguida procurar-se-á quantificar, para o sector de calçado, os fenómenos de agregação identificados no capítulo 1 nos pontos 2.3.1 e 2.3.2.

Mais adiante, o ponto 4.2.3.1 procura quantificar os impactos ao nível do comércio intra-sectorial que advêm do facto de se realizar a análise com uma nomenclatura de produtos mais ou menos desagregada.

A análise desenvolvida no ponto seguinte (4.2.3.2) procura avaliar o que poderia ser o comércio intra-sectorial se considerássemos que um conceito de mercado distinto do de país. Assim, dividimos o mundo num conjunto de mercados mais reduzidos para procurar uniformizar os mercados em função da sua dimensão e proximidade geográfica.

4.2.3.1 Nomenclatura de produtos

Como já vimos no ponto 2.3 uma das primeiras explicações para o comércio intra-sectorial era que se tratava de um fenómeno estatístico. Neste contexto a existência de importações e exportações da mesma categoria de produto devia-se ao facto de se utilizarem nomenclaturas estatísticas (que não teriam o desejado detalhe) como aproximações do que seria um produto homogéneo. Hoje é consensual que é necessário ter alguns cuidados na escolha da nomenclatura a utilizar, mas já não se contesta que a existência do comércio intra-sectorial está para além do detalhe estatístico utilizado.

Neste quadro procurou-se recolher os dados para três níveis distintos de detalhe. Assim, os dados a 6 dígitos (HS6) identificam 25 categorias de produtos, os dados a 4 dígitos (HS4) identificam aqui 5 categorias e os dados a dois dígitos (HS2) tratam de apenas uma única categoria. Relativamente a estes dados há que mencionar duas ideias: nos dados trabalhados a qualquer nível de desagregação apenas se encontram produtos finais, neste contexto, quando se refere os dados a 2 dígitos na realidade estamos a somar todos os dados das categorias 6401 a 6405 eliminando a categoria 6406 na qual se registam o fluxo dos componentes para calçado.

Tabela 11 – Comparação dos dados comércio intra-sectorial, para diferentes níveis de detalhe da nomenclatura - Valores absolutos

		Comércio Total	Comércio Intra-sectorial			
			Total	Dif. Horizontal	Dif. Vert. Negativa	Dif. Vert. Positiva
Bilateral	HS2	137.482	18.472	4.988	2.284	11.200
	HS4	137.482	16.620	5.733	1.840	9.046
	HS6	137.482	14.104	5.019	1.259	7.825
Multilateral	HS2	137.744	53.111	8.644	902	43.564
	HS4	137.744	51.362	10.134	1.174	40.054
	HS6	137.744	49.088	9.294	1.392	38.401

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Tabela 12 – Comparação dos dados comércio intra-sectorial, para diferentes níveis de detalhe da nomenclatura – Valores em percentagem

		Comércio Extra-sectorial	Comércio Intra-sectorial			
			Total (GL)	Dif. Horizontal	Dif. Vert. Negativa	Dif. Vert. Positiva
Bilateral	HS2	86,6%	13,4%	3,6%	1,7%	8,1%
	HS4	87,9%	12,1%	4,2%	1,3%	6,6%
	HS6	89,7%	10,3%	3,7%	0,9%	5,7%
Multilateral	HS2	61,4%	38,6%	6,3%	0,7%	31,6%
	HS4	62,7%	37,3%	7,4%	0,9%	29,1%
	HS6	64,4%	35,6%	6,7%	1,0%	27,9%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Como era de esperar, com o aumento do nível de detalhe os valores de comércio intra-sectorial reduz-se. Assim, na análise bilateral o indicador GL, medido a nível mundial, passa de 13,4% para os já conhecidos 10,3%. Na análise multilateral, o mesmo

indicador, passa de 38,6% para 35,6%. Estas reduções eram já esperadas pois numa análise mais fina parte do comércio, que poderia ser considerado intra-sectorial, deixa-o de ser. Por exemplo, Portugal é exportador essencialmente de calçado com a parte superior em Couro e por outro lado é importador de calçado com a parte superior em outros materiais, neste contexto, com o aumento do nível de desagregação algum do comércio deixa de ser considerado comércio intra-sectorial. Assim, Portugal, que regista ao nível mais agregado um GL multilateral de 42,9%, e um GL bilateral de 27,1%, com os dados mais desagregados estes valores passam para 36,0% e 21,4% o que representa uma redução bastante mais significativa do que os valores registados no quadro acima para a média de todos os países analisados.

Outros estudos abordaram já esta problemática. Por exemplo o estudo de Faustino (1995) apontava para uma diferença na ordem dos 50% para o caso particular da indústria têxtil portuguesa quando a análise era realizada a 3 ou a 5 dígitos (GL passava de 80% para 41%).

Em síntese, as diferenças registadas para o calçado até parecem muito baixas. Estas reduzidas diferenças estarão associadas ao facto de nesta análise apenas se englobarem produtos finais, o que representa, por si, um critério mais rigoroso e consistente com o conceito teórico de comércio intra-sectorial. A generalidade dos estudos sobre este tema misturam produtos finais com produtos intermédios e assim, como nas categorias mais agregadas estão misturados naturalmente com os produtos finais o comércio dos seus componentes, então a variação dos indicadores GL tende a ser muito superior.

4.2.3.2 Nível de agregação dos mercados em análise

Todos os estudos empíricos fazem coincidir o conceito teórico de mercado com o conceito administrativo / político de país ou região aduaneira. Num mundo cada vez mais globalizado este pressuposto poderá estar cada vez mais desfasado da realidade.

Será que devemos considerar que a União Europeia é apenas um único mercado ou devemos considerar que são 27? Se optarmos pela segunda opção, como têm feito a generalidade dos autores, não deveríamos considerar que os EUA também são 50 mercados distintos? Considerando o grau de integração económica – mercado de produtos, capitais e trabalho – seria razoável considerar-mos a União Europeia como um único mercado.

Mais, porque devemos considerar que a Rússia, a Índia ou a China (esta última que tem limitações à circulação dos seus cidadãos no seu território muito superiores às limitações dos europeus a circular na Europa) como apenas um mercado e considerarmos mercados independentes países tão pequenos como algumas das ilhas do pacífico ou das caraíbas?

Neste contexto, procurou-se realizar duas análises um pouco mais agregadas:

Na primeira limitamo-nos a considerar a UE 25 como um mercado único. Os dados que estamos a analisar, relembro, dizem respeito a 2006, daí a união Europeia com 25 países já que a Roménia e Bulgária apenas aderiram em 2007. Várias alternativas se colocaram aqui quanto à dimensão do mercado em análise. Considerou-se a alternativa agregarmos apenas os países da Área Euro ou os países que registavam níveis de rendimento mais próximos, a opção recaiu sobre o critério administrativo/legislativo já que a pertença à União Europeia conduz a transposição para o direito nacional de um conjunto de directivas comunitárias que pretendem implementar o conceito de mercado único europeu e do ponto de vista comercial conduzem à eliminação das barreiras comerciais. Assim sendo, nesta análise o que se fez foi eliminar os dados do comércio intra-comunitário ficando apenas os dados do comércio extra-comunitário.

Na segunda análise, considerou-se que o mundo era dividido não em países, mas em continentes. Assim, todo o comércio interno dentro dos continentes é eliminado da análise e procura-se saber qual o impacto desta “fusão” dos países em continentes ao nível do comércio intra-sectorial que se desenvolveu nos pontos anteriores. Para procurar uniformizar os níveis de desenvolvimento dos países dentro de cada continente dividiu-se a América em duas ficando na América do Norte apenas os Países da NAFTA (EUA; Canada e México) e na América do Sul todos os restantes países da América Latina. Por outro lado, na Ásia avaliou-se a possibilidade de transferir os mercados com um nível de desenvolvimento mais elevado e com peso significativo no comércio mundial para junto da Oceânia. Assim, equacionou-se a possibilidade de transferir para o grupo da Oceânia o Japão, Singapura e a Coreia do Sul. Estes países são os que registam um comércio de calçado superior a 500M€ e um PIB *per capita* em PPC superior a 10 mil USD. Como ambas as opções (transferir ou não estes três países para o Grupo da Oceânia) conduzia a resultados muito semelhantes da Tabela 14 (a

diferença era de 0,1 e 0,2 pontos percentuais para o GL Bilateral e Multilateral respectivamente) optou-se por não transferir os referidos países de área geográfica. Esta opção deve-se ao facto de esta forma de agrupamento dos países vir a ser utilizado no ponto 4.2.4 e a transferência dos países mais desenvolvidos da Ásia para a Oceânia implicava um enviesamento significativo dos dados do comércio intra-sectorial da Oceânia.

Ficamos assim com 6 grandes áreas a saber América do Norte, América do Sul, Europa, África, Ásia, e Oceânia. Existe também uma categoria de outros para as transacções que não identificam o destino/origem.

4.2.3.2.1 Agregação dos países da União Europeia

A União Europeia é talvez o exemplo máximo de integração económica no mundo devido a tal facto neste ponto procura-se ver quais as consequências para os valores globais dos indicadores de comércio intra-sectorial de se considerar que a UE representava um único mercado.

A agregação dos países da UE-25 leva à eliminação de cerca de 25% do comércio total a nível mundial que passa de 137 para cerca de 103 mil milhões de USD. Mais importante é a redução drástica dos níveis de comércio intra-sectorial, que visto de forma mundial, e numa análise bilateral, é reduzido para menos de 28% do valor original. Assim, com a simples eliminação do comércio entre os países europeus, bem mais de dois terços do comércio intra-sectorial ao nível mundial acaba por ser eliminado.

Na Tabela 13 apresenta-se os valores registados para o comércio intra-sectorial a nível mundial se consideramos que a União Europeia é apenas um único mercado. A coluna da direita regista, por comparação, os valores do cálculo de base que vêm da Tabela 7.

Assim, quando se olha para os dados a nível mundial é importante perceber que ao eliminarmos o comércio intra-comunitário da União Europeia suprimimos 78% do comércio intra-sectorial mundial, veja-se que o montante total passa de 14,1 mil milhões de USD para apenas 4 mil milhões. Esta redução do montante absoluto conduz igualmente a uma redução do GL de 10,3% para apenas 3,8%.

Se a avaliação for realizada do ponto de vista multilateral então a quebra é mais ligeira, mesmo assim, passa-se de um GL de 35,6% para 24,3%. A quebra ao nível multilateral é mais reduzida devido ao valor significativo registado por Hong-Kong neste indicador como veremos na Tabela 18.

Assim, e como podemos confirmar na Tabela 15, a Europa é responsável por uma parte significativa do comércio intra-sectorial (78% ao nível bilateral e 50% ao nível multilateral) o que reforça a ideia de que o comércio intra-sectorial é um fenómeno essencialmente europeu e relacionado com a proximidade dos mercados.

Tabela 13 – Comércio intra-sectorial, com a agregação dos países da UE25 - excluindo o comércio intra-comunitário⁶

	Comércio Total	Comércio Intra-sectorial		GL com comércio intra-comunitário
		Total	% (GL)	
Bilateral	102.880	3.960	3,8%	10,3%
Multilateral	102.899	24.992	24,3%	35,6%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.3.2.2 Agregação dos países em Continentes

Nos dados da Tabela 14 procurou-se uniformizar a dimensão dos mercados em análise, pressupondo-se a existência de um único mercado em cada continente, Pode estar talvez um pouco fora da realidade, mas não se quis de deixar de realizar esta análise já que o contexto actual aponta para a redução das barreiras ao comércio na generalidade dos países do mundo. É talvez uma realidade que não temos neste momento, mas as tendências do comércio global apontam neste sentido.

Assim, ao separarmos o mundo em 6 grandes áreas, e não nos 141 países para os quais a base de dados dispunha de dados, o nível de comércio intra-sectorial reduziu-se dos 10,3% para apenas 1,5%

Nesta análise ao eliminar-se o comércio realizado dentro de cada região elimina-se quase metade do comércio total, simultaneamente conduz ao desaparecimento de mais

⁶ A estrutura da tabela na é idêntica às apresentadas nos restantes pontos pois os dados recolhidos para a UE 25 não dispunham de registo em quantidade (Pares) o que impediu a distinção do comércio intra-sectorial nos diferentes tipos de diferenciação.

de 90% do comércio intra-sectorial⁷. O que aqui se faz não é mais de que eliminar dos dados as células centrais das matrizes representadas na Tabela 15 ficando apenas com o comércio realizado entre continentes distintos.

Tabela 14 – Comércio intra-sectorial, com a agregação dos países em 6 grandes áreas – excluindo o comércio intra-área⁸

		Comércio Total	Comércio Intra-sectorial			
			Total	Dif. Horizontal	Dif. Vert. Positiva	Dif. Vert. Negativa
Bilateral	Valor	74.969	1.132	247	439	447
	%	100%	1,5%	0,3%	0,6%	0,6%
Multilateral	Valor	74.969	6.896	1.655	948	4.293
	%	100%	9,2%	2,2%	1,3%	5,7%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Ao comparar os valores obtidos na Tabela 7 e na Tabela 14 pode concluir-se que a quase totalidade do comércio intra-sectorial é realizado entre países do mesmo continente. Só cerca de 10% do comércio intra-sectorial é realizado fora do continente enquanto esta percentagem sobe para 55% quando estamos a falar do comércio total.

Estas ideias podem ser validadas e detalhadas com base dos dados da Tabela 15 e da Tabela 16.

Destas duas análises podemos retirar duas grandes conclusões:

Uma primeira, que era mais que esperada, é o facto de a proximidade do mercado ser um factor essencial no desenvolvimento do comércio intra-sectorial. Lembro que 90% do comércio intra-sectorial é registado entre países que fazem parte do mesmo continente, enquanto que para a totalidade do comércio esta percentagem é de apenas 45%.

A segunda, e que me parece um pouco mais de novidade, é a necessidade de se olhar para o problema da agregação não apenas do ponto de vista dos produtos, mas do ponto de vista dos mercados.

⁷ O valor total do comércio intra-sectorial passa de 14,1 para 1,1 mil milhões de USD.

⁸ Nesta análise elimina-se o comércio que é realizado dentro da mesma área, assim por exemplo para o Brasil são eliminados todos os fluxos comerciais realizados com outros países da América do Sul (Argentina, Chile, Venezuela, Uruguai, etc.).

Como vimos atrás o nível de agregação dos produtos não conduziu a níveis muito distintos do GL, por outro lado a redução do nível de desagregação dos mercados analisados conduziu a uma redução muito significativa do GL. Este é um ponto em que cada vez mais a teoria do comércio internacional deveria procurar novos contributos.

4.2.4 Análise dos fluxos intercontinentais

Na Tabela 15 e Tabela 16 procura-se clarificar qual o panorama internacional do comércio intra-sectorial. Assim, através dos dados bilaterais relativos a 2006, procura-se distribuir por par de continentes⁹ o comércio total e o comércio intra-sectorial.

Tabela 15 – Distribuição do comércio total e do comércio intra-sectorial pelas várias áreas geográficas – Valores absolutos – 2006¹⁰

		Parceiro Comercial							Total
		África	América do Norte	América do Sul	Ásia	Europa	Oceânia	Outros	
País de Registo	África	215	10	13	833	559	2	2	1.634
		5	1	0	1	14	0	0	22
	América do Norte	51	1.050	1.287	18.191	2.135	28	0	22.743
		2	208	22	57	72	6	0	367
	América do Sul	17	1.104	1.041	1.180	529	20	84	3.976
		0	10	42	10	8	0	1	71
	Ásia	1.055	12.913	1.381	18.865	11.333	580	13	46.140
		2	59	16	652	394	3	0	1.127
Europa	754	1.950	659	17.081	39.695	125	21	60.286	
	35	88	15	296	11.826	7	0	12.266	
Oceânia	3	20	23	874	132	53	5	1.111	
	0	3	0	4	5	14	0	26	
Total	2.096	17.047	4.404	57.025	54.384	808	124	135.888	
	45	368	95	1.020	12.319	30	1	13.878	

Valores em Milhões de USD

O valor superior é o montante do comércio total e o inferior é o montante de comércio intra-sectorial

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

O destaque primeiro vai para a Europa que, como já se previa pelos resultados obtidos no ponto 4.2.3.2.1, regista a grande parte do comércio intra-sectorial a nível mundial.

⁹ Ver definição de contingentes explicitada no ponto 4.2.3.2 a propósito da agregação dos países áreas supranacionais.

¹⁰ Para a produção destes quadros foram retirados alguns registos do comércio que se consideraram inconsistentes e que representavam menos de 1% do comércio total. Daí que o total deste quadro não seja perfeitamente idêntico aos quadros apresentados anteriormente.

Os fluxos entre todos os países europeus (aqui já não apenas a UE25) representam 85% do comércio intra-sectorial mundial como se pode observar na Tabela 16

Com se pode observar da Tabela 15, 29% do comércio total são fluxos entre países Europeus. Além deste número, merece destaque as trocas dos grandes mercados com a Ásia. As trocas da América do Norte e da Europa com a Ásia são responsáveis respectivamente por 23% e 21% do comércio mundial de Calçado. Assim, os grandes fluxos registados são, por um lado, as trocas entre os países europeus e, por outro, os fluxos de abastecimento que a generalidade dos Países/Continentes realiza na Ásia.

Analisando somente os fluxos intra-sectoriais o destaque total vai para as transacções dentro da Europa que representam 85% do comércio intra-sectorial a nível mundial. Fora deste fluxo, merece destaque o comércio entre países da Ásia (4,7%) e os registos da Europa com a Ásia e com a América do Norte que totalizam 4,9% e 1,1% respectivamente.

Tabela 16 – Contributo de cada par de continentes para o comércio intra-sectorial global – Percentagem do total – 2006

		Parceiro Comercial						
		África	América do Norte	América do Sul	Ásia	Europa	Oceânia	Outros
País de Registo	África	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
	América do Norte	0,0%	1,5%	0,2%	0,4%	0,5%	0,0%	0,0%
	América do Sul	0,0%	0,1%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
	Ásia	0,0%	0,4%	0,1%	4,7%	2,8%	0,0%	0,0%
	Europa	0,2%	0,6%	0,1%	2,1%	85,2%	0,1%	0,0%
	Oceânia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%

4.2.5 Análise por países

Uma análise da lista dos países responsáveis pelo comércio intra-sectorial (Tabela 17) permite fundamentar a ideia de que este fenómeno é uma característica dos países europeus, pois, nesta lista dos 10 maiores países surgem apenas países da Europa com a única excepção a ser Hong-Kong, mas com um registo muito modesto para o que seria de esperar para o tipo de economia desta região administrativa.

Tabela 17 – Comércio intra-sectorial por país, 2006, Dados bilaterais

	Comércio Total	Comércio Intra-Sectorial		Diferenciação		
		Val Abs.	%	Horizontal	Negativa	Positiva
Alemanha	8.199,67	2.079,56	25,4%	16,9%	0,5%	7,9%
Itália	12.084,57	1.957,36	16,2%	6,7%	1,1%	8,5%
França	6.313,30	1.348,93	21,4%	1,5%	1,5%	18,4%
Bélgica	5.017,67	1.341,56	26,7%	2,9%	2,1%	21,7%
Holanda	3.556,03	1.177,59	33,1%	8,6%	2,4%	22,1%
Espanha	4.183,96	976,01	23,3%	14,1%	0,2%	9,0%
Reino Unido	5.874,03	954,27	16,2%	1,1%	0,4%	14,8%
Hong Kong	10.677,45	617,15	5,8%	0,6%	2,0%	3,2%
Áustria	1.855,15	441,65	23,8%	15,4%	2,0%	6,4%
Portugal	1.864,90	398,26	21,4%	14,4%	0,0%	7,0%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Se a opção for uma análise dos dados do ponto de vista multilateral (Tabela 18) então, e como já tínhamos visto, os valores do comércio intra-sectorial sobem de forma significativa. Além desta diferença, regista-se apenas uma alteração significativa nas posições no quadro. Hong-Kong que estava no sétimo posto passa para a região com o maior nível de comércio intra-sectorial. Este movimento deve-se ao facto de Hong-Kong habitualmente importar calçado da China continental e procede à exportação do mesmo para outros países do mundo. Assim, estes fluxos surgem apenas como comércio intra-sectorial no quadro da análise multilateral.

Tabela 18 – Comércio intra-sectorial por país, 2006, Dados multilaterais

	Comércio Total	Comércio Intra-Sectorial		Diferenciação		
		Val Abs.	%	Horizontal	Negativa	Positiva
Hong Kong	10.677,45	9.728,59	91,1%	0,0%	2,4%	88,7%
Itália	12.293,89	7.433,97	60,5%	0,2%	0,0%	60,3%
Alemanha	8.199,67	5.212,76	63,6%	42,8%	0,8%	20,0%
Bélgica	5.017,67	3.593,27	71,6%	1,0%	0,3%	70,4%
Espanha	4.183,96	3.148,66	75,3%	46,9%	0,0%	28,3%
Holanda	3.556,03	3.123,95	87,8%	0,2%	0,0%	87,6%
França	6.313,30	3.064,47	48,5%	0,0%	0,0%	48,5%
Reino Unido	5.874,03	1.842,36	31,4%	0,4%	0,0%	30,9%
Áustria	1.855,15	1.503,27	81,0%	52,7%	6,6%	21,7%
EUA	20.427,62	1.182,15	5,8%	1,0%	0,2%	4,6%

Dados em milhões de USD

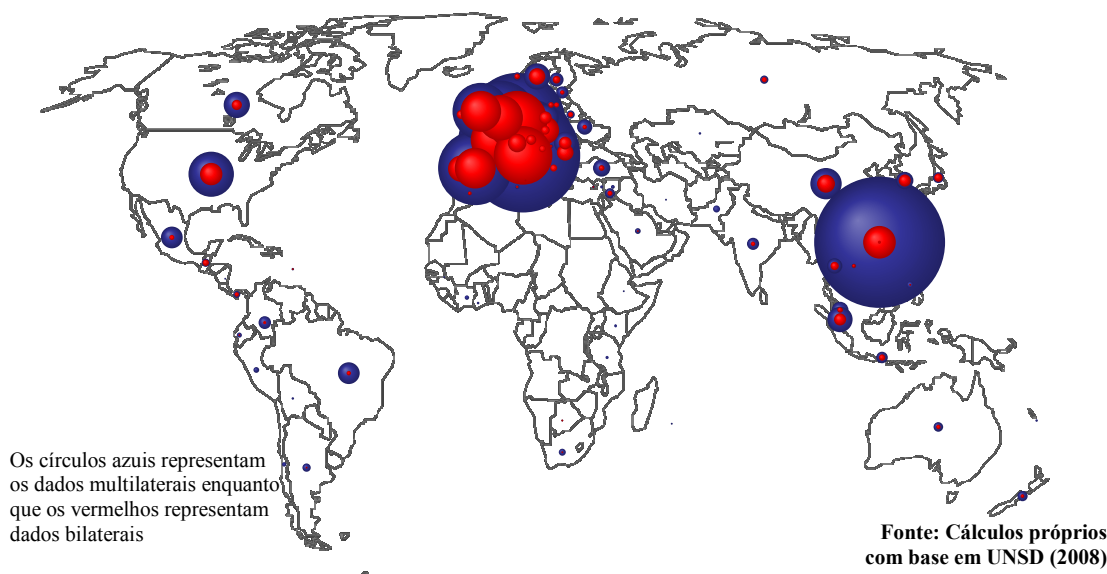
Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Este quadro parece revelar uma relação entre o desenvolvimento dos países e o nível de comércio intra-sectorial. Assim, e que quanto mais desenvolvido for o país maior o nível de comércio intra-sectorial. Adicionalmente, esta lista é constituída pelos países com maior nível de comércio total, registando-se apenas duas excepções significativas: os EUA e a China sobre os quais se realizará uma análise mais aprofundada nos pontos 4.2.6.1 e 4.2.6.2 respectivamente. Este facto parece revelar que os grandes países tendem a ter valores mais reduzidos do comércio intra-sectorial.

Portugal que na Tabela 17 estava no 10º posto a nível mundial saiu da lista caindo para 12º sendo ultrapassado pelos EUA e pela Dinamarca o que revela o nível mais reduzido de comércio intra-sectorial triangular desenvolvido por Portugal.

Como os dados já revelavam, mas a representação da Figura 10 não deixa grandes duvidas este é um fenómeno concentrado essencialmente nos países da União Europeia e, apenas para na análise multilateral, merece relevância Hong-Kong.

Figura 10 – Distribuição do comércio intra-sectorial por países - 2006



Como se pode observar na Tabela 19 a generalidade dos países europeus regista níveis de comércio intra-sectorial superiores à média mundial. Dos 27 países 16 registam níveis de comércio intra-sectorial superiores à média mundial e todos eles registam níveis superiores aos registos dos EUA. Os EUA apenas surgem na Tabela 18 em 10º lugar devido à dimensão absoluta do seu comércio pois o valor relativo é substancialmente inferior aos valores registados nos restantes países da tabela.

No topo da Tabela 19 surgem os países da Europa, que como tínhamos visto na Figura 8, têm rácios de exportação na produção claramente superiores a um. Relembrando, Holanda e Bélgica e Alemanha registam Exportações muito superiores à produção. Assim, como têm de importar os produtos que depois exportam, é natural que registem níveis de comércio intra-sectorial muito elevados.

Tabela 19 – Comércio intra-sectorial por país, 2006, Dados multilaterais vs bilaterais; Principais mercados¹¹

	Comércio Total	Bilateral		Multilateral	
		Val Abs.	%	Val Abs.	%
Holanda	3.556	1.178	33,1%	3.124	87,8%
Bélgica	5.018	1.342	26,7%	3.593	71,6%
Alemanha	8.200	2.080	25,4%	5.213	63,6%
Dinamarca	1.347	332	24,6%	1.087	80,8%
Áustria	1.855	442	23,8%	1.503	81,0%
Espanha	4.184	976	23,3%	3.149	75,3%
França	6.313	1.349	21,4%	3.064	48,5%
Portugal	1.865	398	21,4%	671	36,0%
Suíça	1.069	199	18,6%	319	29,8%
Itália	12.085	1.957	16,2%	7.434	60,5%
Reino Unido	5.874	954	16,2%	1.842	31,4%
Roménia	1.454	97	6,6%	289	19,9%
Hong Kong	10.677	617	5,8%	9.729	91,1%
Canadá	1.710	65	3,8%	399	23,3%
Indonésia	1.555	24	1,5%	76	4,9%
USA	20.428	290	1,4%	1.182	5,8%
Rússia	1.146	15	1,3%	41	3,6%
Japão	3.545	41	1,1%	71	2,0%
Índia	1.060	12	1,1%	86	8,1%
China	21.294	193	0,9%	560	2,6%
Brasil	2.004	13	0,7%	273	13,6%
Vietname	3.602	10	0,3%	12	0,3%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

No final da tabela aparecem os países não Europeus, todos eles com níveis de comércio intra-sectorial muito mais reduzidos. A generalidade dos países mencionados no fundo da tabela ou por um lado, são grandes mercados consumidores que registam níveis de

¹¹ Este quadro foi construído apenas com os mercados que registarem em 2006 um volume de comércio superior a mil milhões de USD

rendimento elevados e nesse contexto têm um nível de produção baixo importando muito calçado para satisfazer o consumo (são exemplos: os EUA, o Japão e a Rússia), ou por outro lado, são países com níveis de desenvolvimento baixo que se transformaram em centros produtores/exportadores de produtos para os países desenvolvidos (são exemplos: a China, o Vietname ou a Índia).

Na Tabela 20 procura-se comparar os níveis de comércio intra-sectorial bilateral e multilateral. Na penúltima coluna calculou-se a diferença dos registos para o GL a nível multilateral com os registos para o GL a nível bilateral.

Assim, temos no topo da tabela os países que recorrem à importação de produtos que depois exportam para outros países. O caso paradigmático é claramente Hong-Kong, mas depois temos também nesta situação alguns dos países Europeus com registos significativos de comércio deste tipo como sendo a Holanda, a Espanha ou a Bélgica.

Neste quadro, optou-se por registar também o rácio de preço em vez de separar nos intervalos como vínhamos a fazer nos quadros anteriores para que se possa avaliar como mais precisão qual a tipologia de comércio que passa a ser incluída da análise bilateral para a análise multilateral.

Sobre o rácio de preços é necessário destacar de novo a diferença de forma de valorização das importações e das exportações já que as primeiras estão com preços CIF e as segundas com preços FOB.¹² O indicador apresentado como rácio de preços não é mais que o preço médio de exportação a dividir pelo preço médio de importação. Assim, podemos dizer que Hong-Kong regista um preço médio de exportação superior em 24,1% ao preço médio de importação (para o comércio intra-sectorial). Uma variação positiva do rácio de preços sustenta a ideia de que aumento do comércio intra-sectorial da análise bilateral para a análise multilateral dá-se pela inclusão no indicador de produtos que, sendo importados de países de “mão-de-obra barata”, são depois exportados para outros países com preços superiores.

Hong-Kong, apesar de registar uma quebra do rácio de preços, é onde o fenómeno do comércio intra-sectorial triangular é mais que evidente. O que poderia parecer estranho à primeira vista é o rácio de preços para o comércio intra-sectorial bilateral. A

¹² Sobre este assunto encontra-se mais informações no ponto 4.1.7

justificação está relacionada com o reduzido montante de comércio intra-sectorial bilateral e com a concentração deste comércio num único mercado – a China. Esta análise será mais desenvolvida no ponto 4.2.6.6 onde se analisará o caso de Hong-Kong com maior pormenor.

Tabela 20 – Comércio intra-sectorial por País, 2006, Dados multilaterais vs bilaterais; Principais mercados¹³

	Comércio Total	GL		Rácio de Preços		Diferenças em p.p.	
		Bilateral (A)	Multilateral (B)	Bilateral (C)	Multilateral (D)	GL (B)-(A)	Preços (D)-(C)
Hong Kong	10.677	5,8%	91,1%	187,6%	124,1%	85,3%	-63,6%
Áustria	1.855	23,8%	81,0%	71,2%	70,6%	57,2%	-0,6%
Dinamarca	1.347	24,6%	80,8%	76,4%	75,4%	56,1%	-1,1%
Holanda	3.556	33,1%	87,8%	107,7%	151,5%	54,7%	43,7%
Espanha	4.184	23,3%	75,3%	77,4%	76,7%	51,9%	-0,7%
Bélgica	5.018	26,7%	71,6%	118,3%	171,8%	44,9%	53,5%
Itália	12.085	16,2%	60,5%	152,5%	207,5%	44,3%	55,0%
Alemanha	8.200	25,4%	63,6%	75,4%	75,7%	38,2%	0,3%
França	6.313	21,4%	48,5%	140,7%	180,2%	27,2%	39,6%
Canada	1.710	3,8%	23,3%	62,5%	126,8%	19,5%	64,2%
Reino Unido	5.874	16,2%	31,4%	154,1%	183,8%	15,1%	29,7%
Portugal	1.865	21,4%	36,0%	76,3%	77,3%	14,6%	1,0%
Roménia	1.454	6,6%	19,9%	77,9%	530,1%	13,2%	452,2%
Brasil	2.004	0,7%	13,6%	85,0%	116,1%	13,0%	31,1%
Suíça	1.069	18,6%	29,8%	292,6%	232,2%	11,2%	-60,4%
Índia	1.060	1,1%	8,1%	178,3%	203,1%	6,9%	24,9%
EUA	20.428	1,4%	5,8%	148,4%	136,0%	4,4%	-12,4%
Indonésia	1.555	1,5%	4,9%	92,5%	90,5%	3,3%	-2,0%
Rússia	1.146	1,3%	3,6%	99,8%	94,5%	2,2%	-5,4%
China	21.294	0,9%	2,6%	15,9%	22,8%	1,7%	6,9%
Japão	3.545	1,1%	2,0%	275,8%	238,5%	0,8%	-37,3%
Vietname	3.602	0,3%	0,3%	90,0%	87,3%	0,1%	-2,6%

Dados em milhões de USD

Rácio de Preços = Rácio preço médio de Exportação sobre o de Importação

Fonte: Cálculos próprios com base em
UNSD (2008)

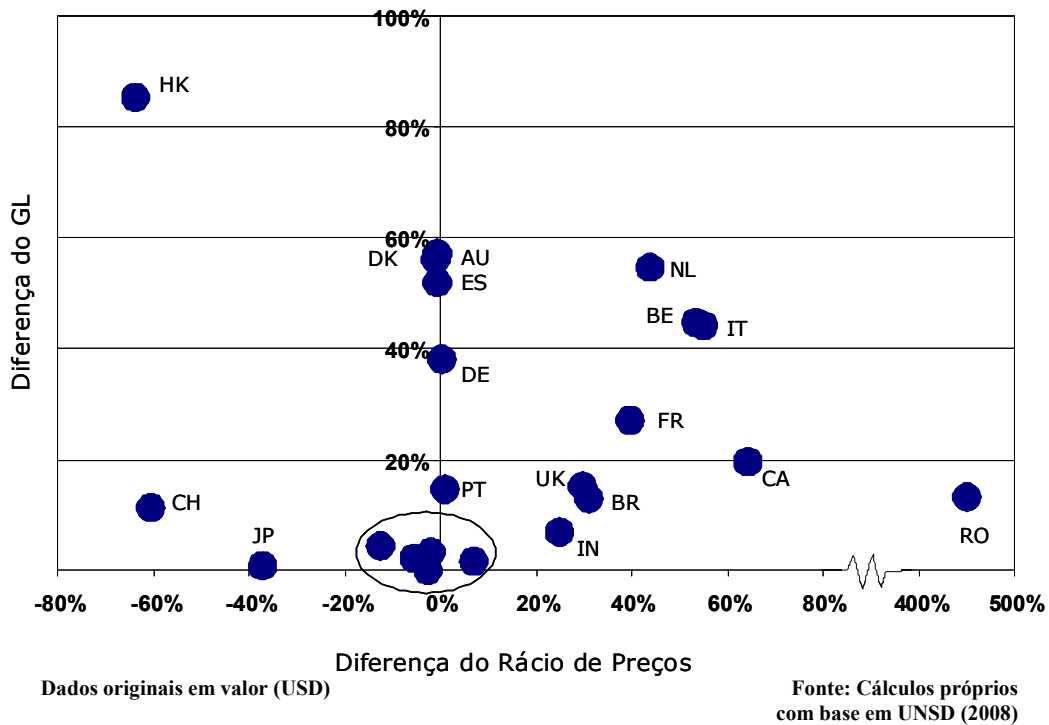
Um conjunto de países constituído pela Áustria, Dinamarca, Espanha, Alemanha e Portugal registam todos preços rácio de preços idênticos e variações muito reduzidas entre o comércio intra-sectorial bilateral e o multilateral. Por conseguinte, estes

¹³ Este quadro foi construído apenas com os mercados que registarem em 2006 um volume de comércio superior a mil milhões de USD

mercados, apesar de registarem comércio intra-sectorial triangular não conseguem acrescentar significativamente valor com este tipo de comércio.

A Figura 11 procura representar graficamente a situação de cada um dos países. Desta forma podemos facilmente agrupar alguns países pela similaridade da sua situação. No eixo vertical representou-se a variação do índice GL da análise bilateral para a análise multilateral como medida do fenómeno do comércio intra-sectorial triangular. No eixo horizontal representou-se a variação do rácio de preço como forma de captar a diferença de preços no comércio intra-sectorial triangular.

Figura 11 – Diferença dos dados bilaterais para multilaterais – 2006



Assim, temos um grupo de países que estão enquadrados no círculo (o Vietname, a China, a Rússia, os EUA e a Indonésia) junto da origem dos eixos e aos quais podemos juntar a Índia e o Japão. Estes são países com níveis muito baixos de comércio intra-sectorial tanto do ponto de vista bilateral como multilateral. Estamos em síntese a falar dos grandes consumidores mundiais que não têm produção significativa, e dos grandes produtores mundiais com importações insignificantes. Este é um grupo de países que não se dedica ao comércio triangular de calçado.

Um pouco mais acima no gráfico podemos ver Portugal, o Reino Unido, o Brasil, a França e o Canada. Este é um grupo de países que já foram importantes produtores de calçado e que hoje se têm dedicado à função comercial, mas não tanto como os países situados no gráfico ainda mais acima.

No topo do gráfico surgem dois grupos de países. Um primeiro constituído por Espanha, Áustria, Dinamarca e Alemanha que registam elevados números de comércio intra-sectorial triangular, mas que não regista grandes aumentos do rácio médio de preços com a inclusão desse comércio na análise. Um segundo grupo é constituído pela Holanda, Bélgica e Itália, que tal como os do primeiro grupo também regista um montante elevado de comércio intra-sectorial triangular, revelando também um aumento expressivo do rácio de preços

Finalmente deve-se destacar os registos que ficam (de alguma forma) de fora destes grupos como é o caso da, por um lado, Roménia - que regista essencialmente exportações para Itália - já que algumas das empresas italianas deslocalizaram a sua produção para este país por ter uma mão-de-obra barata, abundante e geograficamente próxima. Neste caso, o comércio intra-sectorial triangular não assume particular relevância.

Não surpreende que Hong-Kong, por outro lado, surja no extremo oposto do gráfico com um montante de comércio intra-sectorial triangular muito elevado, se tivermos em conta o perfil de plataforma comercial em que se especializou (a redução do rácio de preços está relacionada com registo bastante elevado para este indicador na análise bilateral).

4.2.6 Análise de alguns dos mercados

Neste ponto, procura-se realizar uma análise um pouco mais aprofundada de alguns destes países seleccionando-se os mais representativos dos grupos/situações identificadas antes. Assim, a escolha recaiu sobre os EUA (por ser um país essencialmente importador), a China (por ser um país essencialmente exportador) e o Reino Unido (do grupo intermédio, onde está Portugal). Dos dois grupos do topo do gráfico seleccionou-se a Espanha e a Bélgica, do grupo do centro e da direita, respectivamente.

Adicionalmente, optou-se por incluir também Hong Kong e a Roménia por se localizarem nos extremos do gráfico, a Itália por ser um país com uma imagem de tradição na produção de calçado e, finalmente, Portugal, uma vez que pretendemos, no final, tirar algumas conclusões para a indústria portuguesa de calçado.

4.2.6.1 EUA

Os EUA, sendo claramente o maior importador mundial, é, igualmente, o maior mercado consumidor a nível mundial. A relação com a China é por demais evidente: cerca de $\frac{3}{4}$ das importações de calçado (e do consumo já que a produção não regista valores relevantes) são originárias da China. Este é, como já tínhamos visto, o grande fluxo comercial registado a nível mundial. Seguem-se, depois, na lista das origens, vários outros países que são produtores de calçado. Os EUA apenas registam exportações - e em valores que podemos considerar muito baixos (relativamente à dimensão do mercado) - nas transacções com o México e com o Canada. Um pouco mais abaixo e já fora da tabela surgem a Coreia do Sul, o Japão e o Reino Unido com valores já inferiores aos registados para o México.

Tabela 21 – EUA - Comércio internacional, Principais parceiros¹⁴

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
China	4,0	14.462,3	14.466,3	8,0	0,1%	130,8%
Itália	6,7	1.143,3	1.150,0	13,4	1,2%	157,2%
Vietname	0,3	1.034,6	1.035,0	0,6	0,1%	291,8%
Brasil	1,7	937,8	939,5	2,9	0,3%	96,6%
Indonésia	0,4	500,0	500,4	0,8	0,2%	193,4%
Tailândia	0,4	311,5	311,9	0,8	0,2%	322,5%
Canada	238,6	71,2	309,7	97,8	31,6%	104,2%
México	42,2	223,6	265,8	44,3	16,7%	260,6%
Espanha	1,9	206,3	208,2	2,7	1,3%	56,8%
Índia	0,4	166,6	167,0	0,5	0,3%	246,1%
Portugal	0,7	61,2	61,8	0,6	1,0%	57,9%
Total	591,7	19.835,9	20.427,6	289,7	1,4%	148,4%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

¹⁴ O montante do comércio intra-sectorial aqui indicado não pode ser obtido pela simples aplicação da fórmula do GL aos valores das exportações e importações registados nas colunas à esquerda. O montante indicado foi obtido de forma desagregada para cada posição HS a 6 dígitos e depois agregado para o total das posições em análise.

O quadro foi construído para representar as relações comerciais com os 10 principais parceiros comerciais e adicionalmente com Portugal.

Em síntese os EUA são um mercado essencialmente importador, de todo o tipo de países, desde os de mão-de-obra barata como a China e o Vietname, aos de países próximos como o México ou o Canada, ou mesmo, de países mais desenvolvidos da Europa, como Itália, Espanha ou Portugal.

Note-se ainda que os EUA não registam valores relevantes para o comércio intra-sectorial, tanto bilateral como o triangular (ou multilateral).

4.2.6.2 China

A China assume claramente na posição inversa aos EUA. A China é o “centro produtor” do mundo. A China regista no seu comércio internacional essencialmente exportações. As exportações chinesas são cerca de 100 vezes o valor das importações. Se repararmos que o rácio de preços é de quase 1 para 10 então podemos concluir que ao nível da quantidade (pares) a diferença é gigantesca. (A China exporta, segundo os dados da Comtrade, 7,65 mil milhões de pares e importa apenas 13,8 milhões de pares o que é menos de metade das importações portuguesas)

Tabela 22 – China - Comércio internacional, Principais parceiros ¹⁵

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
EUA	7.539,4	1,1	7.540,5	2,2	0,0%	17,5%
Japão	1.345,2	2,7	1.347,9	5,4	0,4%	41,4%
Rússia	1.249,2	0,0	1.249,2	0,0	0,0%	35,1%
Hong Kong	1.189,0	4,7	1.193,7	9,4	0,8%	14,6%
Alemanha	581,9	3,4	585,3	6,7	1,1%	14,1%
Reino Unido	514,7	0,7	515,3	1,3	0,3%	8,0%
Cazaquistão	513,9	0,0	513,9	0,0	0,0%	
Holanda	457,6	0,0	457,6	0,1	0,0%	18,1%
Panamá	395,2	0,0	395,2	0,0	0,0%	11,5%
Espanha	385,8	5,7	391,5	8,5	2,2%	11,3%
Portugal	34,7	4,0	38,7	7,8	20,2%	9,3%
Total	21.014,6	279,8	21.294,5	193,0	0,9%	15,9%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em
UNSD (2008)

¹⁵ Ver nota relativa aos dados dos EUA

Nas relações com os países aqui apresentados a China não regista importações significativas de nenhum deles. Deste modo, o comércio intra-sectorial é quase nulo com todos os principais parceiros comerciais.

Nas importações chinesas apenas merecem destaque as provenientes da Itália (60 M. USD), do Vietname (53 M. USD) e da Indonésia (20 M. USD).

Ao nível dos preços, a China revela-se claramente como um produtor por excelência de calçado barato. Mesmo nos países com os quais a China regista um montante de comércio intra-sectorial mais significativo, o rácio de preços é, normalmente da ordem de um para dez.

Na Tabela 23 procurou-se identificar quais os mercados com os quais a China regista um maior volume de comércio intra-sectorial. Os mercados identificados são também os principais mercados de importação. Os dados parecem indicar uma influência grande em países da Ásia e próximos da China e por outro lado, em países Europeus que hoje ainda são grandes produtores como a Itália, Espanha e Portugal.

Tabela 23 – China – Principais mercados de comércio intra-sectorial

	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
Itália	352,6	79,0	22,4%	8,6%
Indonésia	68,6	11,6	16,9%	15,4%
Tailândia	34,5	11,1	32,2%	18,7%
Hong Kong	1.193,7	9,4	0,8%	14,6%
Eslováquia	28,4	8,9	31,2%	16,2%
Espanha	391,5	8,5	2,2%	11,3%
Portugal	38,7	7,8	20,2%	9,3%
Suíça	214,9	6,9	3,2%	3,5%
Alemanha	585,3	6,7	1,1%	14,1%
Coreia do Sul	305,1	6,2	2,0%	52,5%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.6.3 Reino Unido

Com o Reino Unido entramos nos países que já registam valores significativos de comércio intra-sectorial.

O Reino Unido regista, então, tal como os EUA importações significativas dos países do Oriente, mas acresce a isto algumas exportações de calçado essencialmente focalizadas

nos tradicionais mercados de proximidade. Irlanda, Alemanha e França (para a qual regista 73,4 milhões de USD de exportações) apresentam-se como os grandes mercados de Exportação. Assim, o comércio internacional do Reino Unido revela essencialmente a importação de produtos para consumo, mas regista já um montante significativo de comércio intra-sectorial que podemos classificar de triangular, ou seja, produtos importados de países tradicionalmente baratos (China, Vietname, Índia ou Brasil) e que depois são exportados para os seus clientes habituais nos mercados Europeus.

Tabela 24 – Reino Unido - Comércio internacional, Principais parceiros¹⁶

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
China	1,1	1.292,2	1.293,2	2,2	0,2%	552,1%
Vietname	0,0	713,7	713,8	0,0	0,0%	
Itália	59,2	500,1	559,3	118,2	21,1%	202,7%
Bélgica	30,1	426,6	456,7	57,3	12,5%	122,8%
Holanda	63,6	319,4	382,9	124,4	32,5%	118,7%
Irlanda	287,7	32,2	319,9	64,4	20,1%	132,0%
Alemanha	142,0	175,0	317,0	249,6	78,7%	137,1%
Espanha	48,9	184,5	233,4	90,6	38,8%	124,6%
Índia	0,4	217,1	217,5	0,9	0,4%	409,3%
Brasil	0,0	216,1	216,1	0,0	0,0%	265,3%
Portugal	2,6	198,4	201,1	5,3	2,6%	118,4%
Total	923,5	4.950,5	5.874,0	954,3	16,2%	154,1%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.6.4 Espanha

A Espanha encontra-se numa situação em que o comércio intra-sectorial, mesmo ao nível bilateral regista já valores bastante significativos. De recordar que o valor médio ao nível mundial para o GL é de 10,3% e a Espanha já regista 23,3% ou seja mais do dobro. O comércio intra-sectorial é realizado com os países mais próximos. Veja-se que os registos mais elevados são com Itália, Portugal e França.

Depois podemos verificar a importância do comércio intra-sectorial triangular. Como já tínhamos visto no capítulo 1 o peso das exportações na produção em Espanha ascende a

¹⁶ Ver nota relativa aos dados dos EUA

80%. Assim, estes dados parecem revelar que uma boa parte das importações são depois dirigidas para a exportação.

Tabela 25 – Espanha - Comércio internacional, Principais parceiros¹⁷

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
China	4,1	728,5	732,6	8,1	1,1%	73,2%
França	449,3	77,8	527,1	134,9	25,6%	79,2%
Itália	182,3	212,6	394,9	305,9	77,5%	86,2%
Portugal	181,7	101,5	283,2	174,9	61,8%	89,9%
Reino Unido	229,5	23,1	252,7	44,0	17,4%	79,2%
Vietname	0,1	252,3	252,4	0,1	0,0%	99,3%
Alemanha	202,3	29,3	231,6	56,5	24,4%	80,2%
Holanda	65,4	145,0	210,3	100,2	47,6%	71,5%
EUA	199,6	2,0	201,6	3,9	1,9%	82,4%
Indonésia	1,4	92,0	93,4	2,5	2,7%	80,6%
Total	2.147,7	2.036,2	4.184,0	976,0	23,3%	77,4%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.6.5 Bélgica

A Bélgica surge como um dos expoentes máximos do comércio triangular. Para analisar estes dados temos de ter presente que como já tínhamos visto no capítulo 1 a Bélgica não tem qualquer produção relevante de calçado. Assim, todo o calçado que surge aqui na coluna das exportações está obrigatoriamente incluída também na coluna das importações.

Mais, a Bélgica basicamente importa da China e depois inclui uma margem comercial no produto e exporta-o para outros países. Os dados das importações em valor parecem não revelar isto, pois China corresponde apenas a 26% (540 em 2 057 milhões de USD), mas em quantidade a imagem é um pouco diferente pois a China corresponde a 51% das importações (97 em 191 milhões de pares). Se somarmos a esta importação as que são realizadas directamente de outros países de mão-de-obra barata, ou mesmo indirectamente através por exemplo da Holanda, os valores atrás referidos aumentam ainda mais e de forma substancial.

¹⁷ Ver nota relativa aos dados dos EUA

A Bélgica apesar de já registar um montante significativo do comércio intra-sectorial bilateral (26,7%) ainda consegue aumentar este valor para 71,6% quando a análise é realizada do ponto de vista multilateral. Este aumento significativo do indicador revela o montante de comércio intra-sectorial triangular registado na Bélgica.

Muitas vezes os produtos passam pela Bélgica por um efeito logístico ou para receberem uma marca. Assim, o que a Bélgica está a transaccionar não é mais de que um serviço, só que está a incluir a exportação desse serviço no preço de um bem.

Tabela 26 – Bélgica - Comércio internacional, Principais parceiros¹⁸

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
França	666,8	136,7	803,5	243,0	30,2%	77,8%
Holanda	474,2	273,9	748,2	466,1	62,3%	143,9%
Itália	414,6	264,6	679,2	265,7	39,1%	117,8%
China	0,1	539,9	539,9	0,1	0,0%	
Reino Unido	431,3	30,5	461,8	59,6	12,9%	125,4%
Alemanha	270,5	93,0	363,5	157,7	43,4%	108,0%
Espanha	302,5	60,5	363,0	73,7	20,3%	90,7%
Vietname	0,0	309,2	309,2	0,0	0,0%	
Indonésia	0,0	116,1	116,1	0,0	0,0%	
Tailândia	0,1	102,4	102,5	0,1	0,1%	49,7%
Portugal	56,7	29,7	86,4	27,1	31,4%	116,4%
Total	2.960,3	2.057,4	5.017,7	1.341,6	26,7%	118,3%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Os dados dos preços médios de exportação e importação sustentam uma vez mais a ideia que a Bélgica se dedica ao comércio de produtos importados da China e que têm como destino os países da Europa como a Holanda a França o Reino Unido ou mesmo a Itália.

A análise dos preços médios de exportação e importação por mercados permite uma vez mais perceber o papel da Bélgica na triangulação comercial do calçado. Assim a Bélgica é claramente um comprador internacional de calçado barato que depois exporta para outros países Europeus a preços em média 72% mais elevados. (rácio de preços da análise multilateral)

¹⁸ Ver nota relativa aos dados dos EUA

Com esta estratégia comercial a Bélgica consegue registar um saldo comercial muito positivo para a dimensão do país sem qualquer produção significativa. (!)

Tabela 27 – Bélgica – Preços médios dos fluxos comerciais¹⁹

	Preço médio de Exportação	Preço médio de Importação
França	8,5	20,2
Holanda	27,7	17,7
Itália	33,4	34,0
China	50,7	5,6
Reino Unido	32,0	26,2
Alemanha	21,2	20,4
Espanha	20,7	22,4
Vietname		11,5
Indonésia		12,0
Tailândia		12,9
Portugal	26,7	28,2
Total	17,8	10,8

Dados em de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.6.6 Hong Kong

Se, de novo, tivermos presente os dados do ponto 3.4, e os dados das reexportações do ponto 4.1.8, nos quais se constatava que a produção de calçado nesta região administrativa é quase nula, podemos, então, afirmar que os registos de exportação que aqui estão contabilizados são de produtos que estão incluídos nas importações.

Assim, Hong Kong destaca-se ao actuar como plataforma comercial de saída de produção chinesa essencialmente com destino aos EUA, ao Japão e aos países mais desenvolvidos da Europa.

Um pequeno valor, no entanto, regista o movimento inverso, ou seja Hong Kong também serve de plataforma para algum calçado europeu que entra na China. Veja-se as importações de Itália e de França e as exportações para a China. São estes fluxos que aparecem registados no indicador de comércio intra-sectorial bilateral.

¹⁹ Os preços médios não são coincidentes com os dados do rácio de preços pois este é calculado com o nível de detalhe máximo (HS a 6 dígitos) e depois é agregado. Neste quadro é calculado o total dos fluxos e só depois é que é calculado o preço médio. Assim, aqui não se entra em linha de conta que o tipo de produtos importados e exportados podem não ter a mesma distribuição.

O registo elevado para o nível de preços (187%) advém do facto da diferença de preços do calçado trocado entre Hong Kong e a China ser de 3 para 1 e de cerca de metade do comércio intra-sectorial bilateral de Hong Kong regista-se nos fluxos com a China.

Tabela 28 – Hong Kong - Comércio internacional, Principais parceiros²⁰

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
China	147,5	4.611,8	4.759,4	295,1	6,2%	337,7%
EUA	2.714,4	9,8	2.724,2	19,5	0,7%	53,8%
Japão	613,1	10,0	623,1	18,8	3,0%	62,9%
Reino Unido	294,8	7,3	302,1	14,7	4,9%	29,2%
Itália	154,3	105,2	259,5	90,1	34,7%	22,8%
Canada	235,0	0,3	235,3	0,6	0,3%	61,0%
Alemanha	168,8	11,6	180,4	22,2	12,3%	40,0%
Holanda	164,7	1,1	165,8	0,9	0,6%	38,3%
Austrália	154,0	0,4	154,4	0,7	0,5%	51,1%
França	74,4	57,8	132,2	14,1	10,7%	16,5%
Total	5.692,9	4.984,6	10.677,4	617,1	5,8%	187,6%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.6.7 Roménia

A Roménia posiciona-se na Figura 11 no extremo inverso ao de Hong-Kong daí esta análise de pormenor para percebermos porquê o aumento tão significativo do rácio de preços da análise bilateral para a análise multilateral.

Em primeiro lugar, há que destacar o facto de o montante de comércio intra-sectorial da Roménia ser muito baixo tanto do ponto de vista bilateral como multilateral. Depois, pela proximidade física e linguística que tem com a Itália, e pelo custo de mão-de-obra, tornou-se nos últimos anos um local de produção para algumas das maiores empresas de calçado italianas. Assim, não surpreende que a Itália registe na análise bilateral 80% o comércio intra-sectorial realizado pela Roménia. Daí o rácio de preços encontrado na ordem dos 70%.

O significativo aumento do rácio de preços do comércio intra-sectorial bilateral para o multilateral dá-se pelo facto de nesta análise passa a entrar basicamente as importações

²⁰ Ver nota relativa aos dados dos EUA

realizadas pela Roménia directamente da China e que têm um preço médio de um dólar e trinta cêntimos.

Assim, o aumento significativo dos preços médios advêm do facto de para o comércio intra-sectorial multilateral da Roménia estar a contar as importações da China e as exportações de calçado com preços médios ao nível da produção italiana.

Tabela 29 – Roménia - Comércio internacional, Principais parceiros²¹

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
Itália	823,9	38,9	862,8	77,3	9,0%	71,5%
França	106,2	1,2	107,3	0,4	0,4%	125,3%
Alemanha	105,9	1,0	106,9	1,9	1,8%	165,6%
China	0,0	92,0	92,0	0,0	0,0%	1088,1%
Holanda	66,2	0,7	66,9	1,3	2,0%	108,1%
Hungria	39,7	1,3	41,0	2,2	5,3%	103,1%
Áustria	39,0	0,8	39,8	1,4	3,5%	87,8%
Reino Unido	36,3	0,3	36,6	0,1	0,4%	44,6%
Turquia	0,3	13,0	13,3	0,5	3,8%	80,3%
Espanha	10,1	2,4	12,5	3,7	29,3%	89,9%
Portugal	0,1	2,1	2,2	0,2	7,7%	48,7%
Total	1.273,0	180,9	1.453,9	96,6	6,6%	77,9%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.6.8 Itália

A Itália é ainda um dos principais competidores mundiais no sector de calçado. Para muitos dos países é ainda a referência internacional registando ainda uma produção bastante significativa.

Mesmo sendo um grande produtor, a Itália posiciona-se na Figura 11 junto da Holanda e da Bélgica, que não têm qualquer produção de calçado. Assim, não é estranho o facto de Itália ter um rácio de preços na ordem dos 150% para o comércio intra-sectorial bilateral.

Este comércio é registado com os grandes mercados da Europa (França, Alemanha, Bélgica, Reino Unido e Holanda). Com estes mercados a Itália está a trocar o Calçado fabricado em Itália, ou numa pequena parte importado da Roménia ou da China, por

²¹ Ver nota relativa aos dados dos EUA

calçado que as grandes marcas Europeias importaram da China e que estão agora a vender também no mercado italiano. Neste contexto, não surpreende a ligeira diferença positiva dos preços registada a favor da Itália.

Na análise multilateral o valor do comércio intra-sectorial regista um montante significativo (60,5% quando a média mundial é de apenas 35,6%) pelo facto de entrar para este comércio o calçado que é importado da China e da Roménia e que coincide com o calçado que Itália exporta para os principais mercados internacionais. Como o preço médio de exportação se mantém idêntico ao que tinha sido registado na análise bilateral e o preço médio de importação baixa de forma significativa então não é de estranhar o aumento muito significativo no rácio de preços.

É neste contexto, que a Itália se posiciona numa situação muito próxima da Holanda e da Bélgica na Figura 11, mas com uma situação muito distinta do ponto de vista produtivo.

Tabela 30 – Itália - Comércio internacional, Principais parceiros²²

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
França	1.146,7	170,1	1.316,8	335,3	25,5%	84,9%
Alemanha	1.152,8	62,5	1.215,4	125,1	10,3%	139,7%
EUA	1.030,2	6,0	1.036,2	12,0	1,2%	97,2%
Roménia	45,8	818,2	864,1	91,0	10,5%	125,0%
China	25,4	753,6	779,1	50,9	6,5%	585,0%
Bélgica	324,2	351,8	676,0	245,7	36,3%	91,2%
Reino Unido	546,3	54,5	600,8	108,9	18,1%	77,3%
Rússia	509,5	4,3	513,9	8,6	1,7%	749,7%
Holanda	338,4	162,2	500,7	283,0	56,5%	82,0%
Suíça	470,9	28,3	499,2	56,6	11,3%	59,3%
Portugal	44,6	10,7	55,2	21,3	38,6%	127,8%
Total	8.110,1	3.974,4	12.084,6	1.957,4	16,2%	152,5%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

4.2.6.9 Portugal

Portugal regista um comércio intra-sectorial essencialmente com Espanha. Os fluxos comerciais de Portugal ao contrário de outros países europeus, não indiciam a presença

²² Ver nota relativa aos dados dos EUA

relevante de empresas que se dedicam a importar de mercados de menor custo de mão-de-obra para exportar para os mercados de maior poder de compra. Os principais mercados de exportação são, como seria natural, os principais países da Europa, mas a principal origem é Espanha seguida de longe pela Bélgica e Holanda e só depois surge a China.

O rácio de preços revela a dificuldade que Portugal tem em impor preços mais elevados nos mercados europeus.

Portugal regista apenas um aumento de 14,6 pontos percentuais no índice GL da análise bilateral para a análise multilateral (a nível mundial este aumento é de 25,3 p.p.) que advêm do facto de não ter uma significativa actividade de comércio triangular como tem a Bélgica, a Holanda ou Hong Kong). A inexistência deste tipo de comércio não tem permitido reduzir o preço médio das importações o que tem implicado rácio de preços bastante desfavoráveis para Portugal.

Tabela 31 – Portugal - Comércio internacional, Principais parceiros²³

	Exportações	Importações	Comércio Total	Comércio intra-sectorial	GL	Rácio de Preços
França	403,2	20,9	424,1	33,6	7,9%	80,9%
Alemanha	297,4	9,3	306,6	18,3	6,0%	76,3%
Espanha	121,3	185,0	306,3	216,9	70,8%	79,9%
Holanda	156,0	45,1	201,1	57,5	28,6%	73,3%
Reino Unido	197,3	1,9	199,3	3,7	1,8%	79,1%
Bélgica	29,6	50,5	80,1	28,6	35,7%	69,7%
Dinamarca	56,5	1,5	58,1	3,0	5,2%	68,9%
Itália	16,4	27,4	43,9	28,2	64,2%	73,9%
China	1,4	27,8	29,3	2,9	9,9%	70,8%
EUA	27,6	0,5	28,2	1,0	3,7%	71,8%
Total	1.465,1	399,8	1.864,9	398,3	21,4%	76,3%

Dados em milhões de USD

Fonte: Cálculos próprios com base em UNSD (2008)

Uma simples análise sobre as origens das importações portuguesas poderia levar-nos a afirmar que Portugal importa muito calçado da Europa. Só que essas importações provenientes, designadamente, da Holanda e da Bélgica, e, também, numa parte

²³ Ver nota relativa aos dados dos EUA

significativa, de Espanha, é calçado fabricado nos países de mão-de-obra barata do oriente.

Em resumo, poderemos afirmar que uma das características do mercado português consiste na importação de calçado produzido no oriente, sobre o qual foi incorporada uma significativa margem comercial por um seu concorrente Europeu.

4.2.7 Síntese da análise dos principais mercados

A Tabela 32 procura analisar o saldo comercial sectorial para os mercados identificados no ponto 4.2.6. Para relativizar o saldo comercial seleccionou-se a população, podendo-se constatar, deste modo, que o País/Região que mais ganha com o comércio de calçado é Hong-Kong, seguindo-se-lhe Portugal e logo depois a Bélgica. Portugal surge como o segundo mercado nesta lista devido à sua especialização industrial neste sector. Os outros dois países conseguem este saldo positivo apenas por importarem calçado que depois conseguem vender mais caro a outros países. Ou seja, enquanto que Portugal gera aqui um valor acrescentado industrial, a Bélgica ou Hong-Kong conseguem gerar esse mesmo valor apenas com a actividade comercial.

Veja-se que atrás de Hong Kong e da Bélgica surgem todos os grandes produtores mundiais incluindo a China - que tem um saldo comercial muito grande em valor absoluto, mas muito reduzido, no contexto internacional., quando comparado com a sua população.

Tabela 32 – Saldo Comercial 2006 – Mercados analisados

	Exportações	Importações	Saldo Comercial	População	Saldo <i>per capita</i>
Hong Kong	5.692,9	4.984,6	708,3	6,9	102,5
Portugal	1.465,1	399,8	1.065,4	10,6	100,6
Bélgica	2.960,3	2.057,4	902,9	10,6	85,3
Itália	8.246,5	4.047,4	4.199,1	58,4	71,9
Roménia	1.273,0	180,9	1.092,1	21,6	50,5
China	21.014,6	279,8	20.734,8	1.314,5	15,8
Espanha	2.147,7	2.036,2	111,5	44,1	2,5
EUA	591,7	19.835,9	-19.244,2	299,1	-64,3
Reino Unido	923,5	4.950,5	-4.026,9	60,5	-66,5

Dados em milhões de USD
População em milhões
Saldo p.c. em USD por habitante

Fonte: Cálculos próprios com base em
UNDS (2008) e FMI (2008)

No outro extremo da tabela, surgem os mercados consumidores, em particular os que não se dedicam ao comércio de calçado. Nesta situação encontra-se os EUA e o Reino Unido.

Estes dados revelam que está a surgir uma nova forma de comércio que está a ser desenvolvida por alguns países e que passa pelo domínio da cadeia comercial dos produtos, mas na qual a produção é assegurada por países de mão-de-obra mais barata.

Tudo nos conduz, deste modo, a considerar que Portugal deve desenvolver também este tipo de comércio, que tem permitido, a países sem produção, aceder a valor acrescentado adicional no sector de calçado.

5 Conclusões

O objectivo central deste trabalho é analisar os dados do comércio intra-sectorial do sector de calçado (de todos os países do mundo) e extrair conclusões para a indústria portuguesa. O ponto 5.1 é dedicado, justamente, a sintetizar as principais ideias recolhidas para responder a esta questão.

No ponto 5.2 procura-se, depois, destacar as análises que diferem do tratamento habitual e ainda quais os principais contributos que trazem para futuros trabalhos relacionados com o fenómeno do comércio intra-sectorial.

5.1 Ideias para o sector português de calçado

Como pudemos ver no ponto 4.2.6, no qual se faz uma análise pormenorizada de alguns mercados, uma parte significativa do comércio intra-sectorial já não se enquadra na caracterização tradicional (em que ambos os países exportam produtos produzidos no seu território), mas sim um novo tipo de comércio em que os produtos são importados e depois exportados para outros mercados.

A Bélgica ou Hong-Kong são dois mercados que levam este modelo de negócio ao limite. É de tal forma assim, que estes países apesar de não terem produção conseguem ter um saldo comercial positivo.

Uma das consequências deste fenómeno é que, cada vez mais, as estatísticas do comércio internacional de calçado não podem ser imputadas à actividade industrial de fabricação de calçado. Assim, uma análise das exportações de produtos de um dado país não pode ser relacionada de forma exclusiva com a sua indústria transformadora, pois para estas exportações estão cada vez mais a concorrer valor acrescentado gerado em actividade de serviços, em especial no sector do comércio.

Este assunto poderia levar-nos muito mais longe passando, nomeadamente, pela problemática da terciarização das economias mundiais. A análise da comunicação da Comissão Europeia (2004) sobre Política Industrial mostra-nos que a globalização das economias tem levado a que uma parte significativa da terciarização se deve à transferência de actividades que estavam até aí incluídas na indústria e que têm vindo a passar sucessivamente para os serviços.

É este o caso, quando o sector de calçado - que é um sector da indústria transformadora - passa a ser um sector de serviços, como acontece, aliás, nos países da Europa Central.

Actualmente, Portugal tem importado calçado de Espanha, Holanda e Bélgica - que são considerados, e são efectivamente - , mercados de elevado poder de compra. Este facto tem conduzido a que as importações sejam efectuadas a preços médios já elevados, seja porque se trata de produção Europeia ou porque se trata de produtos vendidos já com uma margem comercial de um outro país Europeu.

Neste contexto, parece que será importante para Portugal gerar novos modelos de negócio que incluam uma maior diversidade de fluxos de comércio, que não excluam - antes integrem - como acontece com outros países (Bélgica, Holanda, entre outros), a exploração de actividades como o “comércio”, a “logística” ou o “*branding*”, as quais são susceptíveis de valorizar os produtos reexportados (as relações comerciais entre a Itália e a Roménia podem constituir uma referência para esta análise).

5.2 Ideias para futuros trabalhos

Neste ponto procurar-se-á identificar algumas das ideias que ficaram em aberto e que poderão merecer uma análise mais aprofundada, ou análise semelhante no contexto de outros sectores, para validação das conclusões aqui identificadas para o sector de calçado.

- Neste trabalho, foram identificadas situações em que um país com um volume relevante de exportações não tinha qualquer produção significativa, ou seja, as suas exportações eram constituídas por produtos previamente importados. Ora, os modelos teóricos de comércio intra-sectorial não explicam este fenómeno. Normalmente, parte-se do pressuposto de que cada país só pode exportar aquilo que produz o que não é verdade e a realidade aqui tem vindo a revelar um novo fenómeno.
- Este facto revela também a existência de valor acrescentado de actividades comerciais que é reflectido no comércio internacional de produtos. Neste contexto, cada vez mais a análise da exportação de produtos não coincide com a análise das actividades industriais. O comércio, que é considerado uma actividade dos serviços, gera exportações de produtos que tradicionalmente estariam ligados à indústria.

- A teoria do comércio internacional normalmente baseia a sua análise num contexto $2 \times 2 \times 2$, ou seja, dois mercados, dois produtos e duas empresas. Existem algumas extensões da teoria com mais de dois produtos ou com mais de duas empresas, mas centradas sempre, no máximo, em dois mercados. De alguma forma seria importante uma análise com mais de dois mercados, pois poderia esclarecer melhor a problemática “análise multilateral vs análise bilateral”, uma vez que, como vimos, a diferença dos valores absolutos entre uma análise e outra é bastante significativa, não existindo, para além do mais, muita literatura sobre o fenómeno do comércio intra-sectorial triangular.
- A generalidade dos estudos parece ignorar a diferença ao nível da valorização das exportações e importações (FOB vs CIF) e aplicam simplesmente um intervalo que está mais ao menos convencionalizado ser de cerca de 25%. Como a diferença entre os preços FOB e CIF pode ser apreciável, estas análises podem ser efectuadas por forma a gerarem conclusões significativamente enviesadas. Neste contexto, propôs-se aqui um método de correcção desta distorção, revelando-se útil, contudo, a definição de um método definitivo mais específico e pormenorizado.
- Neste estudo chegámos a variações dos níveis do comércio intra-sectorial - quando se altera o nível de detalhe dos produtos em análise - muito mais reduzidos do que os mencionados na literatura sobre o assunto. Deste modo, parece que esta análise deveria ser repensada incluindo apenas produtos finais,, o que permitiria isolar o efeito da presença de produtos intermédios misturados com produtos finais, na mesma posição dos níveis menos detalhados.
- A agregação de mercados constitui uma outra dimensão da análise, tema relativamente ao qual os resultados obtidos parecem demonstrar a sua real importância. No caso concreto, a agregação da União Europeia num único mercado conduziu à redução de 60% do nível do comércio intra-sectorial, enquanto que a agregação dos 141 países em seis grandes mercados conduziu a um corte de 84% no nível do GL.

Eis, pois, um conjunto de matérias que parecem merecer uma maior atenção e aprofundamento em trabalhos futuros.

6 Referências Bibliográficas

- Abd-El-Rahman, K. S. (1986), "Réexamen de la définition et de la mesure des échanges croisés de produits similaires entre les nations", *Revue économique*, Vol.37, n° 1, pp. 89-116
- Abd-El-Rahman, K. S. (1991), "Firms' Competitive and National Comparative Advantages as Joint Determinants of Trade Composition", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 127, n°1, pp. 83-97
- Anam, M, e S. Chiang (2003), "Intra-industry trade in identical products: a portfolio approach", *Review of International Economics*, N° 11, pp. 90-100
- Aquino, A. (1978), "Intra-Industry Trade and Inter-Industry Trade Specialization as Concurrent Sources on International Trade in Manufactures", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 114, pp. 275-296
- Armington, P. S. (1969), "A Theory of demand for products distinguished by place of production", *IMF Staff Papers*, N° 16, pp. 159-176
- Balassa, B. (1966), "Tariff Reductions and Trade in Manufactures among the Industrial Countries", *American Economic Review*, LVI, Jun, pp. 466-473
- Baumann, R. (1994), "Intra-Industry Trade: A Comparison Between Latin America and some Industrial Countries", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 130, pp. 634-656
- Bergstrand, J. H. (1983), "Measurement and Determinants on Intra-industry International Trade" in P. K. M. Tarakan (editor), *Intra-Industry Trade: Empirical and Methodological Aspects*. Amsterdam
- Bernhofen, D. M. (2002), "Intra-industry trade in homogeneous products" Edição P.J. Lloyd e H. Lee, *Frontiers of Research in Intra-industry Trade*. Basingstoke: Palgrave, pp. 49-66
- Brander, J. A. e P. R. Krugman (1983), "A "Reciprocal Dumping" model of international trade", *Journal of International Economics*, N° 15, pp. 313-321
- Brander, J. A. (1981), "Intra-industry trade in identical commodities", *Journal of International Economics*, N° 11, pp. 1-14
- Byun, J. J. e S. Lee (2005), "Horizontal and Vertical Intra-Industry Trade: New Evidence from Korea, 1991-1999", *Global Economic Journal*, Vol.5, N°1, Artigo 3

- Caves, R. E. (1981), "Intra-industry trade and Market Structure in the industrial Countries", Oxford Economic Paper; N° 33, pp. 203-223
- Chang, W. e S. Katayama (1995), *Imperfect Competition in International Trade*, Boston e Dordecht: Kluwer Academic Publishers
- Chipman, J. S. (1992). "Intra-Industry trade, factor proportions and aggregation" Edição R.G. Reizman, *Economic Theory and international Trade: Essays in Memoriam, J Trout Rader*" Nova York: Spriger-Verlag, pp. 67-92
- Christodoulou, M. (1992), "Intra-industry trade in agrofood sectors: the case of the EEC meat market", *Applied Economics*, Vol. 24, N° 8, pp. 875-884
- Clair, C., O. Gaussens e D. Phan (1984), "Le commerce international intra-branche e ses déterminants d'après le schéma de concurrence monopolistique", *Revue économique*, Vol. 35, N° 2, pp. 347-378
- Clark, D. P. e K. Rees (2006), "Intra-industry specialization in Textiles and Apparel", *Global Economic Journal*, Vol. 6, N° 2, Artigo 1
- Comissão Europeia (2004), "Acompanhar as mutações estruturais: uma politica industrial para a Europa alargada", COM(2004) 274
- Crespo, N. e M. P. Fontoura (2004), "Intra-Industry Trade by Types: What Can We Learn from Portuguese Data?" *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 140, N° 1, pp. 52-79
- Davis, D. R. (1995), "Intra-industry trade a Heckscher-Ohlin-Ricardo approach", *Journal of International Economics*, N°. 39, pp. 201-226
- Dixit, A. K. e G. M. Grossman (1982), "Trade and protection with multistage production", *Review of Economic Studies*, N°. 43, pp. 583-594
- Dixit, A. K. e V. Norman (1980), "Theory of international trade" Edição: James Nesbet e Cambridge University Press
- Dunning, J. H. (1981), "A note on intra-industry foreign direct investment", *Banca Nazionale del Lavoro*, N° 34, pp.427-437
- Ethier, W. J. (1982), "National and international returns to scale in the modern theory of international trade", *American Economic Review*, N°. 72, pp. 389-405
- Falvey, R. E. (1981), "Commercial policy and intra-industry trade", *Journal of International Economics*, N°. 11, pp. 459-511

- Falvey, R. E. e H. Kierzkowski (1987), “Product quality, intraindustry trade and (Im)perfect competition” Edição H. Kierzkowski, Protection and Competition in International Trade, Oxford: Basil Blackwell
- Faustino, H. (1995), “O Cluster europeu de Portugal em termos de comércio intra-sectorial e intracomunitário: análise ao nível dos principais produtos para o período 1983-1992”, Estudos de Economia, Vol. XV, Nº 4, pp. 391-428
- Faustino, H. C. e N. C. Leitão (2007), “Intra-industry Trade: A Static and Dynamic Panel Data Analysis” International Advances in Economic Research, Vol. 13, Nº 3, pp. 313-333
- Finger, J. M. (1975), “Trade Overlap and Intra-industry Trade”, Economic Inquiry Vol. 13, pp. 581-589
- Fontagné, L. e M. Freudenberg (1997), “Intra-industry Trade: Methodological Issues Reconsidered”, Document de travail 97-01 Centre d’Etudes Prospectives et d’Informations Internationales (CEPPII), Paris
- Fontagné, L., M. Freudenberg e G. Gaulier (2006), “A Systematic Decomposition of World Trade into Horizontal and Vertical IIT”, Weltwirtschaftliches Archiv, Vol. 142, Nº 3, pp. 459-475
- Fukasaku, K. e F. Kimura (2002), “Globalization and intra-firm trade: Further evidence” Edição P.J. Lloyd e H. Lee, Frontiers of Research in Intra-industry Trade. Basingstoke: Palgrave, pp. 237-272
- Gonzalez, J. G. e A. Velez (1995), “Intra-industry trade between the United States and the major latin American countries: measurement and implications for free trade in Americas”, The international Trade Journal, Vol. IX, Nº 4, pp.519-537
- Greenaway, D., R. Hine e C. Milner (1994), “Country-Specific Factors and Pattern of Horizontal and Vertical Intra-Industry Trade in UK”, Weltwirtschaftliches Archiv, Vol. 130, pp. 77-100
- Greenhut, M. L., H. Ohta e J. Sailors (1985), “Reverse dumping: A form of spatial price discrimination”, Journal of Industrial Economics, Nº 34, pp. 167-182
- Greenhut, M. L. e H. Ohta (1975), Theory of Spatial Pricing and Market Areas, Duke University Press: Durham
- Grubel, H. G. e P. J. Lloyd (1971), “The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade”, Economic Record, Vol. 47, pp. 494-517.

- Grubel, H. G. e P. J. Lloyd (1975), *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, Londres: Macmillan.
- Hellvin, L. (1994), "Intra-Industry Trade in Asia", *International Economic Journal*, Vol. 8, N° 4, pp. 27-40
- Helpman, E. (1981), "International trade in the presence of product differentiation, economies of scale and monopolistic competition: A Chamberlinian-Heckscher-Ohlin approach", *Journal of international Economics*, N° 11, pp. 305-340
- Hirschberg, J. G., I. M. Sheldon e J. R. Dayton (1994). "An analysis of bilateral intra-industry trade in the food processing sector", *Applied Economics*, Vol. 26, pp. 159-167
- Kierzkowski, H. (1984), *Monopolistic Competition and International Trade*, Oxford: Clarendon Press
- Kim, T. (1992), "Intra-industry: the Korean Experience", *International Economic Journal*, Vol. 6, N° 2, pp. 95-113
- Kojima, K. (1964), "The Pattern of International Trade Among Advanced Countries", *Hitotsubashi Journal of Economics*, Vol. 5, pp.16-36
- Krugman, P. R. (1979), "Increasing returns, monopolistic competition and international trade", *Journal of International Economics*, N° 9, pp. 469-479
- Krugman, P. R. (1980), "Scale economies, product differentiation and the pattern of trade", *American Economic Review*, N° 70, pp. 950-974
- Lancaster, E. E. (1979), *Variety, Equity and Efficiency*, Oxford: Basil Blackwell
- Lancaster, E. E. (1980), "Intra-industry trade under perfect monopolistic competition", *Journal of International Economics*, N° 10, pp. 151-175
- Lee, H. e Y. Lee (1993), "Intra-industry trade in manufactures: The case of Korea", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 129, pp. 159-171
- Lee, Y. S. (1987), "Intra-industry trade in the Pacific Basin", *International Economic Journal*, Vol. 1, N° 1, pp. 75-90
- Leontief, W. (1953), "Report of research" Harvard Economic research Project, Cambridge: Harvard University.
- Lloyd, P. J. (2004), "How Intra-industry trade changed our perception of the world Economy", *The Singapore Economic Review*, Vol. 49, N°1, pp. 1-17

- Michaely, M. (1962), "Multilateral balancing in international trade", *American Economic Review*, Vol.52, N°4, pp.685-702.
- Pieri, R., D. Rama e L. Venturini (1997), "Intra-industry trade in the European dairy industry" *European Review of Agricultural Economics*, Vol 24, pp. 411-425
- Ratnayake, R. e P. Athukorala (1992), "Intra-Industry Trade: The Australian Experience", *International Economic Journal*, Vol. 6, N° 4, pp. 47-62
- Ricardo, D. (1817), *On the Principles of Political Economy and Taxation*, London: John Murray
- SATRA (2007), *World Footwear Markets 2007 Global Statistics for 2001-2007*, London: SATRA;
- Shaked, A. e J. Sutton (1983), "Natural oligopolies", *Econometrica*, N° 51, pp. 1469-1483
- Shaked, A. e J. Sutton (1984), "Natural monopolies and international trade", Edição H. Kierzkowski, *Monopolistic Competition and International Trade*, Oxford: Clarendon Press, pp. 34-50
- Smith, A. (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* London: W.Strahan.
- Somma, E. (1994), "Intra-industry trade in European Computer Industry.", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 130, pp. 784-799
- Stone, J. A. e H. Lee (1995), "Determinants of intra-industry trade: A Longitudinal, Cross-Country Analysis", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 131, pp. 67-85
- Tharakan, P. e B. Kerstens (1995), "Does North-South Horizontal Intra-industry trade really Exist? An Analysis of the Toy Industry" *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 131, pp. 86-105
- Verdoorn, P. J. (1960), "The Intra-Bloc Trade of Benelux", E.A.G. Robison (editor), *The Economic consequence of the Size of Nations*, Cap. 19, Sec V, pp. 291-312, Londres: Macmillan
- Vona, S. (1991) "On the measurement of intra-industry trade: Some further thoughts" *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 127, pp. 678-700
- WTO (1998) *World Trade Organization Annual Report 1998*, Geneva: WTO

Zhang, Z. e C. Li (2006), “Country-Specific factors and the pattern of intra-industry trade in china’s manufacturing”, Journal of International Development, Vol.18, pp. 1137-1149

Bases de dados utilizadas

- UNSD, United Nations Statistical Division (2008), Comtrade – Commodity Trade Statistics Database, Agosto de 2008, <http://comtrade.un.org/>
- FMI (2008), WEO World Economic Outlook, Abril de 2008
- SATRA (2007) World Footwear Markets 2007

7 Anexos

Anexo 1 - Esquema da nomenclatura utilizada

Esquema da HS 6 dígitos - posições 6401 a 6405							Produto			
Qual o material da Sola?	Pele, Borracha ou Plástico	Qual o material da parte superior?	Borracha ou plástico	Calçado Impermeável?	Sim	Biqueira de metal		640110		
						Não	Tamanho	Acima do joelho	640191	
Entre o tornozelo e o joelho	640192									
Outro	640199									
Outros			Couro		Não	Esqui ou surf de Neve		640212		
						Outro Desporto		640219		
						Tiras fixadas à sola por pregos ou similares		640220		
						Biqueira de metal		640230		
					Não	Tamanho	Cobrindo o tornozelo	640291		
							Abaixo do tornozelo	640299		
						Esqui ou surfe de Neve		640312		
						Outro Desporto		640319		
						Sandália		640320		
						Socas		640330		
						Biqueira de metal		640340		
			Têxtil		Não	Sola de couro?	Sim	Cobrindo o tornozelo	640351	
								Abaixo do tornozelo	640359	
							Não	Tamanho	Cobrindo o tornozelo	640391
									Abaixo do tornozelo	640399
					Outro Desporto		640411			
					Não	Sola de couro?	Não	640419		
							Sim	640420		
			Couro					640510		
			Têxtil					640520		
			Outro					640590		

Anexo 2 - Análise econométrica – Caracterização de alguns dos estudos identificados

Autor e Data	Bilateral vs. Multilateral	Nº de Países analisados	Nº de Parceiros	Nº de Variáveis Explicativas	Nº de Observações	Tipo de Estimação
Kim (1992)	Bilateral	1	33	11	1213; 1221; 2439	OLS; não linear
Ratnayake e Athukorala (1992)	Multilateral	1	-	9	n.a.	Logit
Lee e Lee (1993)	Bilateral	1	81	6	81	Logit; não linear
Christodoulou (1992)	Bilateral	9	9	11	128;141	OLS; Logit; loglinear
Greenaway, Hine & Milner (1994)	Multilateral	1	-	5	77	OLS Ponderado; Tobit Ponderado
Hirschberg, Sheldon e Dayton (1994)	Bilateral	30	30	13	n.a.	Tobit
Hellvin (1994)	Bilateral	10	10	9	2102	Logit
Somma (1994)	Bilateral	8	8	9	28	OLS
Stone e Lee (1995)	Multilateral	68	-	5	136	Logit
Tharakan e Kerstens (1995)	Bilateral	8	n.a.	7	325	Logit
Pieri, Rama e Venturini (1997)	Bilateral	10	10	11;6	195	OLS; Logit
Crespo e Fontoura (2004)	Multilateral	1	-	Vários modelos	46;92	OLS; Probit
Byun e Lee (2005)	Bilateral	1	n.a.	9	7822	Tobit em painel
Zhang e Li (2006)	Bilateral	1	10	6	324	OLS
Faustino e Leitão (2007)	Multilateral	1	-	Vários modelos	105	OLS, OLS em Painel e GMM-SYS

Anexo 3 – Estatísticas da Produção e Consumo SATRA (2007)

	Produção		Importação		Exportação		Consumo		Var. Produção		Var. Consumo	
	1985	2005	1985	2005	1985	2005	1985	2005	Val.	%	Val.	%
África do Sul	55	15	15	135	0	2	70	149	-40	-73%	79	113%
Alemanha	171	29	227	464	38	142	360	351	-142	-83%	-9	-3%
Austrália	36	8	37	87	0	1	73	82	-28	-78%	9	12%
Áustria	24	5	29	63	20	42	33	27	-19	-79%	-6	-18%
Bélgica	5	1	49	125	8	80	46	45	-4	-80%	-1	-2%
Brasil	540	762	0	10	132	217	408	555	222	41%	147	36%
Bulgária	38	9	1	11	2	10	37	10	-29	-76%	-27	-73%
Canada	44	9	59	138	3	8	100	138	-35	-80%	38	38%
Chile	12	10	0	28	0	1	12	37	-2	-17%	25	208%
China	1532	9000	0	11	200	6914	1332	2097	7468	487%	765	57%
Colômbia	70	63	0	36	1	1	69	97	-7	-10%	28	41%
Coreia do Sul	342	95	0	129	259	15	83	209	-247	-72%	126	152%
Dinamarca	7	2	18	41	4	15	21	28	-5	-71%	7	33%
Espanha	205	126	7	247	108	96	104	277	-79	-39%	173	166%
EUA	339	34	933	2252	9	44	1263	2286	-305	-90%	1023	81%
Filipinas	61	118	0	62	15	7	46	173	57	93%	127	276%
Finlândia	12	3	11	15	7	2	16	17	-9	-75%	1	6%
França	198	43	157	379	60	53	295	369	-155	-78%	74	25%
Grécia	22	5	4	40	6	2	20	43	-17	-77%	23	115%
Holanda	10	2	62	163	18	85	54	80	-8	-80%	26	48%
Hong Kong	90	1	166	866	220	741	36	126	-89	-99%	90	250%
Hungria	52	5	6	48	22	10	36	43	-47	-90%	7	19%
Índia	350	909	0	8	16	65	334	852	559	160%	518	155%
Indonésia	52	580	1	75	1	165	52	480	528	1015%	428	823%
Irlanda	3	1	14	18	2	5	15	13	-2	-67%	-2	-13%
Itália	525	250	56	332	435	249	146	333	-275	-52%	187	128%
Japão	468	95	87	556	14	1	541	650	-373	-80%	109	20%
Malásia	33	70	3	32	8	32	28	70	37	112%	42	150%
México	185	197	0	40	5	7	180	230	12	6%	50	28%
Noruega	1	0	18	17	1	0	18	16	-1	-100%	-2	-11%
Nova Zelândia	9	1	2	19	0	1	10	20	-8	-89%	10	100%
Paquistão	120	251	0	10	7	20	113	241	131	109%	128	113%
Polónia	165	32	1	101	13	15	153	118	-133	-81%	-35	-23%
Portugal	56	83	0	37	37	75	19	45	27	48%	26	137%
Reino Unido	136	7	157	424	18	34	275	397	-129	-95%	122	44%
Rússia	1004	44	163	178	3	7	1154	215	-960	-96%	-939	-81%
Síria	10	34		0		15	10	20	24	240%	10	100%
Suécia	4	1	28	35	4	6	28	29	-3	-75%	1	4%
Suíça	8	1	33	37	5	3	36	34	-7	-88%	-2	-6%
Tailândia	65	264	0	17	33	143	32	138	199	306%	106	331%
Tunísia	15	41	0	5	1	16	14	30	26	173%	16	114%