

A P I C C A P S

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO
COMPONENTES E ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS



PREVISÃO.APICCAPS

Foot Grafia

DINÂMICA DO SECTOR DO CALÇADO

4 / 2011

Composição da FootGrafia

Sector do Calçado em FLASH	3
1. Dinâmica do Negócio. Síntese trimestral APICCAPS	4
2. Procura e Condições de Oferta	8
2.1. Formação da Procura do Sector do Calçado	9
2.2. Capacidade de Oferta do Sector do Calçado	11
3. Contexto competitivo e macro nos Top mercados	13
3.1. Rivalidade nos mercados mais relevantes	14
Caso do Trimestre: Oferecer os produtos “certos”: Benchmark	20
3.2. Macroeconomia dos mercados mais relevantes	22
Confira aqui o que importa fixar	25
Flashboard A: Os números do Calçado	26
Flashboard B: Rivalidade nos mercados + relevantes	28
Flashboard C: Macroeconomia dos mercados + relevantes	30

FootGrafia 3/2011 saiu desfocada

O título da página 11 “Espanha: Calçado Francês num mar Low Cost.” veio a revelar-se enganador, uma vez que também a França perdeu terreno, após a correcção das estatísticas apresentadas no Flashboard B.

Para interpretar a FootGrafia

Trimestre de referência. Trimestre já terminado ao qual dizem respeito as opiniões ou factos sobre determinada variável. É indicado sempre no canto inferior direito da capa da FootGrafia.

Trimestre homólogo. É um trimestre com a mesma ordem do referenciado mas correspondente ao ano anterior.

Apreciação anual. Comparação de valores para determinado indicador entre 2 trimestres homólogos sucessivos.

Apreciação trimestral. Comparação de valores para determinado indicador entre 2 trimestres sucessivos. Retrata uma evolução mais recente do indicador do que a apreciação anual.

Data de fecho das séries utilizadas. Data-limite de aceitação de novos dados estatísticos para inclusão numa edição da FootGrafia. Salvo menção contrária, coincide com o fim do trimestre de referência + 45 dias.

Data de publicação da FootGrafia. Salvo menção específica, coincide com o fim do trimestre de referência + 60 dias.

Sentimentos são opiniões dos profissionais do Sector emitidas sobre aquilo que aconteceu no trimestre de referência da FootGrafia.

Expectativas são percepções subjectivas dos profissionais do Sector, formuladas imediatamente após o termo do trimestre de referência, sobre aquilo que irá acontecer no trimestre seguinte.

Varição homóloga (VH). Diferença entre valores de uma mesma série em dois trimestres homólogos sucessivos.

Saldo de respostas extremas (SRE). Diferença, em pontos percentuais (pp), entre respostas (opiniões dos profissionais) favoráveis e desfavoráveis sobre determinada variável.

Média móvel (mm). Média de valores de uma determinada variável para um número fixo (n) de trimestres (por ex. 4), incluindo o último período registado (T) e excluindo o período mais antigo (T – n).

Valores corrigidos de sazonalidade (vcs). Valores aos quais foi expurgada a parte da sua variação que se repete segundo um padrão bem identificado (por ex., as estações do ano).

Sector do Calçado em **FLASH**

Afinal, 2011 acabou por sair melhor do que esperado com aumento da exportação de calçado acima de 16%. Em 2012 haverá inversão do ciclo de crescimento mas, se for um regresso a 2010 como diz até agora a Previsão.APICCAPS, não será um drama. Nas economias que não crescem, pelo menos, o Consumo Privado está-se a ir abaixo. Os maiores riscos parecem estar na Holanda e na Espanha. Na França é obrigatório não deixar descolar a Itália e, para o Reino Unido, o calçado de couro brilha cada vez menos. Quais os produtos “certos” é, aliás, o tema do Caso do Trimestre. Já o mercado doméstico perdeu o pé e o crédito. Mas se as importações se afundam aqui, é talvez altura de insistir na pergunta: que encanto especial tem, cá, a oferta espanhola?

1. Dinâmica do Negócio

Síntese trimestral APICCAPS



• A percepção sintética dos operadores do Sector relativamente ao 4º trimestre (**Sentimento.APICCAPS**) continuou a cair para níveis que estão bem traduzidos pelo crescimento homólogo muito ténue das exportações.

• Por seu turno, a percepção de síntese sobre o futuro próximo (**Expectativa.APICCAPS**) continua a traduzir perspectivas cada vez mais desfavoráveis, embora talvez em excesso sobre a realidade.

• Os resultados do modelo de previsão quantitativa para as exportações (**Índice Previsão.APICCAPS**) parecem confirmar essas perspectivas.

• Todavia, a curta experiência deste modelo previsional (abrangendo apenas os três últimos trimestres de 2011), tem mostrado, até agora, uma tendência para previsões demasiado cautelosas.

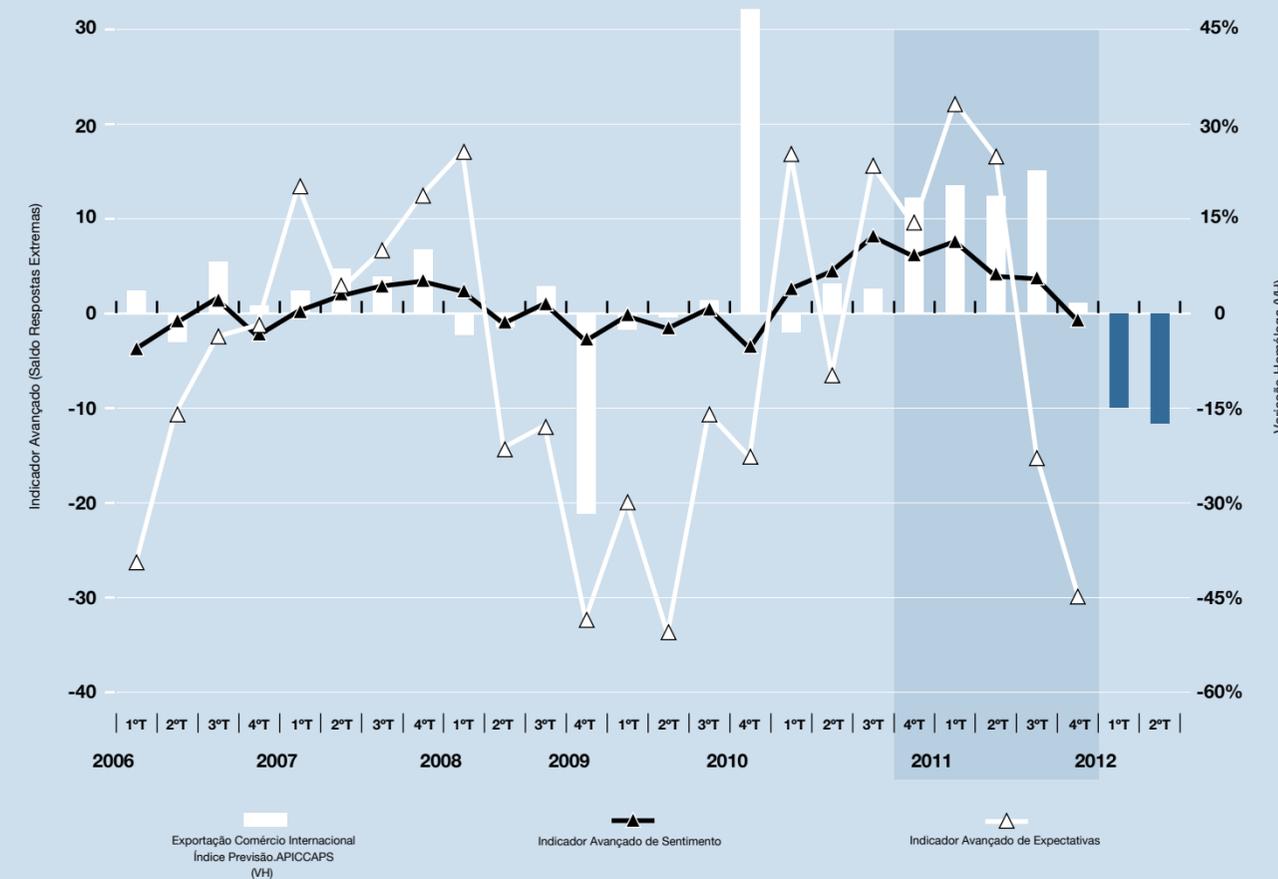
• Assim, parece seguro um decréscimo homólogo das exportações para o 1º e 2º trimestres de 2012. Mas o decréscimo real poderá ser menos pronunciado do que previsto.

• E, sobretudo, a leitura desse decréscimo deverá ter em conta que os trimestres de comparação, em 2011, tiveram níveis de exportação anormalmente elevados.

Dinâmica do Negócio Síntese trimestral APICCAPS

A P I C C A P S

G1 Síntese de percepções APICCAPS, Exportações e Índice Previsão.APICCAPS



• As expectativas dos operadores para o 4º trimestre, quer quanto ao estado do Negócio quer quanto às encomendas, vinham-se deteriorando e eram bastante pessimistas em relação ao Negócio.

• Todavia a percepção a posteriori quanto ao Negócio está melhor do que o esperado, apesar de o indicador (imperfeito) do Volume de Negócio Total evidenciar uma perda anual homóloga na ordem dos 7%.

• Já quanto às encomendas a percepção saiu mais pessimista do que a expectativa como, aliás, indiciam também as maiores dificuldades enunciadas pelo Sector (gráfico 3). Daí o ajustamento em baixa destas expectativas para 2012.

• Em relação ao Negócio, reconhecendo terem sobre-reagido no último trimestre, os industriais não se mostram, agora, tomados por maior pessimismo. De qualquer maneira a inversão do ciclo de Negócio será confirmada no 1º trimestre de 2012, até por força dos elevados níveis atingidos na maior parte de 2011.

• O 4º trimestre marca, como já se esperava, uma inversão geral das percepções dos operadores sobre as dificuldades no Negócio.

• Muito do que corre melhor (escassez de mão de obra, qualificada ou não, e acesso a mercados externos) será mero reflexo da deterioração macroeconómica (insuficiência de encomendas e importação low cost).

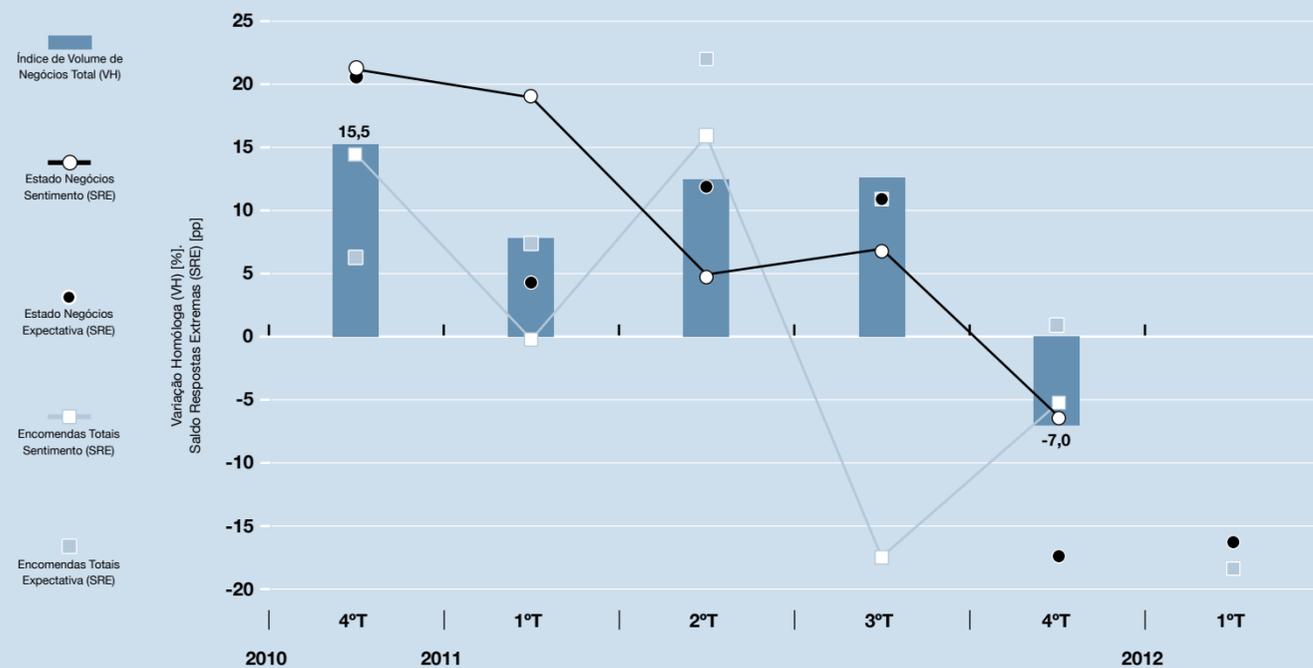
• Neste contexto, as maiores dificuldades no acesso à matéria prima são insólitas. O índice do respectivo custo não está ainda disponível para o 4º trimestre, para justificar esta percepção.

• Mas o agravamento das dificuldades no financiamento poderá também estar a dificultar o acesso à matéria prima.

• A atipicidade climática justifica a frustração maior de um negócio sazonal; e as reformas, impostas pela troika, fundamentam a melhor expectativa laboral.

• A actual volatilidade do contexto poderá estar por trás de ligeiras alterações em matéria fiscal e cambial

G2 Evolução do volume e estado de negócios e das encomendas totais



G3 Evolução das AMEAÇAS desde o trimestre anterior

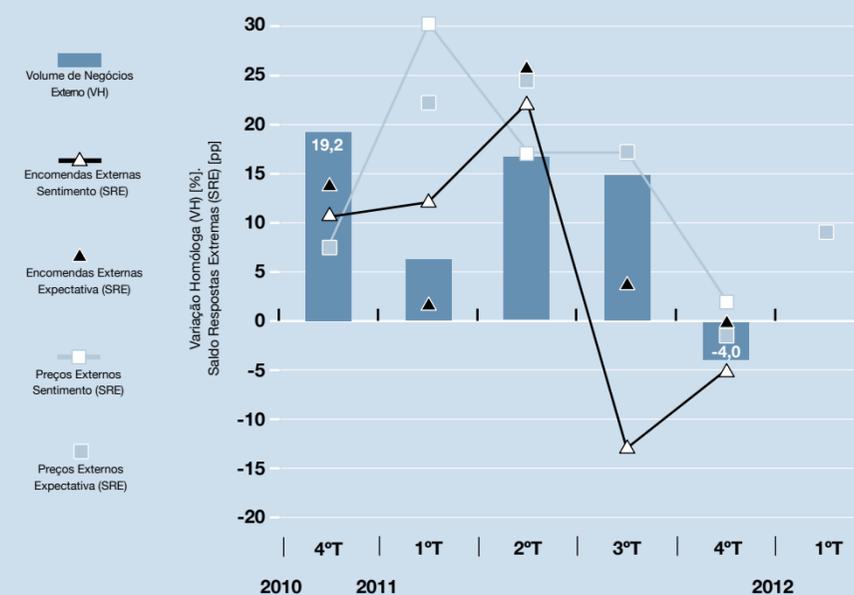
Evolução das AMEAÇAS desde o trimestre anterior	A correr pior					Δpp	A correr igual ou melhor					
	40	30	20	10	0		0	10	20	30	40	
Nenhuma dificuldade			20			-3						
Encomendas de clientes estrangeiros insuficientes	40					10						
Preço das matérias-primas	40					3						
Concorrência de importações		33				15						
Encomendas de clientes nacionais insuficientes			25			5						
Dificuldades de abastecimento de matérias-primas			23			3						
Dificuldades financeiras				13		3						
Condições climáticas					10	3						
Escassez de mão-de-obra qualificada						-8	10					
Legislação laboral						-2	7					
Legislação fiscal						-2	3					
Escassez de mão-de-obra						-7	2					
Condiçõamentos do acesso a mercados externos						-2	2					
Situação cambial						-2	0					
	% da amostra						Δpp	0	10	20	30	40

Exportação inverte em 2012

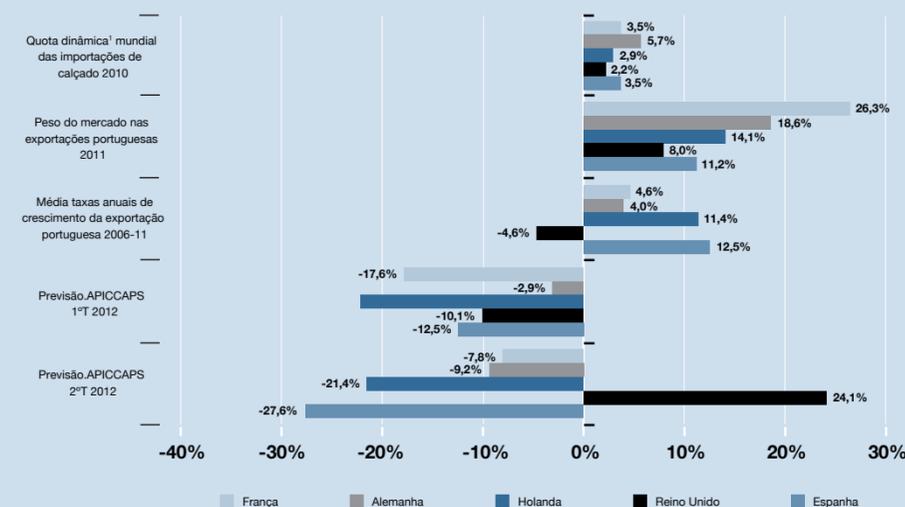
- As expectativas do Sector sobre as encomendas externas para o 4º trimestre, apesar de ajustadas em baixa, saíram ainda furadas, como acontecera no período anterior. Já quanto aos preços não houve tanto pessimismo quanto se esperava.
- Mas o decréscimo anual do Volume de Negócios externo verificou-se ao validar a correcção do ajustamento descendente das perspectivas dos operadores.
- Para o 1º trimestre de 2012 persiste uma dinâmica pessimista quanto às encomendas externas.
- Curiosamente, o mesmo não se passa com os preços, talvez no convencimento de que, aqui, a realidade será sempre melhor do que o temor. Ou seja que se repetirá o que ocorreu sempre em 2011, excepto no 2º trimestre.
- O gráfico 5 concentra-se nos TOP 5 mercados externos do calçado português, aliás, também de elevada dinâmica mundial. Os números, agora actualizados para o ano de 2011, evidenciam a perda de importância relativa, para Portugal, dos mercados francês (o mais importante) e inglês (o menos relevante). Em contrapartida assistiu-se à valorização ligeira da Alemanha e, aparentemente vigorosa, da Espanha.
- Em termos de Previsão.APICCCAPS para os 2 primeiros trimestres de 2012, tenha-se presente que a curta experiência com o modelo construído pela APICCCAPS tem evidenciado, para já, uma tendência para previsões por defeito, salvo para o Reino Unido.
- Mas, no estado actual dos nossos conhecimentos, não nos parece contestável o sentido geral da evolução próxima, embora talvez menos pronunciado do que aqui se evidencia.
- A Espanha e a Holanda - os mercados em que o desempenho exportador português mais cresceu nos últimos cinco anos - são também, aparentemente, aqueles em que os riscos para a exportação parecem maiores. Como veremos adiante (gráficos 27 e 29), a respectiva macroeconomia não estará seguramente a favor da importação de calçado.

2.1. Formação da Procura do Sector Calçado

G4 Volume de negócios e encomendas externas e preços de exportação



G5 Evolução dos Top 5 mercados externos



Procura e Condições de Oferta do Sector

APICCCAPS

Que encanto tem, cá, a oferta espanhola?

- Reconhecendo as limitações do indicador Volume de Negócios Nacional para traduzir a realidade do Sector, a quebra maciça da evolução das importações de calçado - de preço médio relativamente baixo - não pode deixar de validar uma quebra homóloga do mercado doméstico.
- O decréscimo contínuo de preços no consumidor já não parece capaz, como até aqui, de conter a depressão da procura doméstica.
- A expectativa dos operadores sobre os preços no mercado nacional continua positiva, mesmo depois de terem visto defraudadas as expectativas no 4º trimestre. Isto poderá derivar do suposto posicionamento do calçado nacional nos segmentos mais altos. Logo mais resguardado da crise e alternativo a alguma importação cara.
- No 3º trimestre apenas as importações italianas e asiáticas ganharam quota no mercado português, seguramente em extremos opostos do intervalo de valor.

• Aparentemente, os traders não conseguem competir na importação inferior. E o domínio espanhol poderá já estar a ser substituído pela oferta nacional nos segmentos mais ricos, reforçando o optimismo sobre os preços.

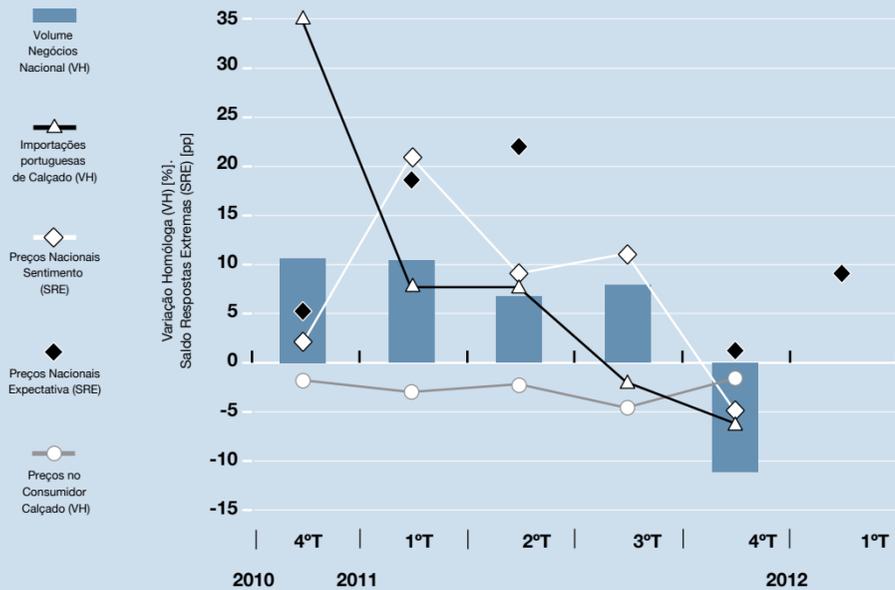
• Embora a nossa dedicação à exportação tenda a dificultar uma rápida reorientação estratégica, a quebra da importação espanhola poderá constituir uma oportunidade para a oferta nacional.

• De facto, não se vê o que tem a oferta espanhola que o calçado nacional não possa superar, para conquistar -lhe parte de uma quota exorbitante e inédita noutros mercados europeus.

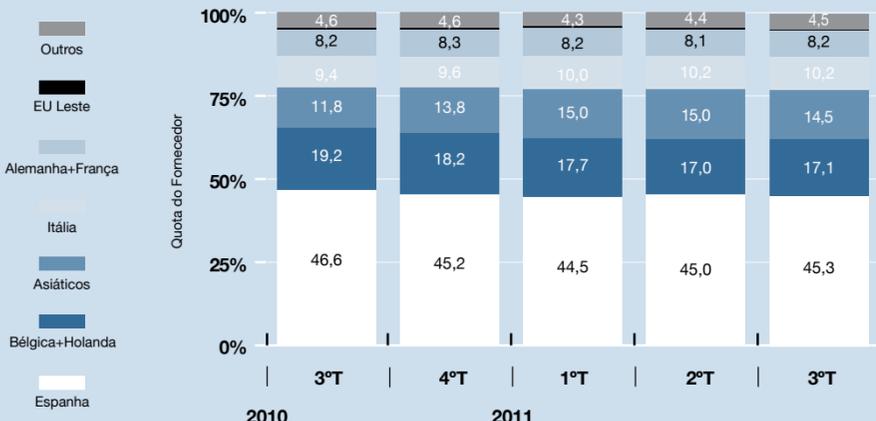
¹ Importação ponderada pelo crescimento médio do período 2005-2011.

2.1. Formação da Procura do Sector Calçado

G6 Evolução do negócio doméstico, importação e preços

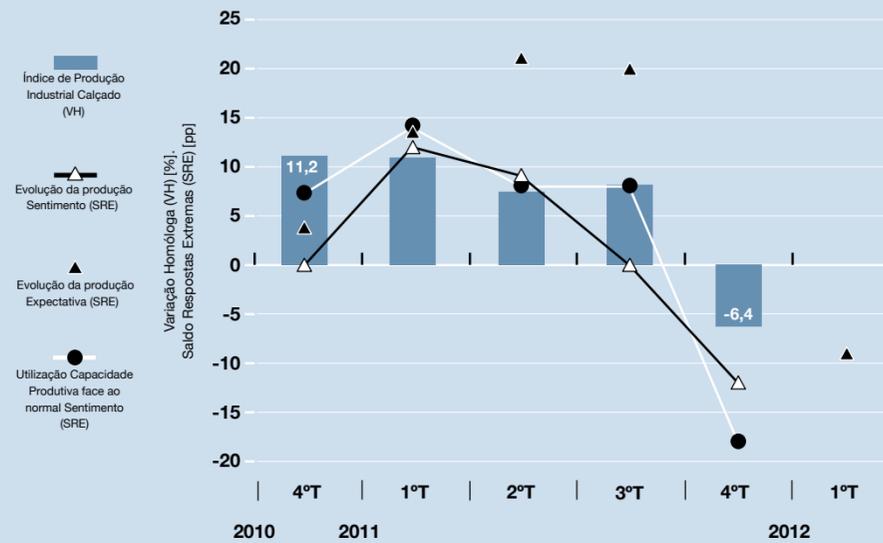


G7 Evolução da quota dos Top fornecedores de Portugal

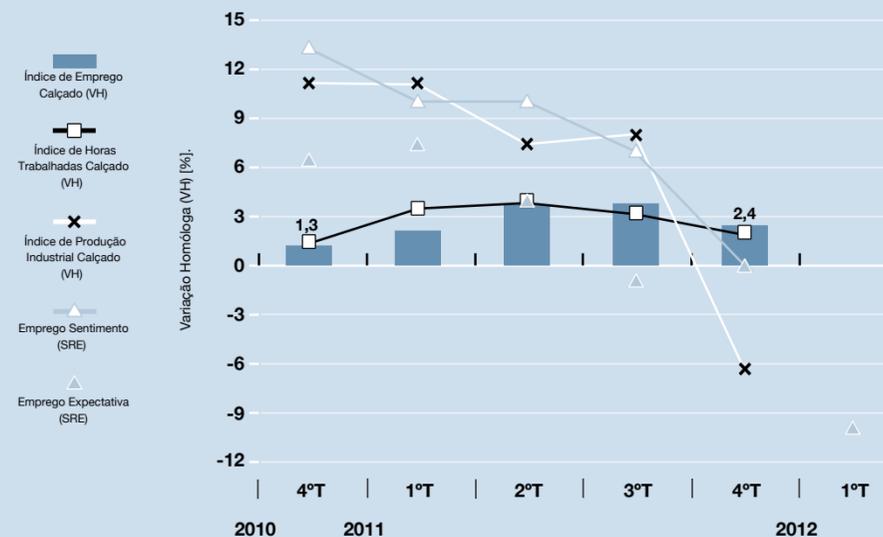


2.2. Capacidade de Oferta do Sector

G8 Evolução da produção, utilização da capacidade e percepções sobre a produção



G9 Evolução do emprego e da utilização da mão-de-obra



Produção já desce, emprego ainda não

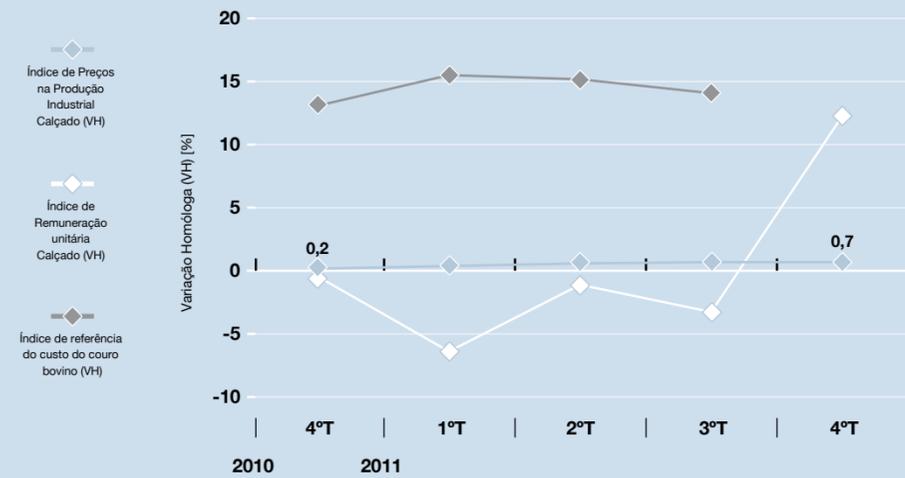
- No 4º trimestre verificou-se uma inflexão homóloga na produção, entrando em terreno negativo, o que não faz mais do que validar o pessimismo dos industriais, quer em termos de antecipação quer de percepção. As expectativas de produção para o 1º trimestre de 2012 apresentam-se ligeiramente melhores, reproduzindo a experiência do período homólogo do ano anterior.
- Com as limitações reconhecidas para o Sector do Calçado dos índices quantitativos disponíveis, tanto o índice de emprego como o de horas trabalhadas acompanham o abrandamento da actividade produtiva a partir do 2º trimestre de 2011.
- Para já, o abrandamento é mais lento do que o do IPI (sobretudo no 4º trimestre). Alguma rigidez legal (aliás, agora menos temida pelos inquiridos) e a escassez estrutural da mão-de-obra no Sector (gráfico 3) travam um ajustamento mais rápido.
- Mas a evolução das percepções e, sobretudo, das expectativas avançadas pelos operadores não deixam margem para dúvidas que o emprego acabará por reflectir os indicadores objectivos de (procura e) produção.

Crédito em racionamento

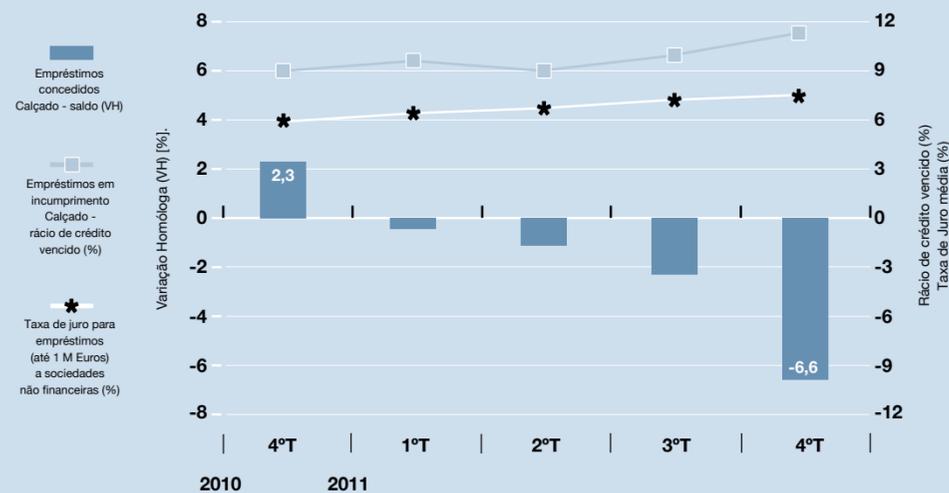
- Não é possível acompanhar, pelo lado dos custos, a evolução da margem no 4º trimestre uma vez que, à data do fecho, o índice de referência do custo do couro não estava disponível. Isto não permite confirmar o reacender das queixas dos industriais referidas no gráfico 3.
- Também o indicador trimestral da Remuneração Unitária do Calçado não incorpora ainda o mês de Dezembro, cujo valor de remunerações é tradicionalmente muito diferente dos dois primeiros meses do trimestre. Assim, a anomalia do aumento no 4º trimestre, com base em dois meses, em relação à evolução dos trimestres anteriores, deve ser encarada com reserva.
- Mas, a confirmarem-se as informações de custos disponíveis, e apesar do aumento homólogo do Índice de Preços Industriais, as margens estarão sob maior pressão.
- O alastramento das dificuldades financeiras assinalado pelos operadores do Sector (gráfico 3), quer em quantidade de crédito quer em preço do dinheiro, é confirmado no 4º trimestre pelo agravamento muito notório de todos os indicadores de crédito disponíveis.
- O agravamento da conjuntura evidenciado pelas variáveis reais não será, assim, acomodado, antes agravado pelas políticas de crédito

2.2. Capacidade de oferta do Sector

G10 Evolução dos preços na produção, remunerações e matérias primas



G11 Evolução das condições de financiamento



Contexto competitivo e macro nos TOP mercados

A P I C C A P S

Alemanha: Aguentará Portugal a quota?

- O peso da Alemanha na exportação portuguesa (18,6%), aproximou-se em 2011 da França, que perdeu cerca de 2 pontos percentuais na sua importância para o calçado exportado.
- A nível mundial confirma-se no 3º trimestre o ganho de quota dos asiáticos em detrimento do TOP trio latino-europeu. Destes, Portugal, ao contrário da ideia do trimestre anterior, parece aguentar.
- As perdas incidem sobre a Espanha e Itália. Esta última em contradição com o aparente benefício evidenciado no 2º trimestre, que não resistiu às estatísticas definitivas.
- Os ganhadores, no clube europeu, continuam a ser a intermediação Holandesa e a França

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

G12 Evolução dos fornecedores da Alemanha



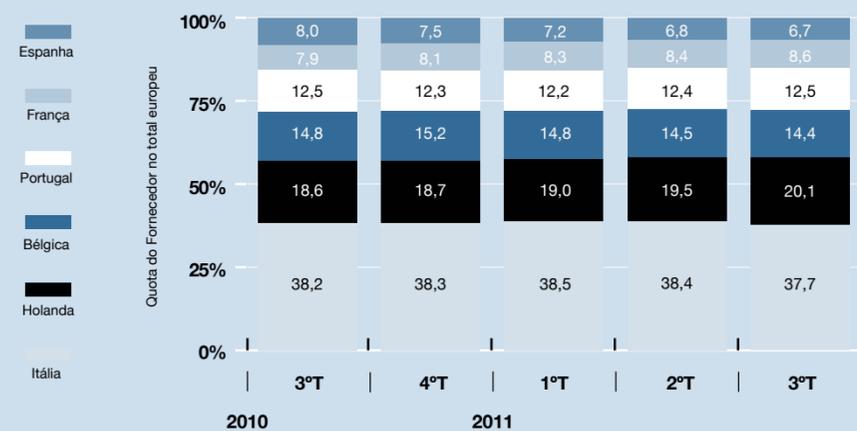
G14 Evolução dos fornecedores de França



França: Até quando dominará o calçado europeu?

- Sempre a perder para o low cost, seja intermediado pela Bélgica, seja colocado pelos asiáticos, a produção dos TOP 3 europeus parece resistir apenas com a força Italiana.
- A Espanha, mas também Portugal (quer em valor quer em volume), dão sinais de não aguentar a concorrência de todo o lado.
- Sendo a França o mais importante mercado de exportação do calçado português (26,3% em 2011, apesar da quebra), será estrategicamente vital replicar, no mínimo, a competitividade evidenciada pela Itália.

G13 Top fornecedores europeus da Alemanha



G15 Top fornecedores europeus da França

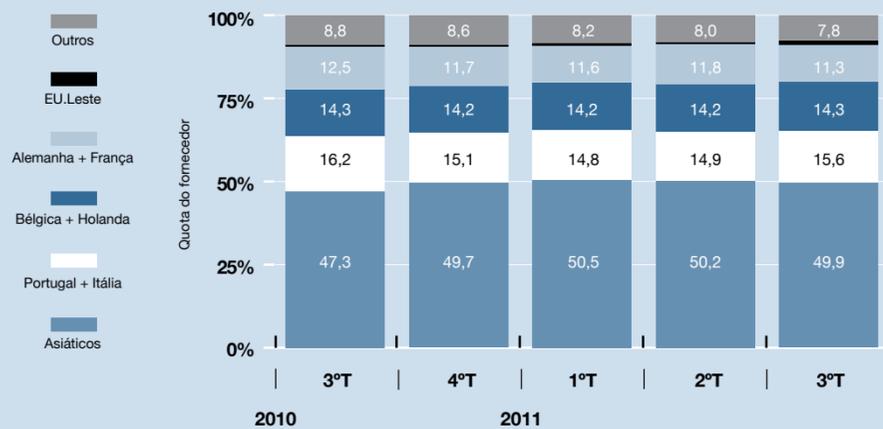


Espanha: Atenção à criatividade estatística...

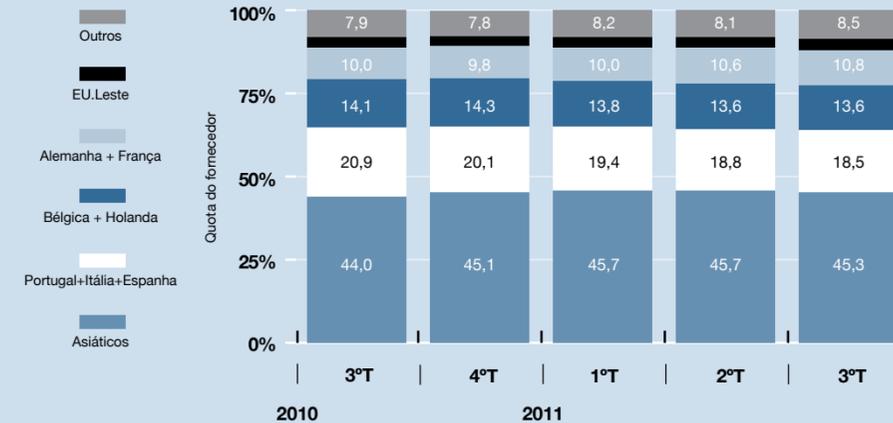
- A instabilidade da informação estatística espanhola de importação, disponibilizada pelo Eurostat, para os 2º e 3º trimestres evidencia a sua baixa confiabilidade para fins analíticos.
- Apesar das correcções, é clara a posição anormal do calçado asiático, em comparação com os demais mercados continentais europeus. Isto poderá denunciar já uma forte componente re-exportadora espanhola, porventura no calçado Têxtil (vide Caso do Trimestre, nesta edição).
- Embora mantendo a posição relativa mundial, os grandes traders europeus (Bélgica e Holanda) estão muito dinâmicos a nível da alimentação deste mercado, porventura até em trânsito para a América Latina.
- Aparentemente a Itália e Portugal serão (juntamente com os “Outros” fornecedores) o grupo mais perdedor embora, na oferta europeia, Portugal possa estar no 3º trimestre a recuperar posição relativa.
- A correcção dos indicadores de importação originária de França vêm resolver o aparente mistério do seu inexplicável ganho de quota neste mercado, apontado na anterior edição.

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

G16 Evolução dos fornecedores a Espanha



G18 Evolução dos fornecedores da Holanda



Holanda: Porque cresce, aqui, o calçado “alemão”?

- A Holanda não alterou o seu peso na exportação portuguesa em 2011 (14%). Mas o calçado asiático e a oferta alemã ganham terreno no mercado holandês, pondo aparentemente em causa a preferência que a procura evidenciava por Portugal ainda em 2010.
- A Itália e a Bélgica, apesar de manterem posição a nível da oferta europeia, estarão também a perder protagonismo no quadro mundial de fornecedores.
- Por outro lado, nem a Espanha nem a França mostram capacidade para deter ou manter quotas relevantes neste mercado.
- Possivelmente a conjugação dos factos de, aqui, a importação da Europa de Leste não subir, e de esta ter uma expressão anormalmente elevada no mercado alemão, explicará o peso crescente da oferta alemã na Holanda. A Alemanha estará, pois, a tornar-se também um reexportador-chave de calçado de origem Leste-europeia, concorrente com o calçado português num mercado único.

G17 Top fornecedores europeus da Espanha



G19 Top fornecedores europeus da Holanda

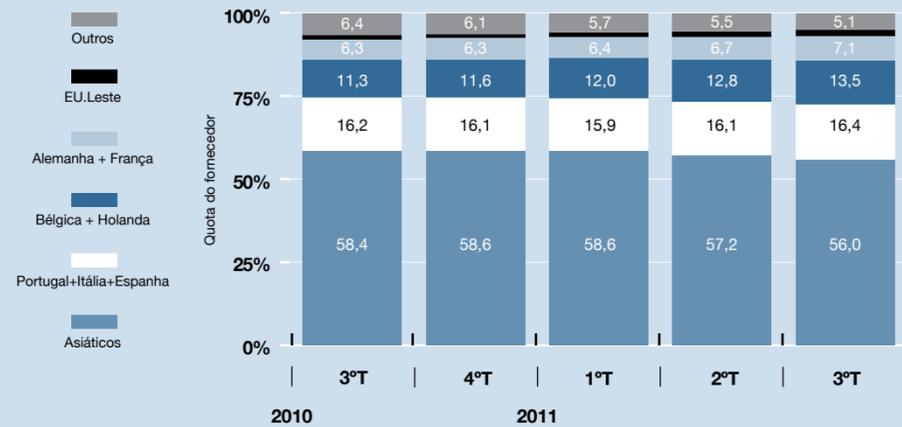


Reino Unido: Trading a apropriar-se do Low Cost

- O 3º trimestre não altera as conclusões do trimestre anterior.
- A nível mundial, o duo Holanda-Bélgica parece mostrar o trading a apropriar-se da anterior vantagem esmagadora dos Asiáticos, e a limitar oportunidades aos “Outros” fornecedores e ao Leste Europeu.
- Dos TOP 3 produtores europeus, os especialistas em couro (Itália e Portugal) também não resistem. Aliás, em 2011 o peso do mercado inglês na exportação Portuguesa voltou a regredir, cerca de 2 pontos percentuais, para 8%.
- Já a Espanha, pelo contrário, aparenta manter a sua quota, seja pelo seu menor preço, seja, talvez, devido à sua valência (também) têxtil.
- Curiosamente, entre os produtores europeus, só a França consegue abrir caminho neste mercado. Tal ficará provavelmente a dever-se, também, às suas vantagens em todo o calçado não couro (vide o Caso do Trimestre, nesta edição)

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

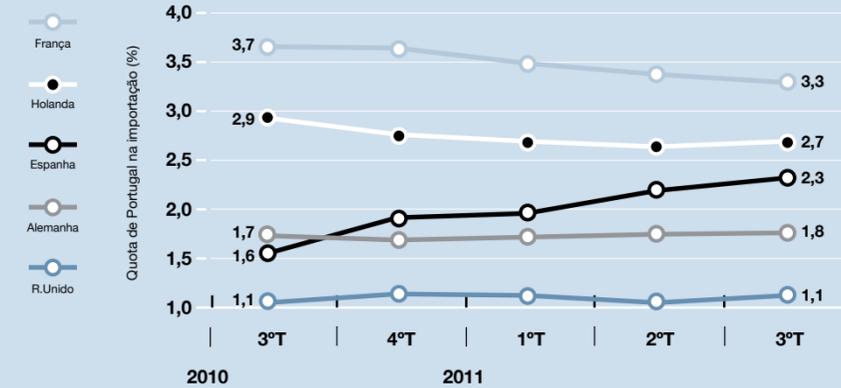
G20 Evolução dos fornecedores do Reino Unido



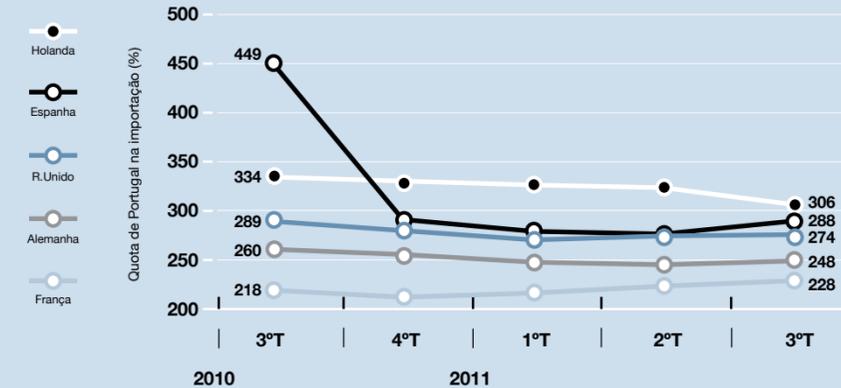
G21 Top fornecedores europeus do Reino Unido



G22 Evolução da quota em volume de Portugal nos Top 5 mercados



G23 Evolução do Índice de Preços Relativos nos Top 5 mercados



Problemas de inércia nos efeitos da política de preços

- A quota física de Portugal nos mercados do Reino Unido e da Alemanha continua a não responder favoravelmente à baixa dos preços relativos. Isto evidenciará a existência de factores estruturais que parecem impedir aqui o funcionamento expectável da política de preços. Na edição anterior avançamos alguns desses possíveis factores para estes mercados.
- Na Holanda onde, antes, à subida dos preços relativos o mercado respondera em termos de perda de quota, não bastou baixar agora aqueles preços (mais de 8%) para recuperá-la. Só o futuro dirá se é ainda um mero efeito de inércia ao aumento de preços do 2º trimestre e se acabará, ou não, por reproduzir a normal correlação inversa.
- Apesar da conformidade dos mercados francês e espanhol com as expectativas normais (relação inversa) sobre os efeitos da política de preços, é prudente aguardar também pelo futuro para testar a validade dessa relação. No caso francês, porque a observação do 3º trimestre apenas repete a edição anterior; e, para Espanha, porque ter-se-ão ainda que diluir as evidentes anomalias de preços verificadas no 3º trimestre de 2010.

Caso do Trimestre

Oferecer os produtos "certos": Benchmark com rivais.

- Não basta estar nos TOP 35 mercados 'certos', ou seja, os de maior importação dinâmica: os que mais calçado importam e onde mais cresceram estas importações no período 2005-10 (recorde o Caso do Trimestre 3/2011)¹.

- É necessário ter os produtos 'certos' com os preços 'certos' para exportar para esses destinos.

- Estará a especialização de Portugal por tipos de calçado em convergência com a estrutura de importação de calçado dos mercados 'certos'? Em que tipos estamos sobre-especializados (índice maior que 1) ou sub-especializados (índice menor que 1)?

- A fig 1 ajuda na resposta.

- Para os mercados 'certos', a especialização portuguesa² no calçado de Couro e, sobretudo, no "Outro" calçado³ excede as preferências da respectiva procura, o que, só por si, não é uma desvantagem. O mesmo acontece com a Itália no 1º caso, mas não no segundo.

- Consequente Portugal apresenta sub-especialização muito pronunciada no calçado Têxtil e, mais ainda, no calçado de Borracha/Plástico (tal como a Itália).

- Já no calçado Impermeável a resposta portuguesa (tal como a italiana) à procura dos mercados 'certos' nem sempre está desajustada. Os casos de sub-especialização concentram-se mais na América Latina, Arábia Saudita, Escandinávia e Japão.

- A sub-especialização da oferta portuguesa merece especial atenção estratégica quando, entre os TOP 5 exportadores tradicionais Europeus, há rivais suficientemente especializados no mesmo tipo de calçado.

- As fig. 2 a 4 apresentam os benchmark de rivalidade, dentro desse 'clube', para cada um dos 3 tipos de sub-especialização portuguesa.

- Foram excluídos, claro, os TOP mercados onde nenhum dos rivais relevantes consegue replicar a tipologia de procura.

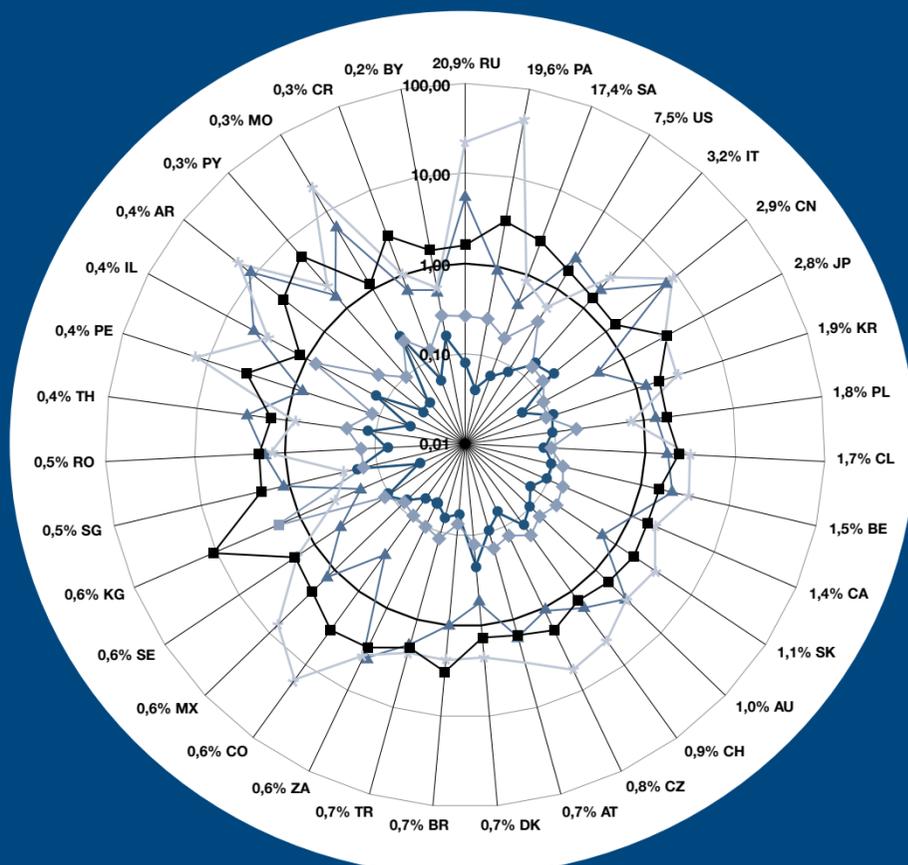
- Isso não quer dizer que não haja outros exportadores, fora do 'clube', capazes de o fazer, e contra os quais Portugal teria também de concorrer.

- A Fig. 2 mostra 21 mercados de calçado Têxtil onde a penetração de Portugal se poderá inspirar no desempenho espanhol e francês e, em alguns casos, no alemão e (menos no) italiano.

- No calçado de Borracha e Plástico (Fig.3), apenas 10 mercados exibem oportunidades. A Alemanha é o benchmark, acompanhada pela França na maioria, e pela Espanha, só pontualmente, em Macau e Dinamarca.

- Já no calçado Impermeável (Fig.4) só em 5 mercados poderemos ainda melhorar, seguindo apenas o exemplo francês.

Fig. 1: Especialização de Portugal por tipos



- AR_Argentina, BR_Brasil, CL_Chile, CZ_Rep. Checa, JP_Japão, MX_México, PY_Paraguai, SE_Suécia, TR_Turquia
- AU_Austrália, BY_Bielorrússia, CN_China, DK_Dinamarca, KG_Quirguizistão, PA_Panamá, RO_Roménia, SG_Singapura, US_Estados Unidos
- CA_Canadá, CO_Colombia, IL_Israel, KR_Coreia do Sul, PE_Peru, RU_Rússia, SK_Eslováquia, ZA_Africa do Sul
- BE_Bélgica, CH_Suiça, CR_Costa Rica, IT_Itália, MO_China_Macau, PO_Polónia, SA_Arábia Saudita, TH_Tailândia

Fig. 2: Sub-especialização comparada de Portugal em Calçado Têxtil

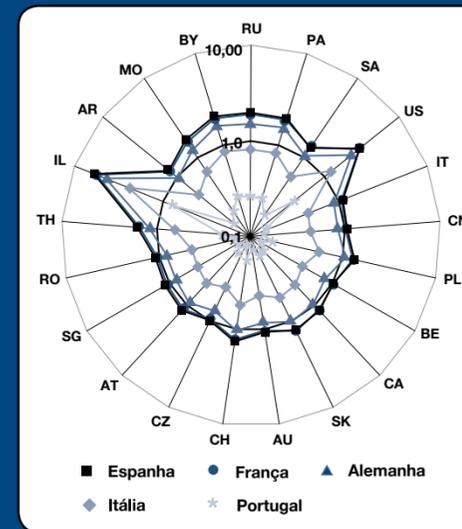


Fig. 3: Sub-especialização comparada de Portugal em Borracha e Plástico

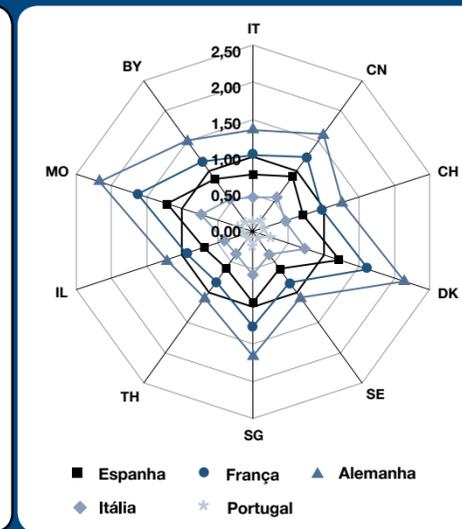
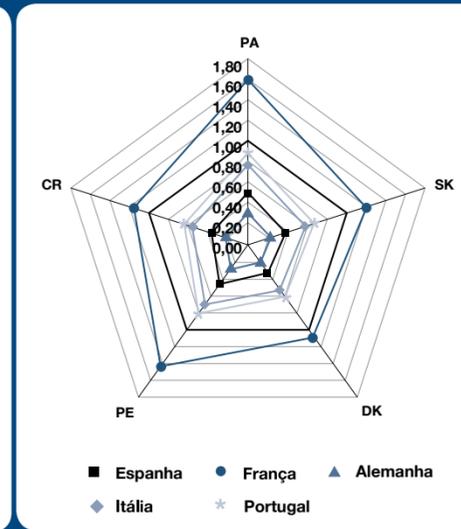


Fig. 4: Sub-especialização comparada de Portugal em Calçado Impermeável



Tab. A⁵

Países_Alvo	Quota de importação dinâmica (Calçado de qualquer tipo)			Total
	Impermeável	Têxtil	Borracha Plástico	
Panamá	19,6%			31,8%
Itália		3,2%		
China		2,9%		
Eslováquia		1,1%		
Suiça		0,9%		
Dinamarca	0,9%		0,9%	
Singapura			0,9%	
Tailândia		0,4%		
Israel		0,4%		
China_Macau		0,3%		
Bielorrússia		0,2%		
Rússia		20,9%		55,3%
Arábia Saudita		17,4%		
Estados Unidos		7,5%		
Polónia		1,8%		
Bélgica		1,5%		
Canadá		1,4%		
Austrália		1,0%		
Rep. Checa		0,8%		
Áustria		0,7%		
Suécia			0,6%	
Roménia		0,5%		
Peru	0,4%			0,6%
Argentina		0,4%		
Costa Rica	0,3%			

- A tabela A sumaria os mercados, tipos de calçado em que Portugal está sub-especializado, benchmarks, e as respectivas quotas dinâmicas de importação de calçado de todo o tipo.

- Há 11 mercados (31,8% de quota dinâmica total) aparentemente com oportunidades em 2 tipos de calçado. E mais 14 (55,3% de quota) para um único produto.

- Um mercado importador não significa ser esse o destino final do calçado. Parte significativa poderá ser re-exportada, como serão, entre outros, os casos do Panamá, Macau e Bélgica.

- Embora os rivais exportadores europeus, aqui comparados com Portugal, sejam produtores relevantes de calçado, a sua sobre-especialização pode resultar também de actividades de mero trading (por ex. a Espanha e Alemanha). Portugal deverá avaliar esta via de penetração para colmatar insuficiências insuperáveis de especialização produtiva.

- As orientações expostas terão de ser sempre estrategicamente re-avaliadas à luz de tipologias de calçado mais finas. A tipologia aqui usada para a identificação dos produtos 'certos' baseia-se numa classificação estatística de comércio internacional, demasiado agregada e insuficientemente orientada para o cliente.

¹ Além dos TOP 35 mercados seleccionados para a análise, também os mercados europeus tradicionais (Alemanha, França, Espanha, Holanda e Reino Unido) estão entre os mercados de elevada importação dinâmica.

² Portugal tem uma oferta sobre-dimensionada no calçado de couro nos países identificados mas, apesar disso, a taxa de crescimento da oferta portuguesa de calçado deste tipo tem sido inferior à taxa de crescimento das importações mundiais do mesmo.

³ A classe estatística COMTRADE 64.05 (Outro Calçado) distingue-se das restantes classes, e nomeadamente do calçado de couro (64.03) pelo material da sola, que não pode ser nem pele, nem borracha, nem plástico.

⁴ As percentagens que precedem o identificador de país são as quotas dinâmicas de importação, ordenadas decrescentemente no sentido do movimento dos ponteiros do relógio.

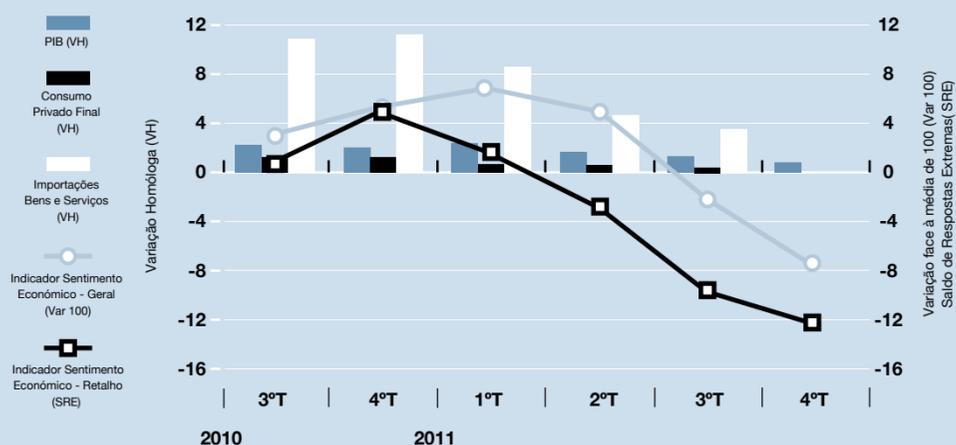
⁵ Os mercados de elevada importação dinâmica, a sombreado mais escuro, são os que evidenciaram, entre 2005 e 2010, uma média de taxas de crescimento superior a 10%. Foram descartados alguns países em virtude de nenhum dos rivais seleccionados evidenciar sobre-especialização nos 3 tipos de produto em que Portugal está sub-especializado.

Só a Alemanha puxa pela Europa

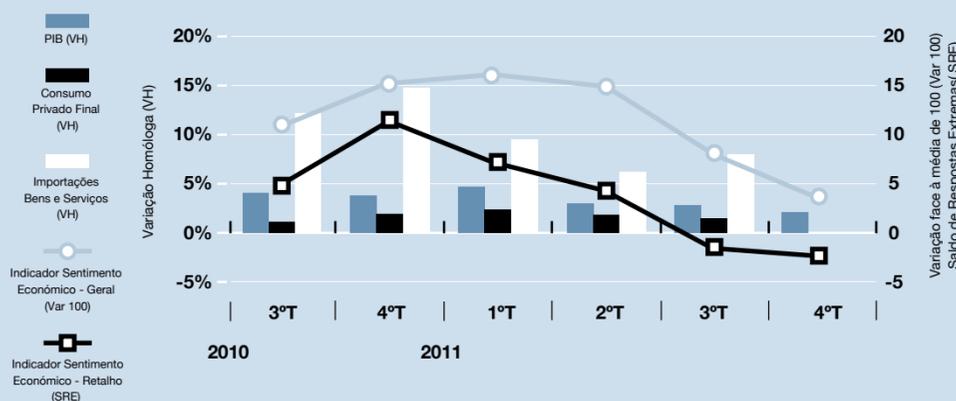
- Os indicadores de sentimento da União Europeia para o 4º trimestre continuam negativos e em agravamento. Como o crescimento de todas as variáveis reais, embora positivo, vem também a desacelerar, é plausível que o mesmo continue a ocorrer no 4º trimestre.
- Em particular, o Consumo Privado comunitário corre o risco de já estar a diminuir no último trimestre em virtude das urgentes políticas de consolidação fiscal aplicadas nas maiores economias da União.
- A importação de bens de consumo será naturalmente a próxima vítima, o que tenderá a afectar o calçado português que aqui coloca 93% das suas exportações.
- A Alemanha - maior economia da União - continuou a crescer no 4º trimestre, embora a taxa menos exuberante, confirmando o sentimento económico geral que vinha a manter-se acima da tendência de longo prazo. O Consumo Privado vem também a desacelerar mas, apesar de um ligeiro agravamento do pessimismo retalhista, não se espera uma dinâmica negativa no período de transição do ano.
- A evidência tem mostrado aqui uma correlação inversa¹, algo inesperada, entre a macroeconomia e a exportação portuguesa de calçado. Com um crescimento negativo do Produto alemão no 4º trimestre (-0,2%) é possível que Portugal consiga manter a sua quota neste mercado.

3.2. Macro-motores nas Economias relevantes

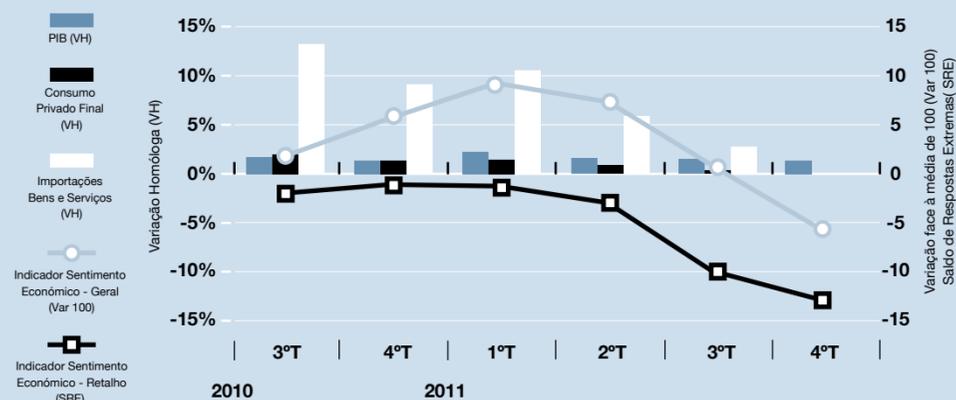
G24 União Europeia dos 27: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



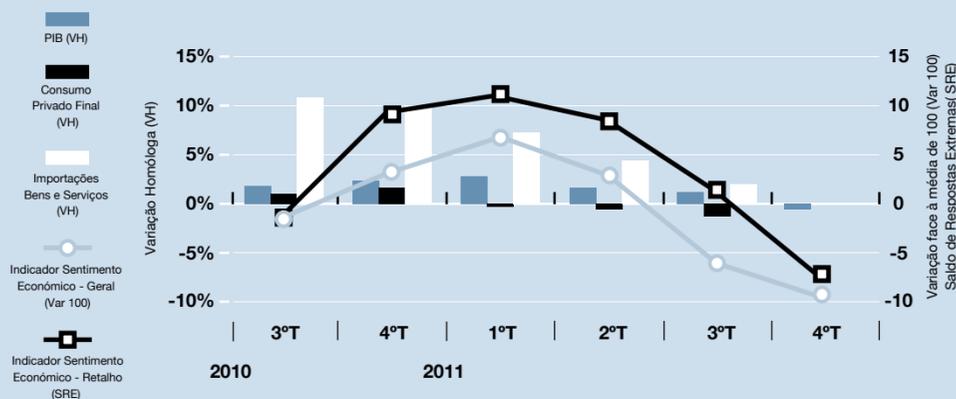
G25 Alemanha: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



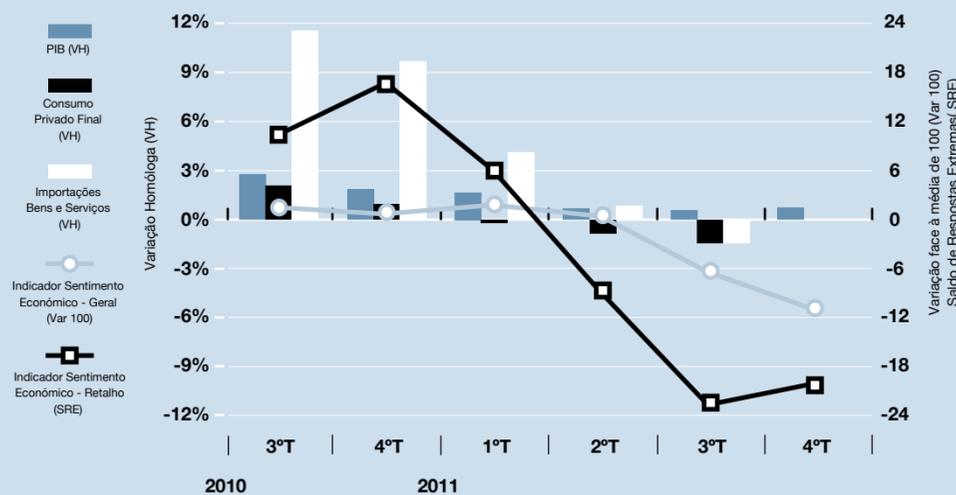
G26 França: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



G27 Holanda: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



G28 Reino Unido: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



França e Reino Unido ainda periclitantes

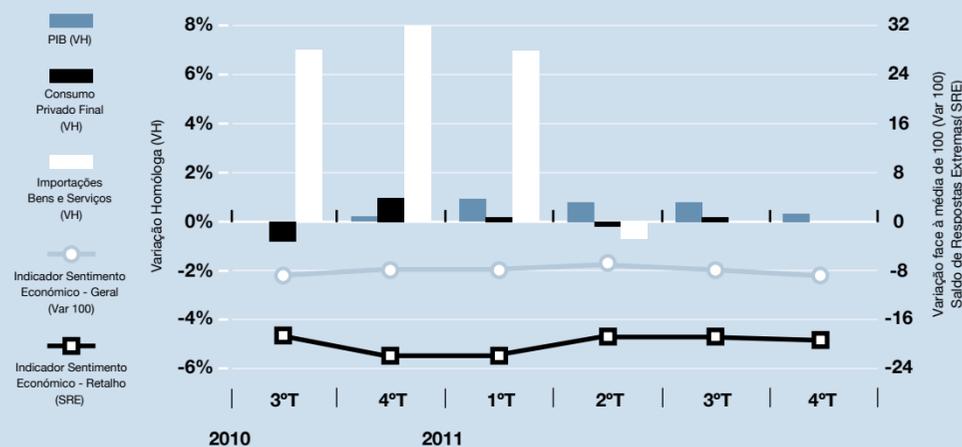
- A partir do 1º trimestre todos os macro-indicadores franceses se mostram descendentes e, agora, no 4º trimestre, o indicador avançado de sentimento económico geral entrou mesmo em terreno pessimista. Todavia a variação do Produto, quer homóloga, quer periódica (+0,2%), manteve-se positiva, e assim se poderá manter em 2012 até às eleições presidenciais. Mas o Consumo poderá já estar negativo, como reflecte o grave pessimismo retalhista.
- Como a própria França não se pode eximir às consequências, no Consumo, da contenção do seu endividamento público, continuará provavelmente a fechar-se mais esta janela de oportunidade europeia, de que a exportação portuguesa de calçado está excessivamente dependente.
- O Consumo Privado do Reino Unido - a maior economia comunitária fora da Área Euro - já está em terreno crescentemente negativo desde o 1º trimestre de 2011, mesmo antes do sentimento do retalho o indiciar. E no 3º trimestre a evolução das importações também foi negativa.
- Apesar da ligeira inflexão do pessimismo retalhista e de o PIB crescer no 4º trimestre¹, não há grandes expectativas de recuperação nem do Consumo nem da Importação no futuro mais próximo do Reino Unido. Também na Holanda todos estes macro-indicadores caem desde o 1º trimestre, com a particularidade de, aqui, o Consumo Privado estar a decrescer aceleradamente.
- O sentimento económico geral holandês está bastante negativo no 4º trimestre, agora também acompanhado pelo pessimismo no retalho. Não admira que o Produto tenha já decrescido e o mesmo se espera continue a acontecer com o Consumo Privado.
- As políticas fiscais contraccionistas e a grande abertura comercial a da Holanda a uma União economicamente fragilizada tenderão a pôr esta economia, no mínimo, em estagnação.

De Espanha não nos vem bom vento

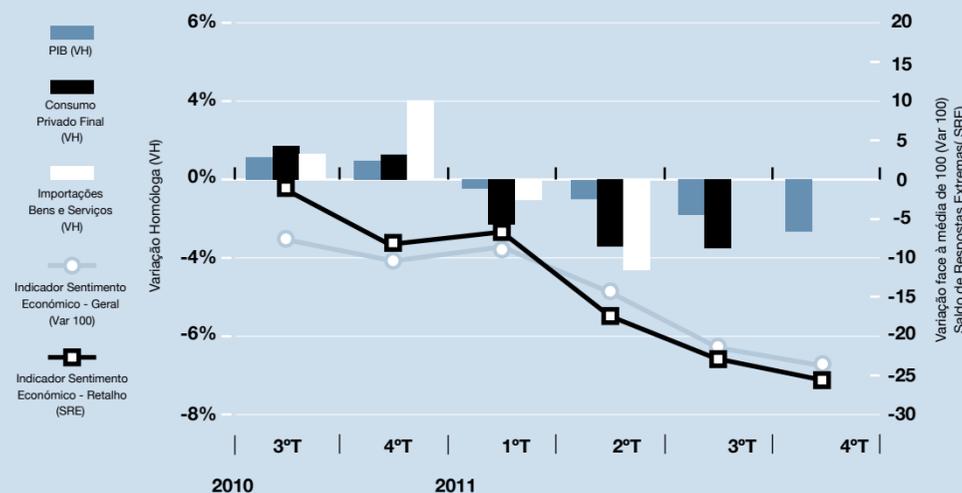
- Em Espanha a brusca travagem na dinâmica da Importação a partir do 2º trimestre, muito mais pronunciada do que a quebra do PIB, e a estagnação do Consumo Privado, são consistentes com as dificuldades que o calçado português tem ali sofrido. Todavia, a volatilidade estatística a nível de Importação dá pouca segurança a esta relação entre a macroeconomia e o comércio ibérico.
- Em todo o caso, a estagnação da economia espanhola parece confirmada e os indicadores de sentimento no 4º trimestre continuam a não perspectivar quaisquer indícios de recuperação. Maior consolidação fiscal, já anunciada pelo novo governo, deverá criar no primeiro semestre de 2012 uma clara tendência recessiva.
- Para Portugal, tal como já anteriormente antecipavam os indicadores de sentimento, a partir do 1º trimestre de 2011 todos os macro-indicadores apresentados entraram tendência imparavelmente negativa.
- O enfraquecimento económico generalizado previsto para a União Europeia e, em particular, para os TOP mercados do calçado português, torna mais provável o agravamento da nossa macroeconomia. Não é possível antecipar quando a situação poderá estabilizar, mas não será seguramente na primeira metade de 2012

3.2. Macro-motores nas Economias relevantes

G29 Espanha: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



G30 Portugal: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



Confira aqui o que importa fixar

3º trimestre 2011

	Anexo / Gráfico	
1	Afinal, 2011 melhor do que esperado: +16.3% na exportação	A-G1
2	1º semestre 2012 traz inversão do ciclo: voltar a 2010 não seria um drama	A-G1
3	Maiores riscos esperados em Espanha e na Holanda	B-G5
4	Quebra maciça das importações de calçado em Portugal	A-G6
5	Oportunidade para substituir em Portugal o excesso de oferta espanhola	B-G7
6	Pouca probabilidade de o crédito mitigar a crise	A-G11
7	Na França, Portugal não pode largar a cauda da Itália	B-G5/G15
8	Na Holanda, atenção ao "inimigo alemão"	B-G5/G19
9	O Reino Unido já não quer mais calçado de couro?	B-G20/G21
10	Economia que não produz, (finalmente) não consome	C-G29/G30

Flashboard A

Os números do Calçado

1	Dinâmica do Negócio do Calçado	Métrica	2010		2011			2012		Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
			3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT		
1	Indicador Avançado de Sentimento APICCAPS	nº índice	8,1	6,0	7,5	3,8	3,5	-0,9			
2	Indicador Avançado de Expectativa APICCAPS	nº índice	15,4	9,1	22,2	16,5	-13,1	-29,8			
3	Exportação Comércio Internacional Índice Previsão.APICCAPS	VH %	3,8	18,4	20,3	18,5	22,5	1,4	-14,9	-17,5	▼
4	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado [EU-27]	VH %	17,1	24,5	13,6	17,5	13,5				
5	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado	VH %	2,4	15,5	7,7	12,3	12,4	-7,0			▼
6	Estado Negócios Sentimento	sre pp	37,2	21,2	19,0	5,0	7,0	-6,0			▼
7	Estado Negócios Expectativa	sre pp	0,0	20,5	4,4	12,0	11,0	-17,0	-16,0		▲
8	Encomendas Totais Sentimento	sre pp	16,7	14,5	0,0	16,0	-17,0	-5,0			▼
9	Encomendas Totais Expectativa	sre pp	-4,9	6,4	7,5	22,0	11,0	1,0	-18,0		▼
10	Percepção: nenhuma ameaça	%					23	20			▼
11	Percepção: preço das matérias primas	%					37	40			▲
12	Percepção: insuficiência encomendas estrangeiras	%					30	40			▲
13	Percepção: insuficiência encomendas nacionais	%					20	25			▲
14	Percepção: concorrência de importações	%					18	33			▲
15	Percepção: dificuldade de abastecimento das matérias primas	%					20	23			▲
16	Percepção: escassez de mão de obra qualificada	%					18	10			▼
17	Percepção: dificuldades financeiras	%					10	13			▲
18	Percepção: legislação laboral	%					8	7			▬
19	Percepção: escassez de mão de obra	%					8	2			▼
20	Percepção: condições climatéricas	%					7	10			▲
21	Percepção: condicionamento no acesso ao mercados externos	%					3	2			▬
22	Percepção: situação cambial	%					2	0			▼
23	Percepção: legislação fiscal	%					5	3			▼
24	Percepção: outras	%					7	3			▼
2.1 Formação da Procura Sectorial											
25	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	26,9	31,8	12,8	22,1	14,2				
26	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - Portugal	VH %	2,9	19,2	6,2	16,5	14,6	-4,0			▼
27	Encomendas Externas Sentimento	sre pp	11,5	10,4	12,0	22,0	-13,0	-5,0			▼
28	Encomendas Externas Expectativa	sre pp	-1,2	14,1	1,6	26,0	4,0	0,0	-19,0		▼
29	Preços Externos Sentimento	sre pp	9,0	7,7	30,0	17,0	17,0	2,0			▼
30	Preços Externos Expectativa	sre pp	3,7	7,7	22,2	25,0	15,0	-2,0	9,0		▲
31	Volume Negócios no mercado EU-27 do Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	10,1	18,4	13,4	13,5	12,2				
32	Volume Negócios Nacional incl. Calçado - Portugal	VH %	1,3	10,5	10,4	6,7	8,0	-11,2			▼
33	Importações portuguesas de Calçado	VH %	7,9	34,7	7,5	7,6	-2,0	-6,2			▼
34	Preços no Consumidor Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	0,1	0,6	-0,9	1,1	3,5	1,3			
35	Preços no Consumidor Calçado - Portugal	VH %	-1,5	-1,9	-3,1	-2,3	-4,6	-1,6			▲
36	Preços Nacionais Sentimento	sre pp	3,8	2,0	21,0	9,0	11,0	-5,0			▼
37	Preços Nacionais Expectativa	sre pp	7,4	5,1	18,5	22,0	11,0	1,0	9,0		▲

2.2	Capacidade de oferta do Sector do Calçado	Métrica	2010		2011			2012		Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
			3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT		
38	Índice de Produção Industrial incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	5,3	3,6	6,1	8,2	2,3				
39	Índice de Produção Industrial incl. Calçado - Portugal	VH %	-5,6	11,2	11,0	7,4	8,0	-6,4			▼
40	Evolução da produção Sentimento	sre pp	15,4	0,0	12,0	9,0	0,0	-12,0			▼
41	Evolução da produção Expectativa	sre pp	-1,2	3,8	13,6	21,0	20,0	-12,0	-9,0		▲
42	Utilização Capacidade Produtiva Sentimento	sre pp	10,3	7,2	14,0	8,0	8,0	-18,0			▼
43	Índice de Emprego incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	-2,6	-0,5	2,3	3,5	5,3				
44	Índice de Emprego incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	-0,2	1,3	2,2	3,7	3,8	2,4			▼
45	Emprego Sentimento	sre pp	9,0	13,2	10,0	10,0	7,0	0,0			▼
46	Emprego Expectativa	sre pp	-2,5	6,4	7,4	4,0	-1,0	0,0	-10,0		▼
47	Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	-0,2	3,2	3,4	4,1	3,4				
48	Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	-1,9	1,4	3,4	3,8	3,1	1,8			▼
49	Índice de Preços na Produção Industrial incl. Calçado	VH %	0,4	0,2	0,3	0,5	0,7	0,7			▬
50	Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	-2,0	0,7	0,7	-1,2	-23,6				
51	Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	14,9	-0,5	-6,4	-1,1	3,3	12,3			▲
52	Índice de referência do custo do couro bovino ²	VH %	7,5	13,1	15,5	15,1	14,0				
53	Empréstimos concedidos Calçado - saldos	VH %	3,0	2,3	-0,5	-1,1	-2,3	-6,6			▼
54	Empréstimos em incumprimento Calçado - rácio de crédito vencido	%	9,5	9,0	9,5	9,0	9,8	11,3			▲
55	Taxa de juro para empréstimos (até 1 M Euros) a sociedades não financeiras	%	5,5	5,9	6,3	6,7	7,2	7,5			▲

¹A variação do 4º trimestre de 2011 face ao trimestre homólogo apenas compara os meses de Outubro e Novembro, um vez que não existem dados disponíveis para Dezembro.

²PPI Commodity Price Index (EUA).

Flashboard B

Rivalidade nos Mercados mais relevantes

3.1 Rivalidade nos mercados mais relevantes	Métrica	2010		2011		2012		Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
		3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT		
PORTUGAL									
1	Valor das importações	10^6 €	136	91	133	81	133		
Quota nas importações em € ⁴									
2	Itália	% mm4	9,4	9,6	10,0	10,2	10,2		
3	Espanha	% mm4	46,6	45,2	44,5	45,0	45,3		
4	Alemanha	% mm4	2,4	2,6	2,7	2,6	2,6		
5	França	% mm4	5,8	5,7	5,6	5,5	5,6		
6	Holanda	% mm4	7,3	6,5	6,2	6,1	6,3		
7	Bélgica	% mm4	11,8	11,7	11,4	10,9	10,8		
8	EU.Leste ²	% mm4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2		
9	Asiáticos ³	% mm4	11,8	13,8	15,0	15,0	14,5		
10	Outros	% mm4	4,6	4,6	4,3	4,4	4,5		
FRANÇA									
11	Quota dinâmica ¹ mundial das importações de calçado 2010	%		3,5					
12	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%					4,6		
13	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	-1,4	13,7	10,9	6,1	12,4	-7,7	-11,6
14	Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011	%					26,3		
15	Varição do Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011/10	pp					-2,3		
16	Índice de Preços Relativos de Portugal	índice mm4	218	212	215	223	228		
17	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	3,7	3,6	3,5	3,4	3,3		
Quota nas importações em € ⁴									
18	Portugal	% mm4	7,9	7,7	7,4	7,4	7,5		
19	Itália	% mm4	21,3	21,3	20,8	20,9	21,0		
20	Espanha	% mm4	8,2	8,0	7,7	7,6	7,4		
21	Alemanha	% mm4	4,8	4,7	4,7	4,7	4,7		
22	Holanda	% mm4	7,3	7,3	7,3	7,3	7,2		
23	Bélgica	% mm4	12,4	12,1	12,6	12,7	13,0		
24	EU.Leste ²	% mm4	2,6	2,7	2,6	2,5	2,4		
25	Asiáticos ³	% mm4	25,3	26,1	26,7	26,6	26,4		
26	Outros	% mm4	10,1	10,1	10,1	10,2	10,4		
ALEMANHA									
27	Quota dinâmica ¹ mundial das importações de calçado 2010	%		5,7					
28	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%					4,0		
29	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	2,6	22,8	20,3	18,9	30,6	14,1	-2,9
30	Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011	%					18,6		
31	Varição do Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011/10	pp					0,7		
32	Índice de Preços Relativos de Portugal	índice mm4	260	254	247	245	248		
33	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	1,7	1,7	1,7	1,7	1,8		
Quota nas importações em € ⁴									
34	Portugal	% mm4	4,5	4,3	4,2	4,3	4,4		
35	Itália	% mm4	13,5	13,3	13,3	13,1	13,1		
36	Espanha	% mm4	2,9	2,6	2,5	2,3	2,3		
37	França	% mm4	2,8	2,8	2,9	2,9	3,0		
38	Holanda	% mm4	6,6	6,5	6,6	6,7	7,0		
39	Bélgica	% mm4	5,2	5,3	5,1	5,0	5,0		
40	EU.Leste ²	% mm4	10,3	10,2	9,9	10,3	10,4		
41	Asiáticos ³	% mm4	38,3	39,1	39,9	40,0	39,6		
42	Outros	% mm4	15,8	16,0	15,6	15,5	15,3		

¹Quota calculada a partir do produto da importação global do mercado pela média da sua taxa de crescimento no período.

²Engloba a República Checa, Eslováquia, Roménia, Polónia, Hungria e Eslovénia.

³Engloba a China & Hong Kong, Vietname, Índia, Indonésia, Camboja, Tailândia, Bangladesh, Taiwan, Paquistão, Malásia, entre outros.

⁴Não considera a produção própria do país no cálculo da quota.

3.1 Rivalidade nos mercados mais relevantes	Métrica	2010		2011		2012		Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
		3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT		
ESPAÑA									
43	Quota dinâmica ¹ mundial das importações de calçado 2010	%		3,5					
44	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%					12,5		
45	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	14,1	22,6	28,1	59,5	32,9	17,6	-12,5
46	Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011	%					11,2		
47	Varição do Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011/10	pp					1,4		
48	Índice de Preços Relativos de Portugal	índice mm4	449	289	278	276	288		
49	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	1,6	1,9	2,0	2,2	2,3		
Quota nas importações em € ⁴									
50	Portugal	% mm4	6,2	5,4	5,4	6,0	6,6		
51	Itália	% mm4	10,0	9,8	9,4	9,0	9,0		
52	Alemanha	% mm4	2,0	2,0	2,1	2,0	2,0		
53	França	% mm4	10,6	9,7	9,5	9,8	9,2		
54	Holanda	% mm4	5,1	4,7	4,8	4,9	5,0		
55	Bélgica	% mm4	9,2	9,4	9,4	9,3	9,4		
56	EU.Leste ²	% mm4	0,8	0,7	0,7	0,9	1,1		
57	Asiáticos ³	% mm4	47,3	49,7	50,5	50,2	49,9		
58	Outros	% mm4	8,8	8,6	8,2	8,0	7,8		
HOLANDA									
59	Quota dinâmica ¹ mundial das importações de calçado 2010	%		2,9					
60	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%					11,4		
61	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	2,8	12,0	22,7	21,9	18,4	7,6	-34,5
62	Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011	%					14,1		
63	Varição do Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011/10	pp					0,2		
64	Índice de Preços Relativos de Portugal	índice mm4	334	329	326	323	306		
65	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	2,9	2,7	2,7	2,6	2,7		
Quota nas importações em € ⁴									
66	Portugal	% mm4	9,7	9,0	8,7	8,5	8,2		
67	Itália	% mm4	9,3	9,2	9,2	8,9	8,9		
68	Espanha	% mm4	2,0	1,9	1,6	1,5	1,4		
69	Alemanha	% mm4	8,4	8,6	8,7	9,3	9,5		
70	França	% mm4	1,6	1,3	1,3	1,3	1,3		
71	Bélgica	% mm4	14,1	14,3	13,8	13,6	13,6		
72	EU.Leste ²	% mm4	3,1	2,9	2,9	3,1	3,3		
73	Asiáticos ³	% mm4	44,0	45,1	45,7	45,7	45,3		
74	Outros	% mm4	7,9	7,8	8,2	8,1	8,5		
REINO UNIDO									
75	Quota dinâmica ¹ mundial das importações de calçado 2010	%		2,2					
76	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%					-4,6		
77	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	9,6	22,0	8,4	-16,4	19,8	-34,2	-25,4
78	Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011	%					8,0		
79	Varição do Peso do mercado nas exportações portuguesas 2011/10	pp					-2,1		
80	Índice de Preços Relativos de Portugal	índice mm4	289	279	270	273	274		
81	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1		
Quota nas importações em € ⁴									
82	Portugal	% mm4	3,0	3,2	3,0	2,9	3,0		
83	Itália	% mm4	10,0	9,8	9,7	9,9	10,0		
84	Espanha	% mm4	3,2	3,1	3,2	3,3	3,4		
85	Alemanha	% mm4	3,9	3,9	3,8	4,0	4,2		
86	França	% mm4	2,4	2,4	2,5	2,7	2,9		
87	Holanda	% mm4	5,6	5,7	6,0	6,3	6,8		
88	Bélgica	% mm4	5,6	5,9	6,0	6,5	6,6		
89	EU.Leste ²	% mm4	1,4	1,4	1,5	1,7	1,9		
90	Asiáticos ³	% mm4	58,4	58,6	58,6	57,2	56,0		
91	Outros	% mm4	6,4	6,1	5,7	5,5	5,1		

Flashboard C

Macro-motores nas Economias relevantes

3.2	Macro-motores nas Economias relevantes	Métrica	2010		2011				Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
			3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT		
UNIÃO EUROPEIA 27										
1	PIB	VH cvs %	2,3	2,0	2,4	1,7	1,3	0,9	▼	▼
2	Consumo	VH cvs %	1,2	1,1	0,6	0,4	0,3		▼	▬
3	Importação	VH cvs %	10,9	11,3	8,6	4,7	3,5		▼	▼
4	Sentimento económico global	índ-100cvs	3,0	5,3	6,9	5,0	-2,1	-7,4	▼	▼
5	Sentimento economico Comércio a retalho	sre pp cvs	0,7	4,9	1,7	-2,8	-9,7	-12,2	▼	▼
ALEMANHA										
6	PIB	VH cvs %	4,0	3,8	4,6	2,9	2,7	2,0	▼	▼
7	Consumo	VH cvs %	0,9	1,8	2,1	1,6	1,2		▲	▼
8	Importação	VH cvs %	12,2	14,7	9,5	6,2	8,0		▼	▲
9	Sentimento económico global	índ-100cvs	10,7	15,2	16,1	14,9	8,2	3,7	▼	▼
10	Sentimento economico Comércio a retalho	sre pp cvs	4,7	11,1	7,1	4,4	-1,4	-2,3	▼	▼
FRANÇA										
11	PIB	VH cvs %	1,7	1,3	2,2	1,6	1,5	1,4	▬	▬
12	Consumo	VH cvs %	1,8	1,2	1,3	0,7	0,1		▼	▼
13	Importação	VH cvs %	13,2	9,0	10,6	5,9	2,7		▼	▼
14	Sentimento económico global	índ-100cvs	1,7	5,7	9,3	7,4	0,5	-5,5	▼	▼
15	Sentimento economico Comércio a retalho	sre pp cvs	-1,9	-1,0	-1,3	-2,8	-9,8	-12,7	▼	▼
HOLANDA										
16	PIB	VH cvs %	1,8	2,3	2,8	1,6	1,1	-0,7	▼	▼
17	Consumo	VH cvs %	0,8	1,4	-0,1	-0,6	-1,2		▼	▼
18	Importação	VH cvs %	10,8	10,0	7,2	4,2	2,0		▼	▼
19	Sentimento económico global	índ-100cvs	-1,6	3,0	6,8	2,9	-5,8	-9,4	▼	▼
20	Sentimento economico Comércio a retalho	sre pp cvs	-1,5	9,2	11,0	8,5	1,1	-7,3	▼	▼
REINO UNIDO										
21	PIB	VH cvs %	2,8	1,9	1,7	0,6	0,5	0,8	▼	▲
22	Consumo	VH cvs %	1,9	0,8	-0,1	-0,8	-1,3		▼	▼
23	Importação	VH cvs %	11,6	9,8	4,1	0,9	-1,4		▼	▼
24	Sentimento económico global	índ-100cvs	1,5	0,7	1,8	0,5	-6,4	-10,8	▼	▼
25	Sentimento economico Comércio a retalho	sre pp cvs	10,2	16,7	6,2	-8,6	-22,4	-20,3	▼	▲
ESPANHA										
26	PIB	VH cvs %	0,0	0,2	0,9	0,8	0,8	0,3	▬	▼
27	Consumo	VH cvs %	-0,8	0,9	0,1	-0,2	0,1		▲	▲
28	Importação	VH cvs %	7,0	8,0	7,1	-0,7	0,8		▼	▼
29	Sentimento económico global	índ-100cvs	-8,7	-8,0	-7,8	-7,1	-7,8	-8,8	▼	▼
30	Sentimento economico Comércio a retalho	sre pp cvs	-18,6	-21,9	-21,8	-19,0	-18,9	-19,4	▲	▼
PORTUGAL										
31	PIB	VH cvs %	1,1	1,0	-0,5	-1,0	-1,8	-2,7	▼	▼
32	Consumo	VH cvs %	1,6	1,2	-2,3	-3,4	-3,5		▼	▬
33	Importação	VH cvs %	1,3	4,1	-1,1	-4,6	-2,8		▼	▲
34	Sentimento económico global	índ-100cvs	-7,6	-10,4	-8,7	-14,4	-21,5	-23,8	▼	▼
35	Sentimento economico Comércio a retalho	sre pp cvs	-1,1	-8,4	-7,0	-17,5	-22,6	-25,6	▼	▼



PREVISÃO.APICCAPS

FONTES

APICCAPS
www.apiccaps.pt

Banco de Portugal
<http://www.bportugal.pt>

EUROSTAT Easy Comext
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/>

EUROSTAT Statistics
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database

INE
www.ine.pt

OECD Statistics
<http://stats.oecd.org/Index.aspx>

US Department of Labor
<http://www.bls.gov/data/>

World Footwear 2011 Yearbook
www.worldfootwear.com

FICHA TÉCNICA



PUBLICAÇÃO TÉCNICA TRIMESTRAL

Coordenação - Gabinete de Estudos da APICCAPS
Apoio - Programa Compete
Tiragem - 1.500 exemplares

Rua Alves Redol 372, Apartado 4643 | 4011-001 Porto
Tel: +351 225 074 150 | Fax: +351 225 074 179
apiccaps@mail.telepac.pt
www.apiccaps.pt | www.portugueseshoes.pt | www.portuguesesoul.pt

A P I C C A P S

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO
COMPONENTES E ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS

**PORTU
GUESE
SHOES**

DESIGNED BY
THE FUTURE