

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

1 / 2012

Composição da FootGrafia

Sector do Calçado em FLASH	3
1. Dinâmica do Negócio. Síntese trimestral APICCAPS	4
Caso do Trimestre: Análise de Conjuntura - Antecipar Riscos e Preparar Cenários	8
2. Procura e Condições de Oferta	10
2.1. Formação da Procura do Sector do Calçado	11
2.2. Capacidade de Oferta do Sector do Calçado	13
3. Contexto competitivo e macro nos Top mercados	15
3.1. Rivalidade nos mercados mais relevantes	16
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

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**

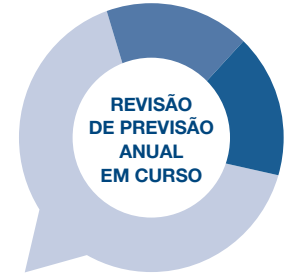
Apesar de múltiplos sinais negativos e enquanto se afina o índice Previsão.APICCAPS, o Indicador Avançado de Expectativas do Sector revela uma notável inflexão no estado de alma para o 2º trimestre de 2012. O renovado otimismo combina o inesperado aumento da exportação no 1º trimestre de 2,5%, com as boas perspetivas de encomendas externas, próprias da estação, e uma ténue distensão do ambiente macroeconómico europeu, confiante de que a crise da dívida soberana do Sul só pode melhorar. Ao lado da Alemanha, acredita-se agora que também a França e o Reino Unido vão dar algum fôlego à União Europeia. Fica a dúvida se o calçado português consegue escapar, com 3 grandes mercados avariados (Holanda, Espanha e o mercado doméstico). E também resistir às diferentes formas como o *Low Cost* asiático entra nesta FootGrafia da Europa.

Dinâmica
do
Negócio
Síntese
trimestral
APICCAPS

A P I C C A P S

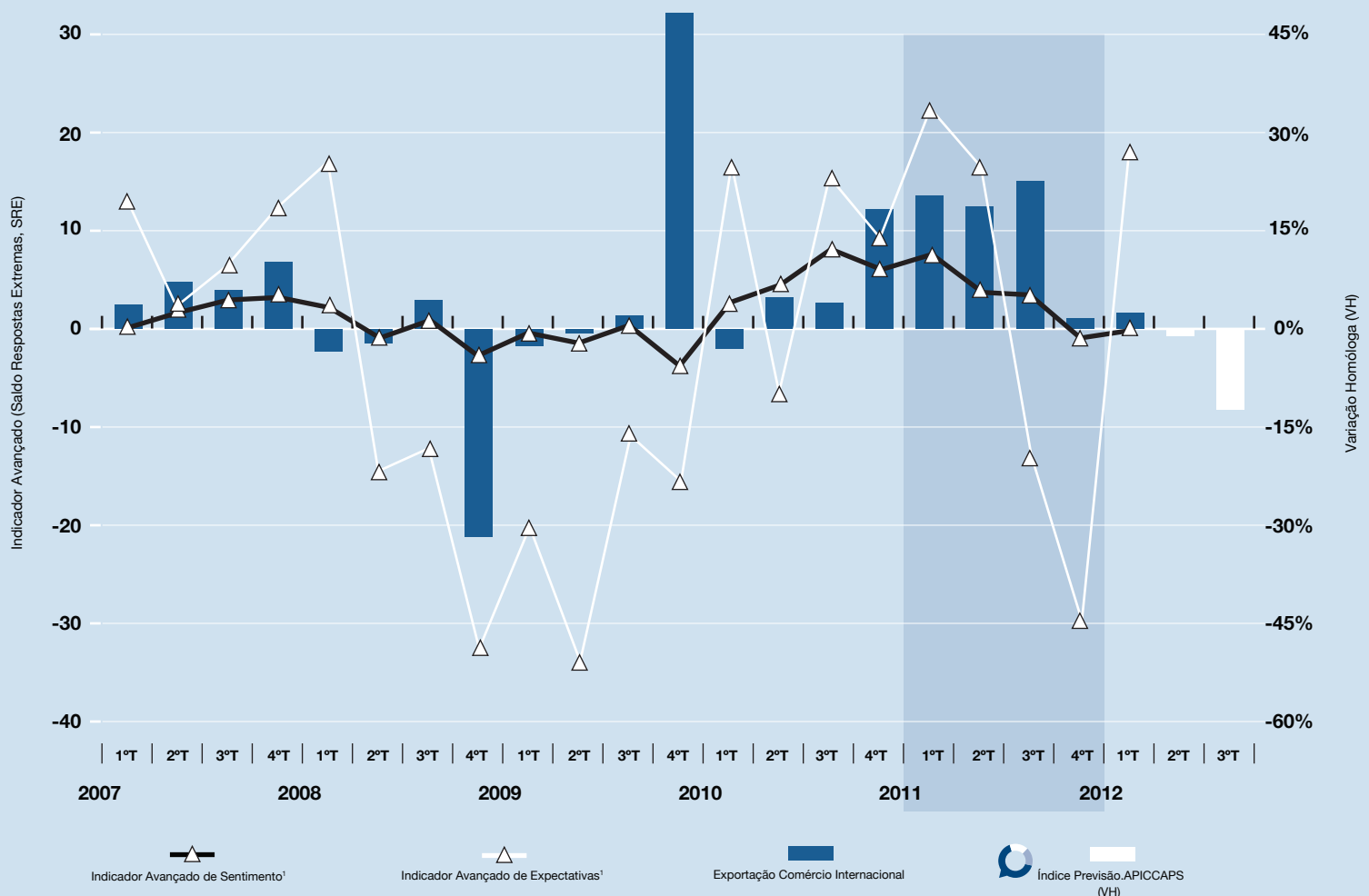
1. Dinâmica do Negócio

Síntese trimestral APICCAPS



- Para melhor compreensão dos leitores, o valor, em termos de síntese **informativa, do Índice Avançado de Expectativas (IAP)** do Sector é objecto de uma explicação especializada e comparada no **'Caso do Trimestre'**.
- No 1º trimestre de 2012 este indicador compósito mostra uma nítida inflexão de tendência, passando até de um pessimismo nítido para um inopinado otimismo.
- Para tal facto terá contribuído a surpresa da variação homóloga da exportação (+2,5%) e o otimismo de expectativas relativamente às encomendas externas, embora parte desta dinâmica seja sazonalmente normal (gráfico G4).
- A realidade recente, porém, não parece fundamentar uma inversão estrutural do humor, como mostra a evolução modesta da situação, visível no indicador de sentimento dos operadores e no desempenho da exportação.
- Talvez só uma ténue distensão previsional do ambiente macroeconómico (gráficos G24 a G27) tenha alimentado esta esperança.
- As correções, para melhor, do Índice **Previsão.APICCAPS** sobre a variação expectável das exportações de calçado refletem de certo modo esta perspetiva.
- Mas a rigorosa técnica econométrica subjacente resiste com cautela ao embandeiramento em arco.

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



¹Ver elevada correlação no 'Caso do Trimestre'

Síntese trimestral APICCAPS

• Apesar de o Índice do Volume de Negócios (INE) abranger outras indústrias do couro além do calçado (vide ‘Caso do Trimestre’) a sua deterioração é bem acompanhada pela evolução dos indicadores de opinião do Sector.

• No 1º trimestre a formação de expectativas do Sector sobre as encomendas foi, mais uma vez, praticamente confirmada pelo sentimento.

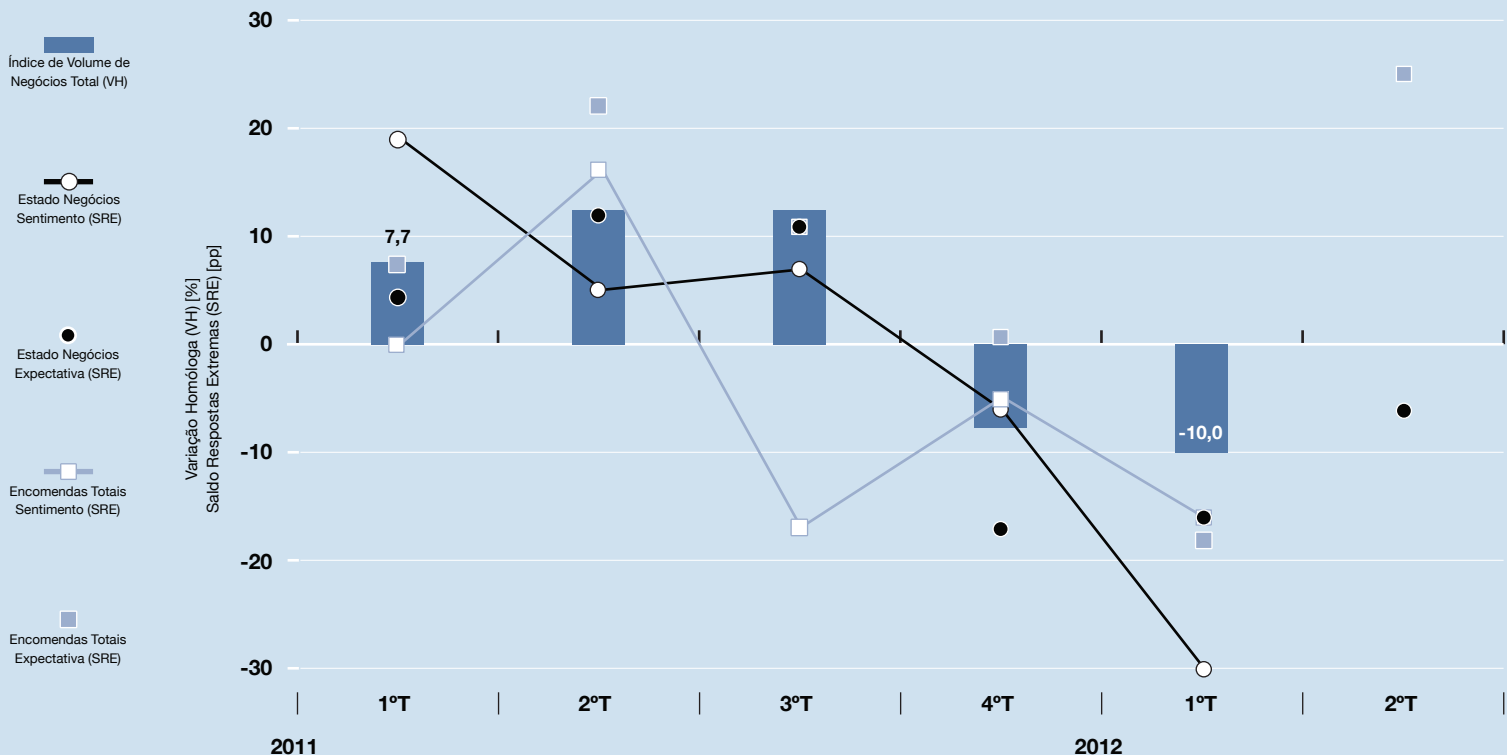
• Já nas expectativas de Negócio (não limitado às vendas), os erros de percepção são mais evidentes: neste período o pessimismo inicial (-16pp) mostrou-se ainda demasiado benigno (contra -30pp).

• A manter-se o razoável acerto das expectativas de encomendas, o otimismo do Sector para o 2º trimestre de 2012, mesmo em relação há um ano atrás, poderá significar uma razoável perspectiva de exportação.

• Quanto ao Negócio, apesar de menos pessimista, poderá continuar em terreno negativo.

• Tudo poderá querer sinalizar que o Sector acredita que, apesar de as previsões macroeconómicas europeias (gráfico G24) serem fracas, a probabilidade de recuperação é maior que a de agravamento.

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



- A preocupação crescente dos operadores com as encomendas, estrangeiras e nacionais, comparada com o 4º trimestre de 2011, apenas confirma o sentimento do gráfico G2.
- Também a anomalia climatérica já vinha assinalada anteriormente.
- Algo estranha, apesar de pouco generalizada, é a alegada dificuldade cambial, possivelmente relacionada com a tendência para a desvalorização do Euro.
- Irrelevante para a forte componente Euro da exportação de calçado (4 dos 5 maiores mercados), só comportará receios na exportação extra-euro no caso de a má conjuntura trazer fortes pressões sobre os preços de venda.
- É verdade que a desvalorização do Euro pode também prejudicar o preço da matéria prima (dolarizada) mas tais preocupações estão claramente a esbater-se, e os próprios preços de referência em USD tendem para a normalização (*vide* gráfico G10).
- No lado do alívio assinala-se a aparente estabilização do risco financeiro, validada também pelos indicadores do gráfico G11.

G3 Evolução das AMEAÇAS desde o trimestre anterior

Evolução das AMEAÇAS desde o trimestre anterior	A correr pior					Δpp	A correr igual ou melhor						
	60	50	40	30	20		0	10	20	30	40		
Nenhuma dificuldade					20	4							
Encomendas de clientes estrangeiros insuficientes	54					14							
Encomendas de clientes nacionais insuficientes				32		7							
Condições climatéricas					11	1							
Situação cambial						3							
Condicionamentos do acesso a mercados externos						3							
Preço das matérias-primas						-12	28						
Concorrência de importações						-10	24						
Dificuldades de abastecimento de matérias-primas						-7	17						
Dificuldades financeiras						-1	13						
Escassez de mão-de-obra qualificada						-4	6						
Legislação laboral						-3	4						
Legislação fiscal						-1	3						
Escassez de mão-de-obra						-2	0						
% da amostra	60	50	40	30	20	10	0	Δpp	0	10	20	30	40

Análise de Conjuntura: Antecipar Riscos e Preparar Cenários

A profunda e permanente incerteza que tem dominado a actividade económica desde a crise financeira de 2008, tornou os agentes económicos ainda mais ávidos de credível informação de curto prazo. Num quadro negocial em acelerada mudança e intensamente mais competitivo as análises de conjuntura ganharam outra utilidade. O objectivo é antecipar riscos e estar preparado para diferentes cenários que se perspectivam à luz dos acontecimentos mais recentes.

Deste modo, gerir a informação em pé de igualdade com o talento, o capital e o mercado¹ é hoje uma das necessidades dos gestores de topo face aos desequilíbrios fiscais crónicos, alterações do mercado de trabalho, volatilidade dos preços de matérias primas (principalmente energia), ajustamento brusco das economias emergentes e às sistémicas falências financeiras – os 5 maiores riscos económicos para o ano de 2012².

A informação de conjuntura, a exemplo da **FootGrafia da APICCAPS**, recorre a uma panóplia de indicadores sistematizados em função dos objectivos da análise – neste caso, acompanhar a dinâmica do sector do calçado. Os gráficos e quadros (os Flashboard A, B e C da FootGrafia) utilizados, apresentam dados relevantes em tempo tão real quanto possível (com periodicidade mensal ou no máximo trimestral) baseados em inquéritos de opinião colhidos a partir de amostras criteriosamente seleccionadas seja dos consumidores (lado da procura), seja do tecido empresarial principalmente da indústria, retalho, construção e serviços (lado da oferta de bens e serviços).

Sentimento e Expectativas Empresariais

Mas como se formam estes indicadores económicos de curto prazo antes de serem conhecidas pelas estatísticas oficiais os grandes agregados macroeconómicos, a exemplo das exportações em geral e de calçado em particular? Os inquéritos de opinião são, hoje em dia, o suporte privilegiado para a sua obtenção e realização das consequentes análises.

A APICCAPS, a exemplo de grandes instituições nacionais e internacionais, desenvolve um inquérito de conjuntura desde o 2º trimestre de 1995 que ausculta os gestores de topo do Sector sobre o sentimento (estado actual) e expectativas (para o período seguinte) relativamente à produção, carteira de encomendas (nacional e do exterior), existências, preços da produção e inputs, emprego, estado do volume de negócios, entre outros.

Inquérito Conjuntura APICCAPS	PMI Index
Índice Sentimento Bloco 1: Apreciação da Evolução da Situação do Sector no Trimestre (EV) 1 Produção 2 Carteira Global de Encomendas 3 Carteira Encomendas Estrangeiro 4 Nível Stock Produtos Acabados 5 Preços de Venda Portugal 6 Preços de Venda Mercados Externos 7 Emprego 8 Utilização da Capacidade Produtiva 9 Estado Negócios período homólogo 10 Estado dos Negócios Actual	Indústria 1 Output 2 Novas Encomendas 3 Novas Encomendas Exportação 4 Pedidos em atraso 5 Preços de Produção 6 Preços inputs 7 Tempo de Fornecimento 8 Existência Produtos Acabados 9 Quantidade de Compras 10 Existência Matérias Primas 11 Emprego
Índice Avançado de Expectativas Bloco 2: Perspectiva para o Sector no Trimestre seguinte (PV) 1 Produção 2 Carteira Global de Encomendas 3 Carteira Encomendas Estrangeiro 4 Nível Stock Produtos Acabados 5 Preços de Venda Portugal 6 Preços de Venda Mercados Externos 7 Emprego 8 Utilização da Capacidade Produtiva 9 Estado Negócios período homólogo 10 Estado dos Negócios Actual	Serviços 1 Actividade 2 Novos Negócios 3 Pedidos em atraso 4 Alteração Preços 5 Preços inputs 6 Emprego 7 Expectativas para actividade

Quadro 1 | Informação recolhida no Inquérito de Conjuntura APICCAPS e no PMI Index

Conforme se pode verificar pelo Quadro 1, a estrutura de questionário é semelhante à do Índice de Compras dos Gestores para a Indústria [PMI, Purchase Managers' Index³ for Manufacturing], e um dos mais influentes a nível mundial. Este indicador começou por ser da indústria, mas aplica-se hoje a outros sectores (nomeadamente serviços) e é elaborado a nível de 63 países ou de espaços supra-nacionais, como é o caso da Área Euro, neste caso a cargo do Banco Central Europeu (BCE).

A "realidade" internacional

Que informação transmitem esses indicadores? Será que a perspectiva dos empresários é idêntica em todo mundo?

Tomemos por base o **Indicador Avançado de Expectativas da APICCAPS** (IAE) e o PMI Euro, ambos representados no Gráfico 1. Adicionou-se o **Indicador de Sentimento da APICCAPS** e o PMI Estados Unidos para servirem de contraponto.

Entre o Indicador Avançado da APICCAPS, o PMI Euro e dos Estados Unidos (abrangendo a indústria, serviços, para além de outros sectores de actividade) a análise do Gráfico 1 evidencia:

- a existência de grandes tendências comuns – a crise em 2008, retoma de 2009, volatilidade de 2010, declínio de 2011;

- diferenças relevantes – ascensão do IAE versus declínio do PMI Euro em 2007 2ºT (2º trimestre), bem como uma queda muito mais acentuada em 2011 2º, 3º e 4ºT, entre outras;

- uma correlação de 0,68⁴, entre o PMI europeu e o IAE da APICCAPS, aquém da verificada entre os dois índices PMI que é de 0,82.

Compreendem-se as diferenças registadas a este nível de análise?

As respostas, em ambas as situações, vêm supostamente dos gestores de topo, mas são formuladas tendo em conta, quer o enquadramento macroeconómico existente, quer as expectativas ao nível da indústria como um todo ou de um sector de actividade específico – caso do calçado. Em resultado, podemos tomar o PMI como indicador avançado da dinâmica do PIB Europeu, mas corremos riscos se o utilizarmos em relação à evolução da indústria portuguesa de calçado.

A "realidade" nacional

Além da APICCAPS, o Instituto Nacional de Estatística (INE) realiza também inquéritos à indústria transformadora, onde se incluem o couro e calçado. Sendo certo que as amostras das empresas a inquirir não são iguais, existirá um grupo alargado de empresas que responderão simultaneamente ao inquérito da APICCAPS e do INE.

Note-se em que em relação à evolução do Volume de Negócios as duas entidades – APICCAPS e INE – produzem informação com alguma dissonância (ver gráfico 2). As correlações entre a opinião sobre a evolução dos negócios (APICCAPS) e os índices (INE) de volume de negócios referente apenas às exportações (0,31) e conjunto (exportações e

mercado interno, 0,14) são reduzidas.

Realce-se ainda que as duas séries de opinião da APICCAPS (**Índice Avançado de Expectativas e Índice de Sentimento**) estão fortemente correlacionadas (0,92), demonstrando que as respostas ao estado actual influenciam decisivamente as previsões dos empresários, ou seja, não existe informação autónoma relevante na formação das expectativas empresariais.

Será que esta divergência de opiniões dos empresários nos permite ainda assim alcançar um grau de capacidade preditiva satisfatório quando se trata de antecipar o crescimento do valor das exportações portuguesas de calçado, bem como dos respectivos preços médios?

A análise do Gráfico 3 permite constatar que a taxa de crescimento homóloga das exportações em valor não acompanha da mesma forma as diferentes variáveis, seja a opinião sobre a carteira de encomendas de exportação, na dupla vertente de evolução e previsão (APICCAPS), seja o Índice Avançado de Expectativas, seja ainda o Índice de Volume de Negócios de Exportação (INE). O IAE, elaborado com base na combinação de respostas previsionais dos vários factores inquiridos, é o que melhor antecipa a dinâmica de crescimento das exportações em termos homólogos – correlação linear de 0,34, bem superior aos 0,18 do indicador do INE e 0,24 para as duas vertentes da carteira de encomendas.

Conclui-se, portanto, que os indicadores compostos, como IAE, conseguem valorizar a informação permitindo obter melhores previsões.

Por outro lado, o gráfico 4 mostra que o crescimento dos Preços de Exportação registado no Comércio Internacional está mais associado com a opinião sobre a evolução dos preços no estrangeiro (correlação linear de 0,31) do que com as expectativas (0,06), ambas referentes ao inquérito da APICCAPS.

A outra séria apresentada no gráfico – índice de preços de produção industrial do calçado (IPPI) – revela que os preços de produção na indústria de calçado têm uma variação trimestral inferior a 1,1%, mesmo em períodos de forte aumento dos custos de matérias-primas, não permitindo, em consequência, antecipar o crescimento dos preços de exportação. Interessante é verificar que indicia uma repercussão parcial do aumento dos custos com um desfazamento superior a 2 trimestres.

Gráfico 1 | Indicadores APICCAPS [IAE e IS] e PMI Index

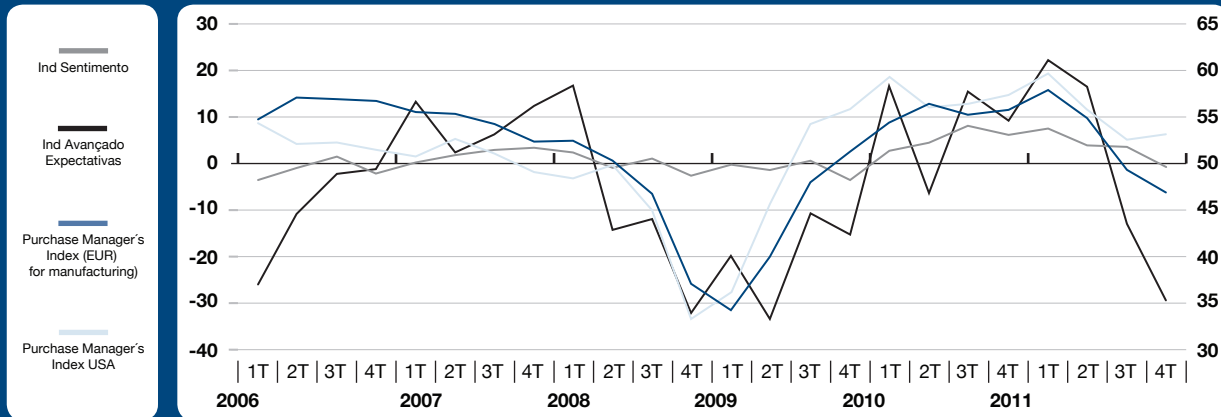


Gráfico 2 | INE versus APICCAPS

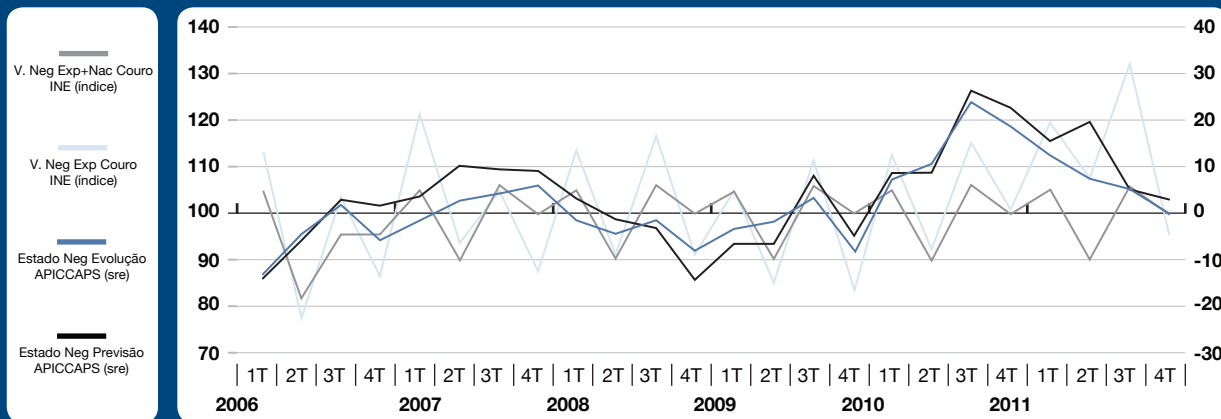


Gráfico 3 | Taxa de Variação das Exportações de Calçado em Valor e Indicadores de Curto Prazo

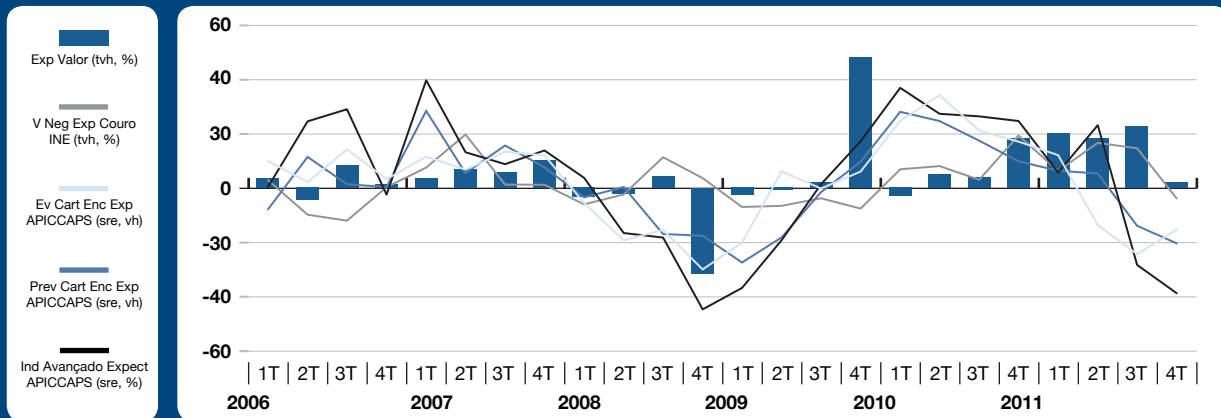
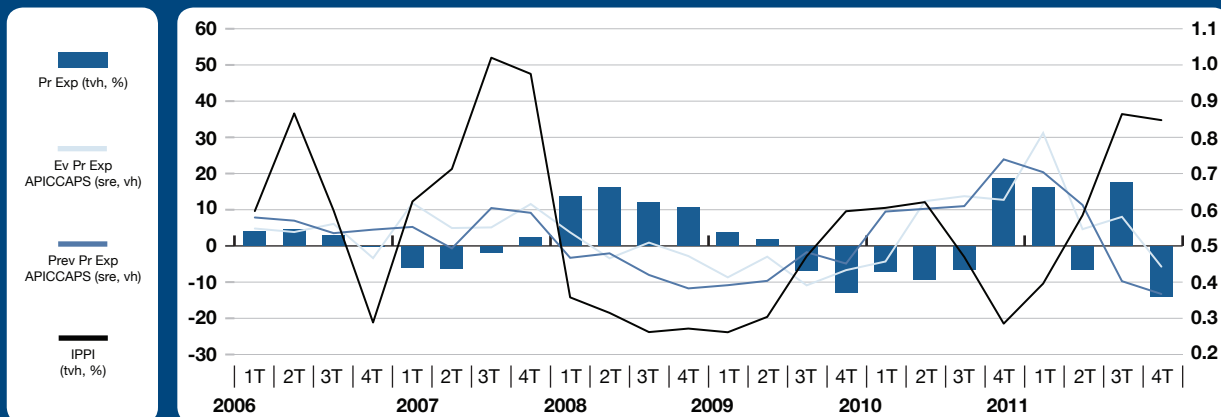


Gráfico 4 | Taxa de Variação dos Preços de Exportação e Indicadores de Curto Prazo



A Fotografia antecipa a realidade?

A vantagem dos inquéritos de conjuntura é, portanto, antecipar a evolução de agregados económicos de nível geral – produto interno bruto trimestral, por exemplo ou de realidades parcelares – das exportações de calçado cujas estatísticas são conhecidos oficialmente 6 meses depois.

Mas da análise que antecede relevam dois factores importantes:

Sendo um sector cuja dinâmica de crescimento assenta no seu desempenho internacional, nem os indicadores mundiais, nem os indicadores nacionais permitem antecipar a evolução das exportações de calçado,

As taxas de variação das exportações trimestrais de calçado em valor (Gráfico 4) apresentam uma convergência (correlação) de apenas 0,27 com o IAE (APICCAPS) e de apenas 0,12 com o Índice de Volume de Negócios de Exportação de couro (INE), o que é definitivamente insuficiente.

Independentemente de algumas afinações de ordem metodológica que se possam introduzir nos inquéritos da APICCAPS – actualização da amostra e sensibilização dos inquiridos para respostas mais objectivas - a previsão das exportações de calçado a nível agregado e de cada um dos 5 principais mercados de destino, implica o desenvolvimento de um modelo estruturado que nos permita dar uma **FootGrafia** oportuna aos empresários sobre o comportamento do sector e das tendências que se vislumbram na conjuntura actual.

Numa próxima edição explicaremos como tais modelos, complementando as expectativas dos industriais de calçado com dados sobre a confiança dos consumidores e retalhistas europeus (principal mercado de destino) e com a intensidade da concorrência internacional ao nível do preço (preços relativos) e ainda a evolução de outros factores cíclicos poderão ajudar na antecipação de riscos de curto prazo e consequente (re)definição dos cenários empresariais.

¹ "Good data won't guarantee good results", Harvard Business Review, Abril, 2012, pgs 23-25.

² "What keeps Global Leaders Up at Night", Harvard Business Review, Abril, 2012, pags: 32-33

³ PMI™ serviço disponibilizado pela Markit-Financial Information Services - <http://www.markit.com>. O da area euro consta do boletim informativo do Banco Central Europeu "Statistics Pocket Book" (publicação mensal).

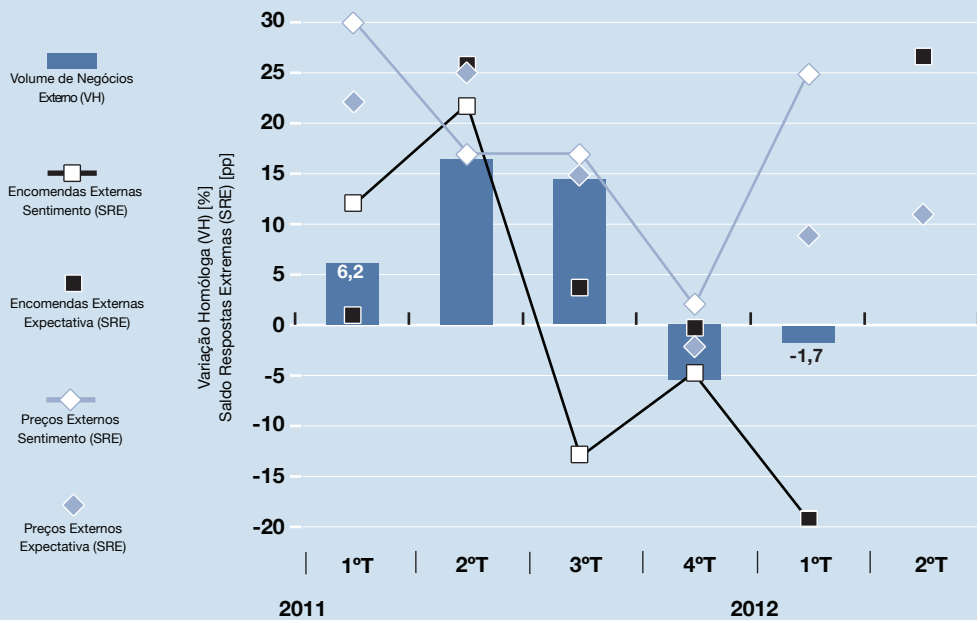
⁴ Este indicador varia num intervalo de -1 a 1.

Procura e Condições de Oferta do Sector

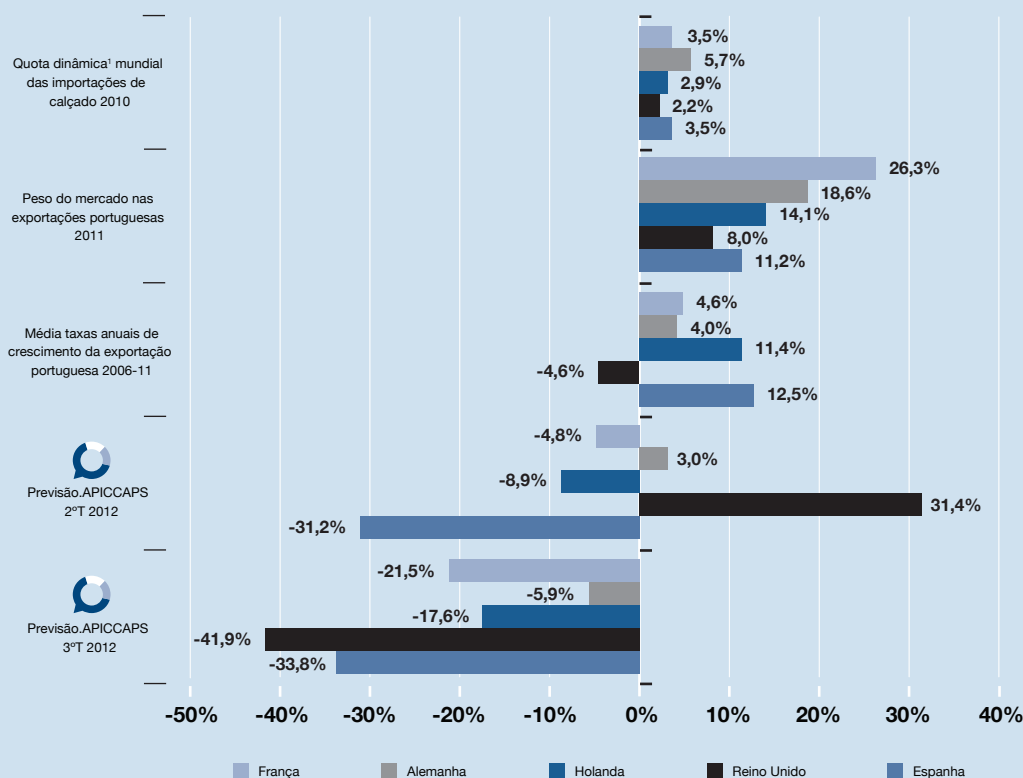
A P I C C A P S

2.1. Formação da Procura do Sector do Calçado

G4 Volume de negócios e encomendas externas e preços de exportação



G5 Evolução dos Top 5 mercados externos



Melhorias sazonais ou Recuperação?

- A variação homóloga do Volume de Negócios Externo (INE), melhor apesar de ainda negativa no 1º trimestre, contraria a deterioração do sentimento do Sector sobre as encomendas externas no passado recente. Esta contradição é, aliás, assinalada no 'Caso do Trimestre'.
- A degradação deste sentimento é consistente com o sentimento altista em matéria de preços externos. De facto, o gráfico G10 evidencia a descolagem dos Preços da Produção Industrial do Calçado (INE), e poderá denunciar o limite da capacidade de absorção dos aumentos de custos pelo Sector.
- As expectativas altistas dos preços estendem-se ao 2º trimestre de 2012, ao mesmo tempo que as expectativas de encomendas externas passam para manifestamente otimistas, embora com ajuda sazonal. Ou será que os exportadores pressentem uma procura externa de calçado mais robusta, independentemente da macroeconomia em perspetiva frágil (gráfico G24)?
- Por falta de histórico de previsão (apresentada pela primeira vez na edição anterior) as variações homólogas esperadas ainda estão a ser calculadas entre as previsões APICCAPS de exportação para 2 trimestres futuros e as estatísticas de exportação disponíveis à data da previsão, sujeitas a correções posteriores. É um factor de erro a suprimir à medida que o histórico permitir calcular variações homólogas entre previsões e entre valores definitivos.
- Estatísticas provisórias do 1º trimestre apontam, todavia, para um pessimismo exagerado das estimativas em todos os mercados salvo no Reino Unido, onde há evidência contraditória.
- Os especialistas quantitativos continuam, por isso, a afinar o Índice **Previsão APICCAPS** específicos dos TOP 5 mercados da exportação portuguesa.

Terá afinal a oferta espanhola “olhos em bico”?

• A depressão do Volume de Negócios Nacional no 1º trimestre de 2012, apesar de incluir outros sectores da fileira além do calçado, está consistente com degradação brutal dos indicadores macroeconómicos em Portugal (gráfico G30) e com a deflação sistemática dos preços no consumidor.

• O facto de, apesar disso, ser favorável o sentimento e expectativas do Sector sobre os preços no mercado doméstico resultará da fraca orientação da oferta nacional para este mercado, deixando ao comércio a absorção do maior custo.

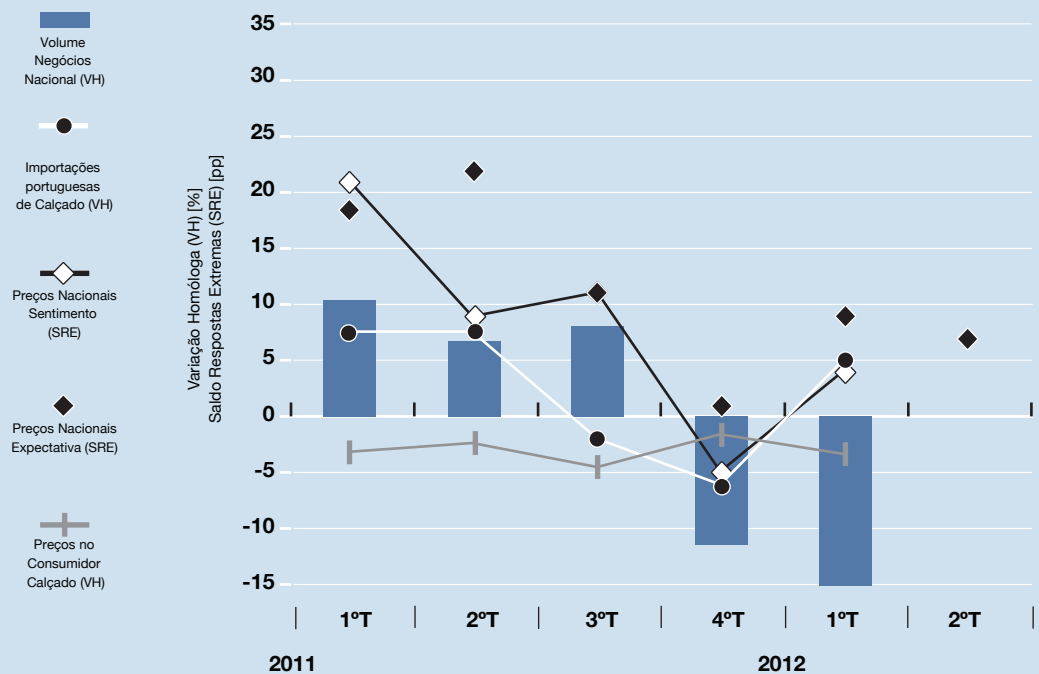
• Contrastadamente, as importações de calçado, que vinham a perder dinâmica desde o fim de 2010, voltam a crescer, o que, em crise, só poderá traduzir a natural substituição do consumo por calçado *low cost*. O maior aumento acontece via Holanda e Bélgica (como também revela o gráfico G7), conhecidas pela sua intermediação de calçado. Dos dois, porém, só o calçado proveniente da Holanda corresponde verdadeiramente ao perfil de preço asiático.

• A crescente competitividade do *trading* holandês neste segmento também se reflecte na perda de peso da importação *directa* do calçado asiático, em paralelo com o calçado barato proveniente de Espanha. O baixo preço comum às 3 origens indicia tratar-se afinal de uma mesma origem regional da importação.

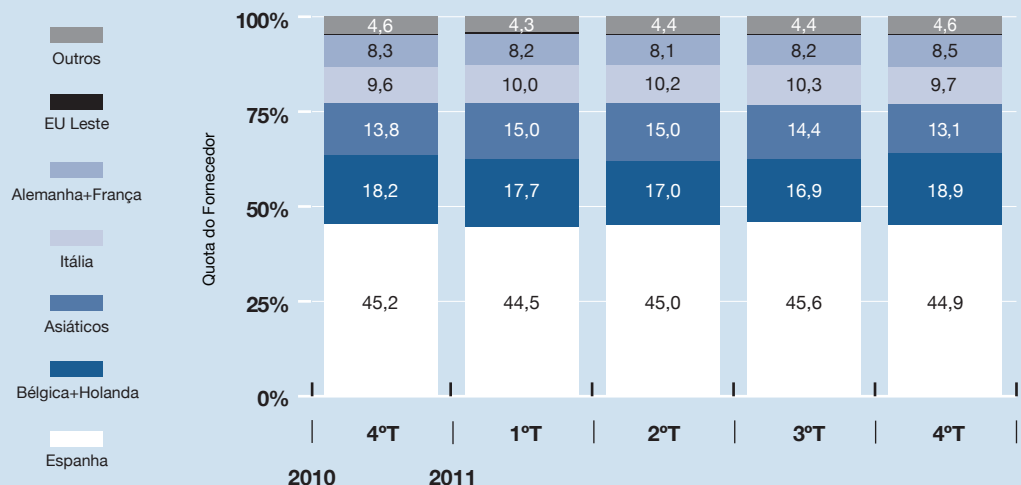
• De facto a oferta “espanhola” em Portugal continua a representar uma quota excessiva no panorama dos mercados europeus, a par de uma quota igualmente atípica, mas por defeito, da presença *directa* asiática. Tudo leva a crer, por isso, que a Espanha tem sido usada como entrada preferencial na Península, mercê das suas reconhecidas vantagens portuárias (em Valência e Algeciras). E que poderá estar agora a perder para Roterdão, por razões de gestão aduaneira da penetração asiática.

2.1. Formação da Procura do Sector do Calçado

G6 Evolução do negócio doméstico, Importação e preços

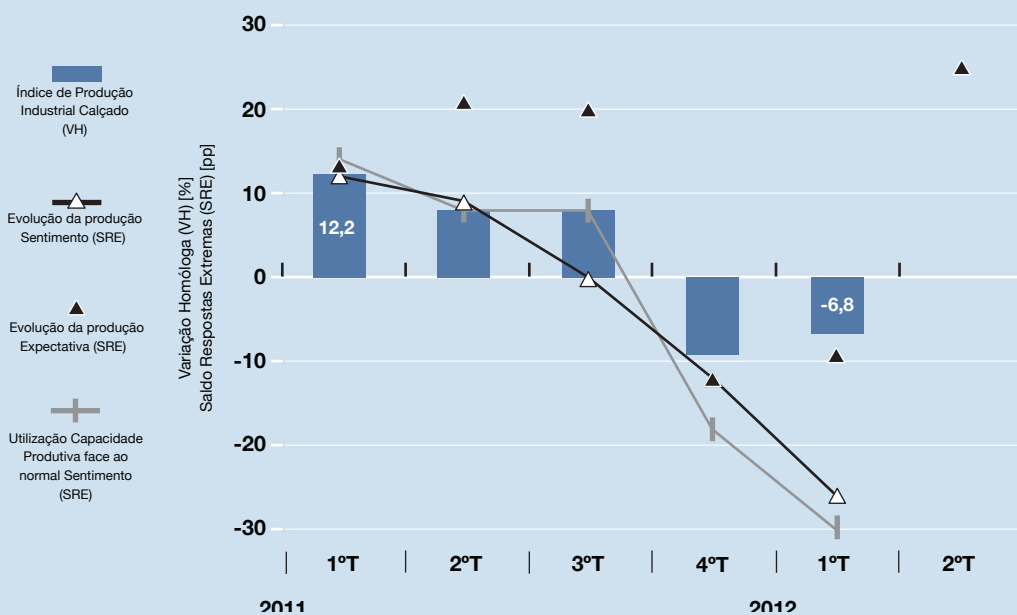


G7 Evolução da quota dos Top fornecedores de Portugal

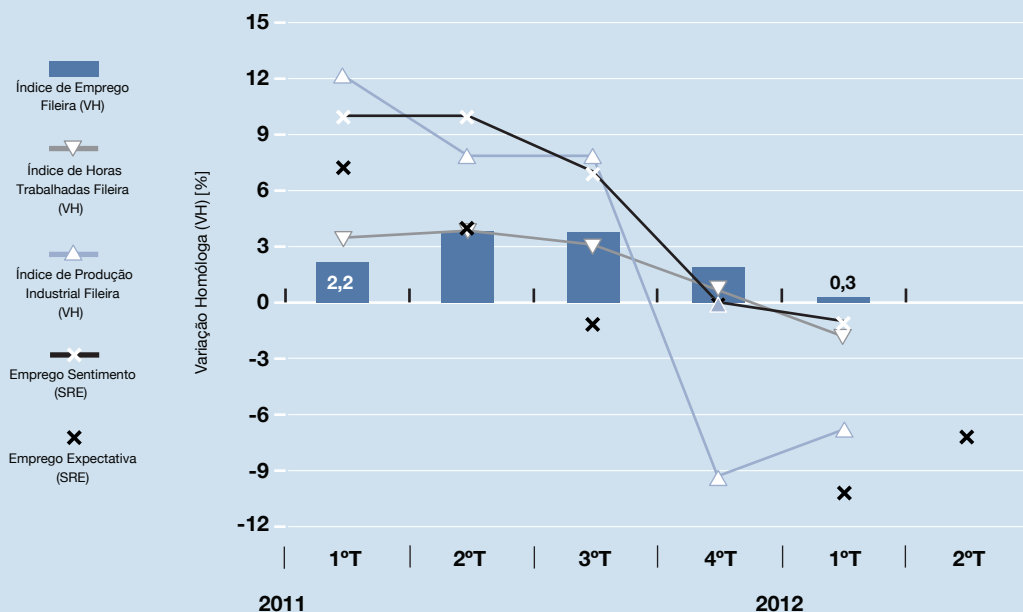


2.2. Capacidade de Oferta do Sector do Calçado

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



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



Optimismo na produção sem espelho no emprego

- O sentimento do Sector sobre o Negócio (gráfico G2) acompanha perfeitamente a sua percepção sobre a utilização da capacidade produtiva e, no essencial, a deterioração do sentimento sobre a evolução da produção de calçado até ao 1º Trimestre de 2012.

- Já o Índice de Produção Industrial (INE) está menos sintonizado, em virtude de abranger outros sectores do couro além do calçado.
- Mas, curiosamente, a evolução da expectativa dos industriais de calçado sobre a produção continua bastante em sintonia com o indicador alargado de produção do INE.

- O sentimento do sector do calçado acerca do emprego, revelou-se no 1º trimestre bastante melhor do que as expectativas, apesar de pessimista. Daí a correcção para melhor das expectativas sobre o emprego para o 2º trimestre de 2012, a reboque do notável optimismo, algo sazonal, das expectativas sobre o futuro próximo das encomendas externas (gráfico G4) e da produção de calçado (G8).

- O contraste entre as expectativas sobre a produção (já otimistas) e sobre o emprego (ainda pessimistas) resulta de o emprego andar sempre atrasado em relação às inflexões da produção. Este atraso também é visível nos indicadores objetivos da fileira couro: o Índice de Produção Industrial inverte pela 1ª vez desde o último trimestre de 2010, mas os índices INE de emprego e de horas trabalhadas continuam em queda.

Necessidade ou capacidade para aumentar preços?

• Finalmente, no 1º trimestre, o preço da matéria prima começou a baixar, deixando de ser uma preocupação para os industriais de calçado, conforme gráfico G3.

• O abrandamento do ritmo de aumento do custo do trabalho é consistente com a menor preocupação com a escassez de mão-de-obra, também referida em G3.

• Ao mesmo tempo, o Índice de Preços da Produção Industrial do Calçado evidencia uma necessidade de começar a absorver os anteriores aumentos daqueles custos.

• A confirmar-se o optimismo das expectativas de produção e exportação, apontadas para o 2º trimestre de 2012, não estaremos apenas perante uma necessidade de repercussão de custos e

recomposição da rentabilidade, mas também da existência de condições mínimas (capacidade) para o fazer.

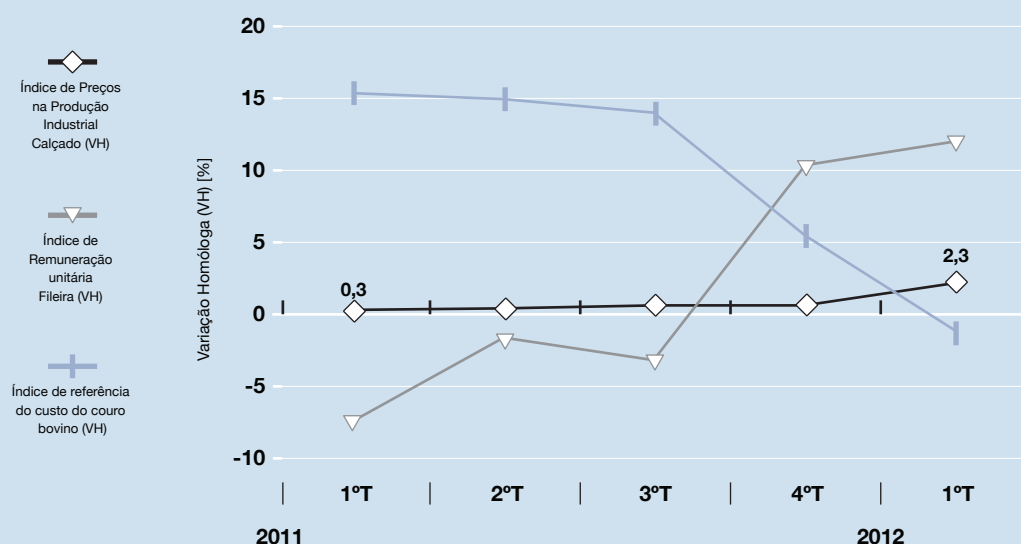
• Na frente do financiamento os indicadores parecem apontar já para um novo ponto de equilíbrio do mercado, embora num patamar muito mais desfavorável do que há um ano atrás. O não agravamento das preocupações do Sector nesta área (gráfico G3) apoiam esta hipótese, mas será prudente não tirar ainda conclusões definitivas.

• Teríamos assim uma quantidade de crédito 6,5% mais baixa, a um preço cerca de 19% mais elevado.

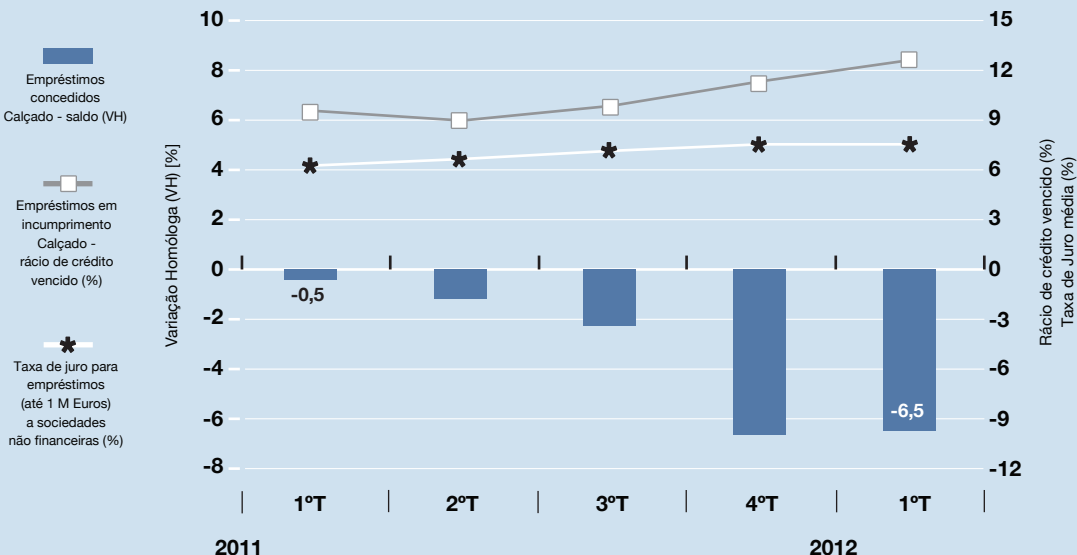
• Nestas condições muito pressionantes, as empresas mais frágeis em termos de capitais próprios e com uma carteira de mercados mais pobre continuarão, todavia, a engrossar o crédito vencido.

2.2. Capacidade de Oferta do Sector do Calçado

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

Para manter quota, preços relativos podem ter de baixar

- Na Alemanha e na Holanda, a baixa dos preços relativos tem-se mostrado necessária para manter a quota física portuguesa entre os fornecedores mundiais. Já no caso inglês não se verificou tal necessidade.

- Convém recordar que baixar os preços relativos não significa baixar preços. Pode subir-se o preço do calçado português desde que não suba mais do que o preço médio dos rivais mundiais. Infelizmente, num contexto de crise prolongada e de concorrência global aberta a rivais cada vez mais *low cost*, a alternativa a baixar preços absolutos é perder o mercado.

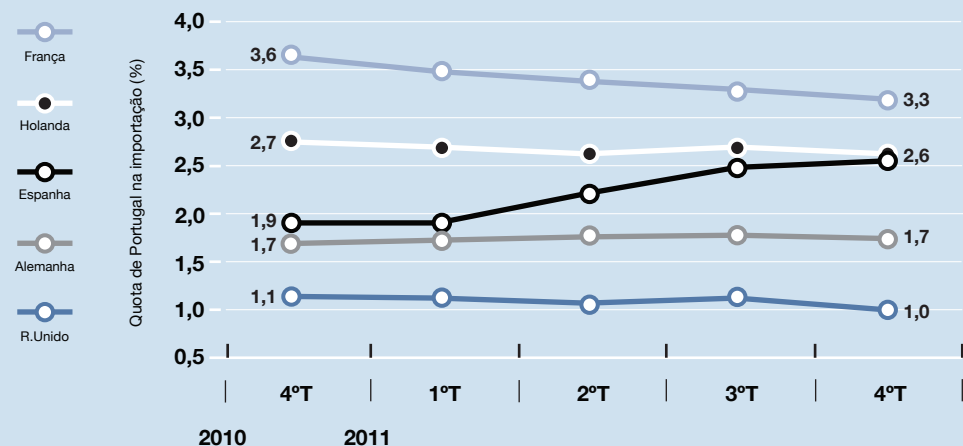
- Os mercados francês e espanhol confirmam no 4º trimestre a eficácia do preço relativo como instrumento clássico de gestão de quota, embora em sentidos contrários. A subida relativa do preço português estará associada à quebra da quota na importação francesa, e a descida dos preços relativos do calçado português terá sido o factor determinante do ganho de quota física em Espanha. Embora, aqui, a volatilidade estatística local reduza a confiança desta informação.

- Anote-se também que as conclusões, neste ponto, sobre a evolução da quota física de Portugal (em pares de sapatos), no confronto mundial, não são inconsistentes com as páginas seguintes, que se referem a quotas em valor.

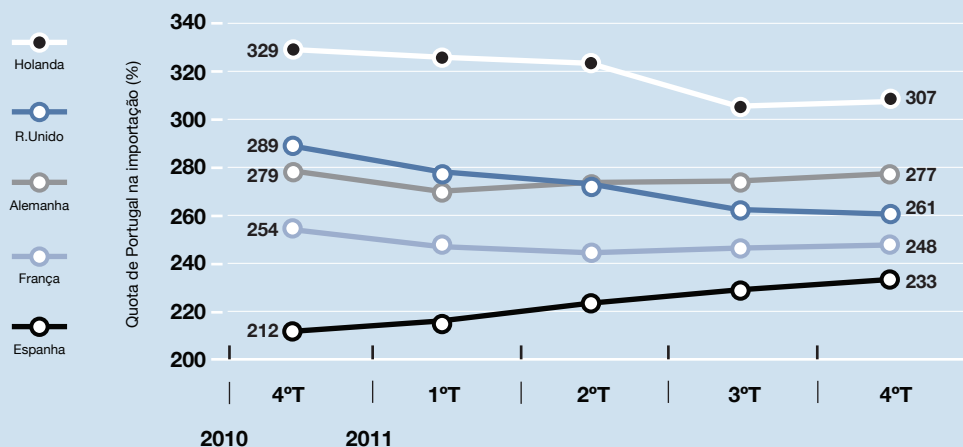
- A avaliação da evolução das quotas em valor específicas do calçado português nos seus TOP mercados (gráficos ímpares seguintes) não toma como total as importações mundiais desses mercados, mas apenas as importações oriundas dos TOP 6 fornecedores clássicos Europeus. Neste caso, o preço médio relevante para comparação com o preço português terá de ser apenas o dos 5 concorrentes europeus, e não ao nível mundial.

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

G12 Evolução da quota em volume de Portugal nos Top 5 mercados



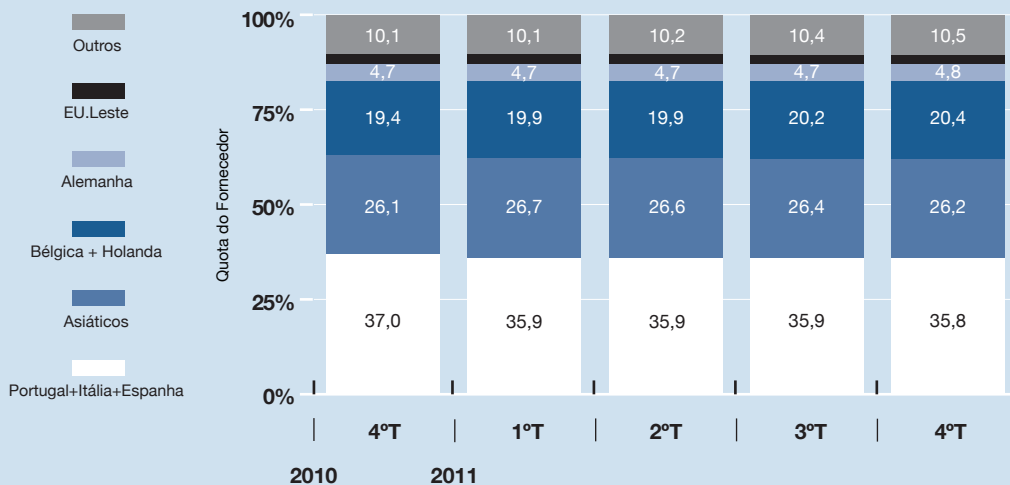
G13 Evolução do Índice de Preços Relativos nos Top 5 mercados



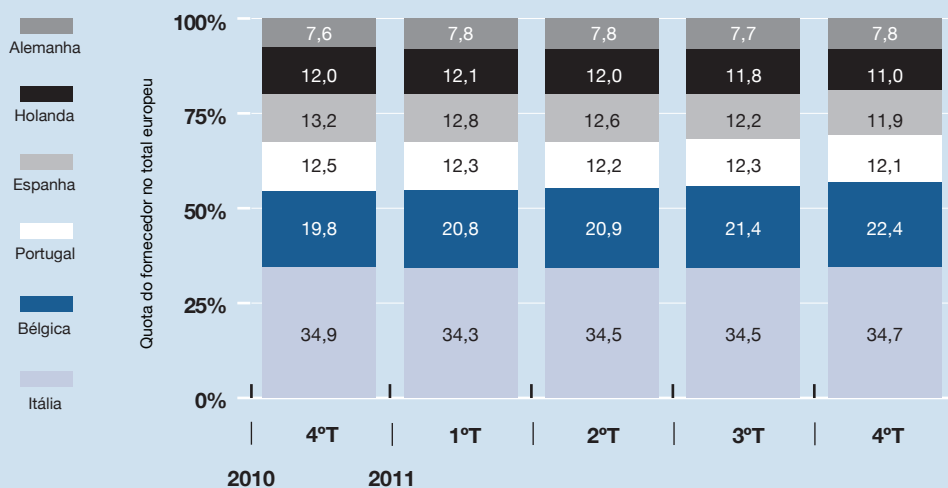
França: Bélgica e Holanda são meras extensões asiáticas

- Não nos devemos deixar enganar pela aparente falta de recetividade da França (como de Portugal, gráfico G7) ao calçado asiático - se comparada com a Alemanha, com a Holanda e com o Reino Unido (gráficos G16, G18, G22).
- De facto a dimensão das portas belga e holandesa (em França, especialmente a primeira) é também aqui relativamente mais ampla do que naqueles mercados, escondendo a real origem asiática do calçado. A má reputação dos portos franceses ajuda esta hipertrofia do *trading* europeu.
- Sem dúvida o mercado mais receptivo ao calçado do trio de fornecedores europeus clássicos, a França confirma de novo sinais de afastamento, sobretudo em relação a Portugal e, mais ainda, a Espanha. E quanto mais crise, maior será o risco *low cost*.
- Dada a resiliência conjuntural do consumo francês e o aparente adiamento da entrada em queda do crescimento francês (G25), o calçado português deve aproveitar bem, e antes que a “festa” possa acabar, o seu maior mercado. Mas para isso, terá de corrigir em baixa os preços relativos (*vide* gráfico G13).

G14 Evolução dos fornecedores de França



G15 Top fornecedores europeus da França

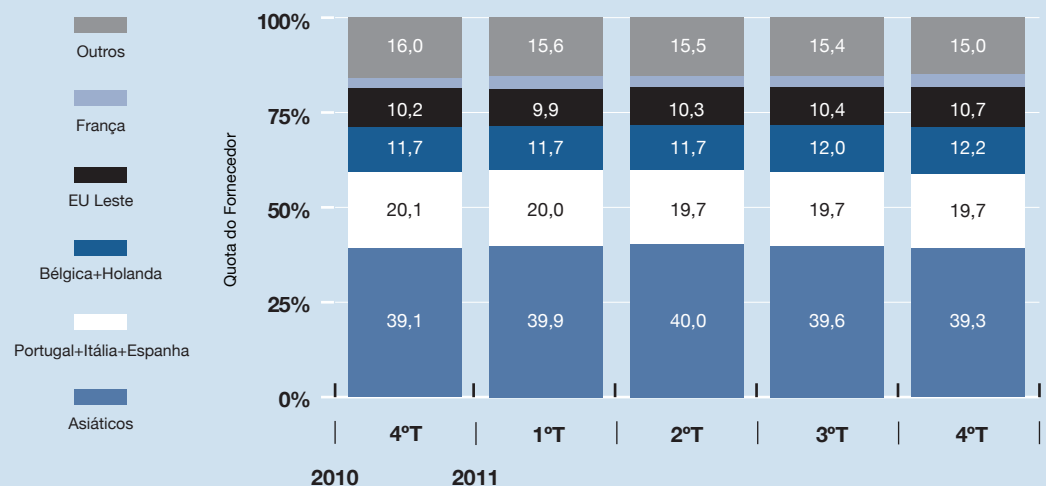


Alemanha: Asiáticos entram menos pela “porta da frente”

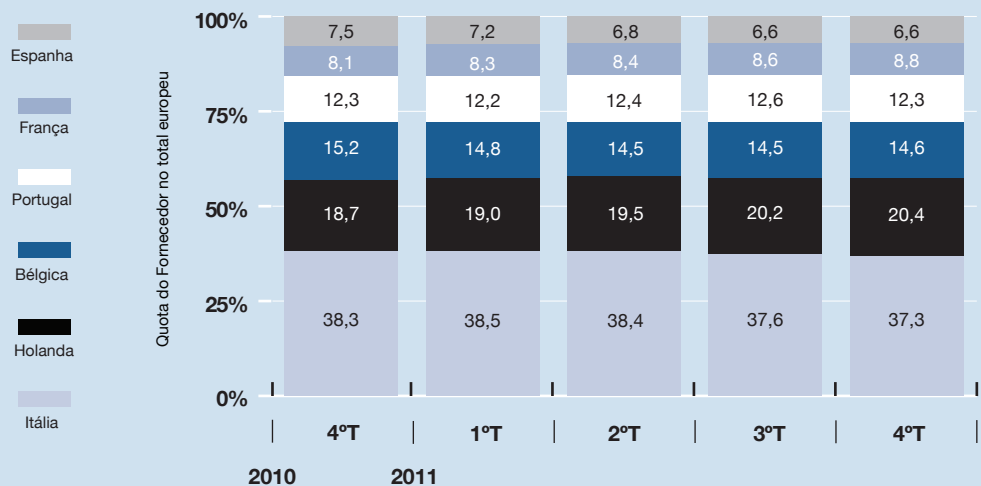
- Mantiveram-se na Alemanha, no 4º trimestre de 2011, todas as indicações da FootGrafia anterior.
- Para já, Portugal continua a manter aqui a quota entre os europeus, ao contrário do que acontece com os seus rivais diretos - Itália e Espanha.
- A Holanda continua a ganhar terreno tanto na competição europeia ocidental como mundial, evitando maior penetração direta dos fornecedores asiáticos. Como a entrada portuária belga já não partilha, como seria de esperar, esta dinâmica, poderemos estar perante táticas de desvio aduaneiro mais eficazes na penetração asiática na Alemanha em particular, e na União em geral.
- Como é específico da Alemanha, com uma deslocalização produtiva para Leste muito intensa, a quota destes fornecedores não só é atipicamente elevada, como continua a crescer.

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

G16 Evolução dos fornecedores da Alemanha



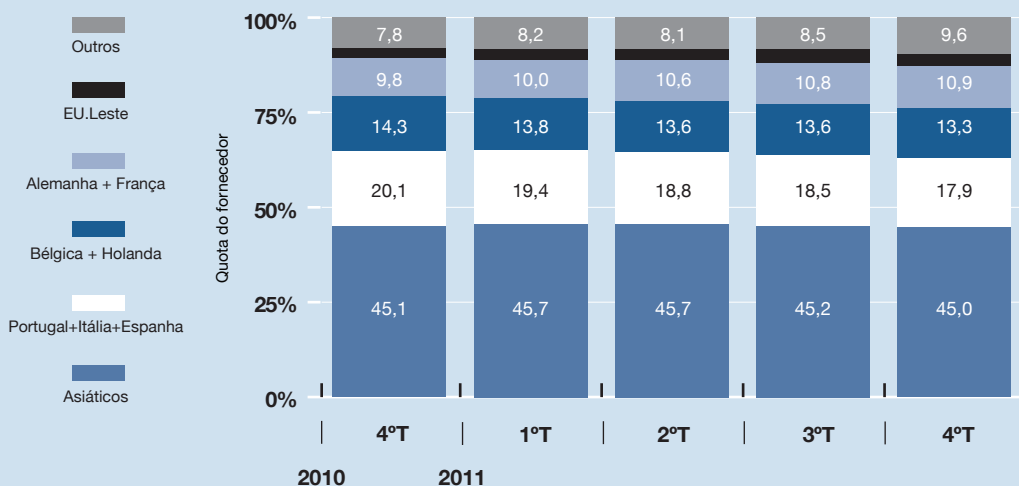
G17 Top fornecedores europeus da Alemanha



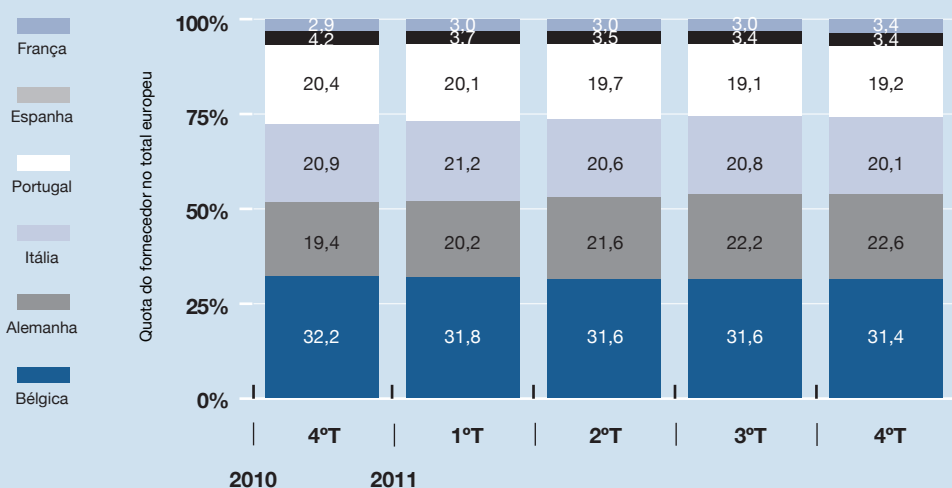
Holanda: calçado português perde gás

- As únicas origens substanciais que na Holanda crescem no 4º trimestre são a Alemanha e os 'Outros' países.
- Dedicando-se a Holanda à intermediação, faz sentido a busca permanente de fontes mais exóticas de fornecimento, proporcionadoras das máximas margens no *trading* de calçado.
- Quanto ao destaque da Alemanha como fornecedor holandês, para além da vizinhança, pesará seguramente a sua produção deslocalizada a Leste, eventualmente também para reexportação por Roterdão.
- Nos perdedores encontra-se o trio do Sul, e Portugal parece confirmar não ter aguentado em 2011 os ganhos de quota conseguidos na Holanda em 2010.
- Ora se em 2011, com crescimento do PIB e do Consumo holandeses (gráfico G28), o calçado português já teve de baixar os preços relativos para não perder quota física (gráficos G12 e G13), daqui para diante teria de fazer ainda maior esforço.
- A escassez de mão-de-obra específica do sector do calçado (ver gráficos G3 e G10) não parece replicar neste sector a esperada redução estrutural do custo unitário do trabalho português. Fica assim dificultado o seu reposicionamento quando o mercado holandês entra em colapso.
- Os dados do INE sobre a forte quebra da exportação de calçado para a Holanda, no 1º trimestre, já reforçam este receio.

G18 Evolução dos fornecedores da Holanda



G19 Top fornecedores europeus da Holanda



Espanha: a conexão asiática

- Admitindo que as estatísticas de importação espanhola do 4º trimestre de 2011 são confiáveis (as do 2º e 3º trimestres foram de novo corrigidas) prevalece ainda a posição muito dominante do calçado asiático, agora apenas com ligeiros sinais de diminuição. Ao que se deve adicionar o aumento indireto de importação via Bélgica e Holanda, sendo a última a menor em Espanha, mas a mais dinâmica.

- Não deixa de ser estranho o sobre-peso asiático num dos maiores produtores europeus de calçado, salvo existindo significativa reexportação. A grande importância mundial dos portos de Valência (TOP26) e Algeciras (TOP42), na rota do Suez, apoia esta hipótese, como porta de entrada no Sul da União Europeia.

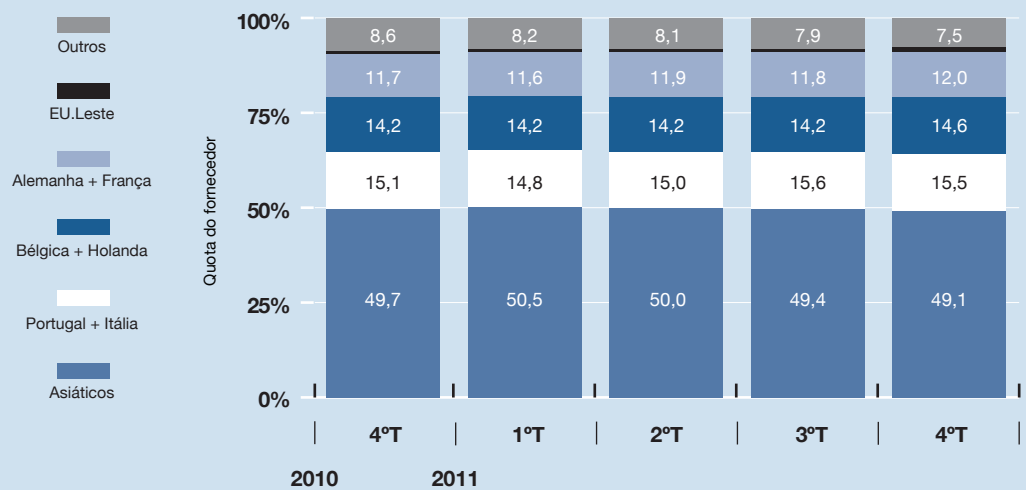
- A coincidência de os mercados limítrofes de calçado - França e Portugal - serem os menos diretamente “asiatizados” e sobretudo, a hiper-quota espanhola na importação portuguesa, poderão justificar a desproporção asiática na importação espanhola.

- O calçado português, que aqui coloca 11% da exportação, parecia continuar a ganhar algum terreno em valor, ao contrário da Itália. Mas o seu preço relativo tem baixado (gráficos G12, G13) e tratando-se de um preço absoluto anormalmente baixo não será fácil prosseguir este tipo de *pricing*. Mesmo que o agravamento da conjuntura recomendasse adoptá-lo.

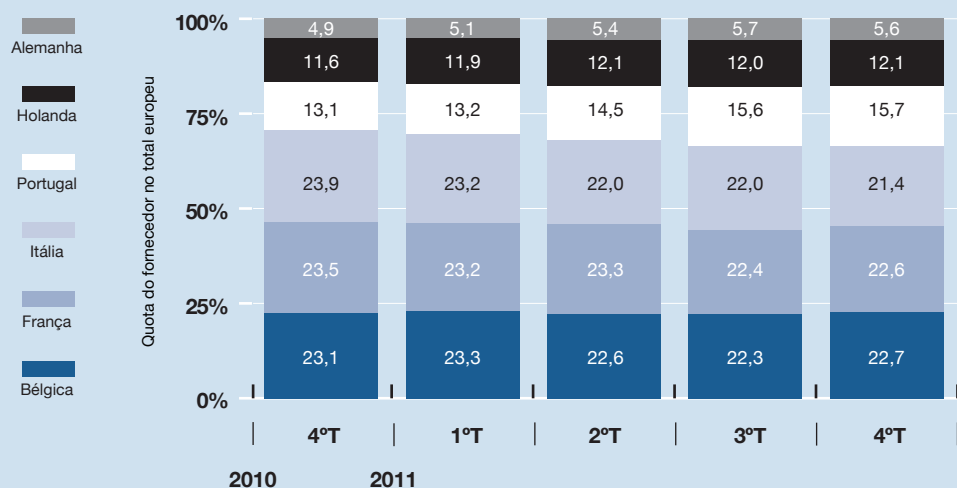
- As correcções estatísticas dão agora também algum ganho à Alemanha. Resta saber qual o papel que aqui pode ter o calçado alemão subcontratado no Leste.

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

G20 Evolução dos fornecedores a Espanha



G21 Top fornecedores europeus da Espanha



Reino Unido: como consegue aguentar-se a Espanha?

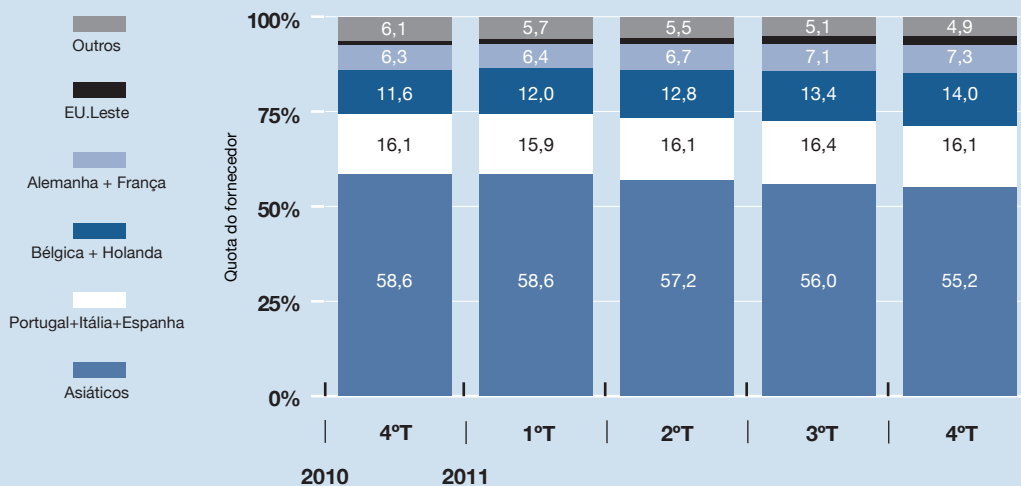
- De novo se confirma que, à medida que a “excessiva” quota asiática (directa) perde fulgor, sobem no Reino Unido a Bélgica e Holanda, seguramente com a mesma origem, e melhores estruturas portuárias de entrada na União: Roterdão é TOP10 e Antuérpia é TOP14, enquanto o 1º porto inglês é apenas TOP 34 (Felixstowe).

- Portugal continua a acompanhar a Itália na perda de posições. Contrariamente, a Espanha parece imune a essa sorte, tal como a Alemanha, e a França consegue até melhorar o seu posicionamento no Reino Unido. Este fenómeno poderá ter a ver, não apenas com a diversa tipologia das ofertas (vide “Caso do Trimestre” da edição 4/2011), mas também com a nacionalidade das grandes insígnias europeias de retalho que operam neste mercado.

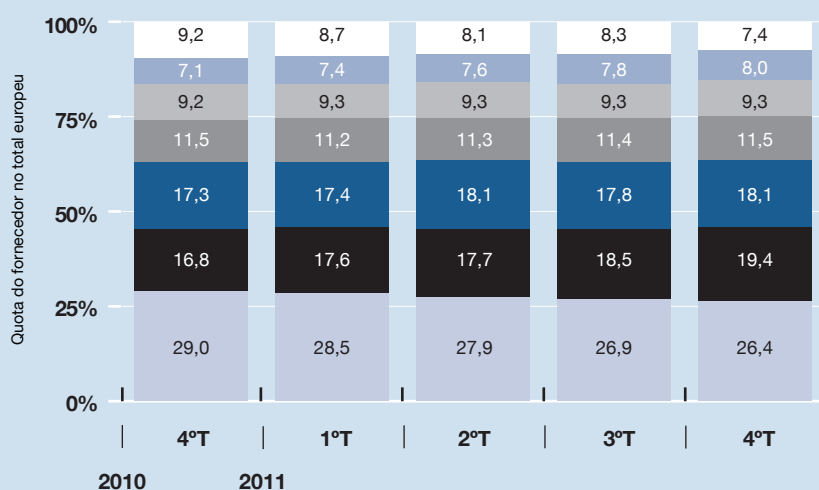
- Com a previsível continuação da fragilidade macro-dinâmica do Consumo Privado e da Importação do Reino Unido (gráfico G27) será difícil o calçado português recuperar quota em valor deste mercado ou manter a sua quota física como até agora (gráfico G13) sem uma correção descendente dos preços relativos. Pior ainda se a Libra se mantiver fraca em relação ao Euro.

- A bipolaridade do **Índice Previsão. APICCAPS** específico do mercado inglês entre o 2º e 3º trimestre de 2012 (G5), apesar do seu carácter ainda experimental, poderá também traduzir esta dificuldade de ganhos consistentes.

G22 Evolução dos fornecedores do Reino Unido



G23 Top fornecedores europeus do Reino Unido



Má sorte na Europa, mas “Paris ainda não está a arder”

• No 4º trimestre todas as 3 variáveis objetivas relativas à União Europeia, agora já com dinâmica negativa do Consumo Privado, confirmaram o nosso prognóstico macroeconómico declinante sobre esta Região. E é aqui se decide, desafortunadamente, a sorte de 94% da exportação de calçado português.

• Para já, os indicadores qualitativos do 1º trimestre de 2012 parecem indicar, todavia, alguma estabilização do pessimismo. Tal sentimento traduz uma estagnação da União em 2012, aliás já confirmada pelo crescimento nulo do PIB no 1º trimestre.

• Na Área Euro as perspetivas são tendencialmente para pior, em virtude da doença “soberana” que contamina a sua periferia meridional.

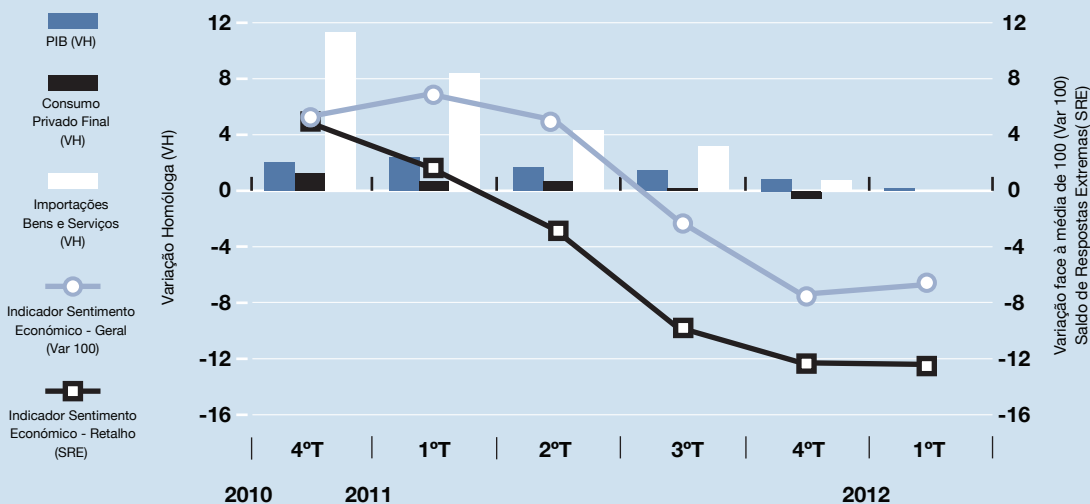
• Em França, o Consumo Privado e Importação caíram no 4º trimestre e os indicadores de sentimento continuam a deteriorar-se no 1º trimestre de 2012. Mas o PIB resistiu positivo, melhor do que se esperava.

• Embora seja reconhecido que as causas foram pontuais, é facto que tal resistência francesa permitiu colar à sustentação eleitoral da economia no 1º trimestre de 2012 (PIB a crescer). Ao que se seguirá nova moratória positiva pelo menos até ao fim do 2º, por força da inflexão eleitoral favorável à procura interna.

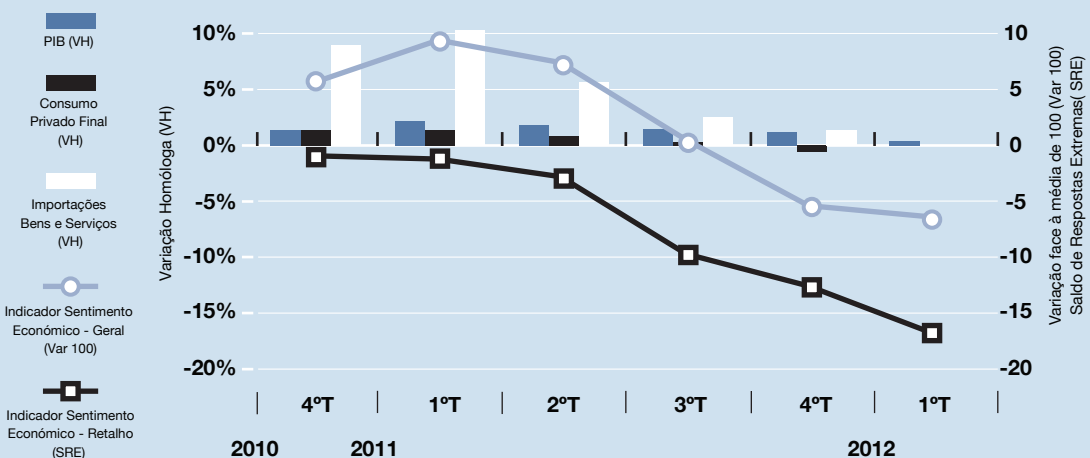
• As perspetivas da Primavera para 2012 -2013 apontam, de facto, para a França a crescer, praticamente em paralelo com a Alemanha.

3.2. Macro-motores nas Economias relevantes

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

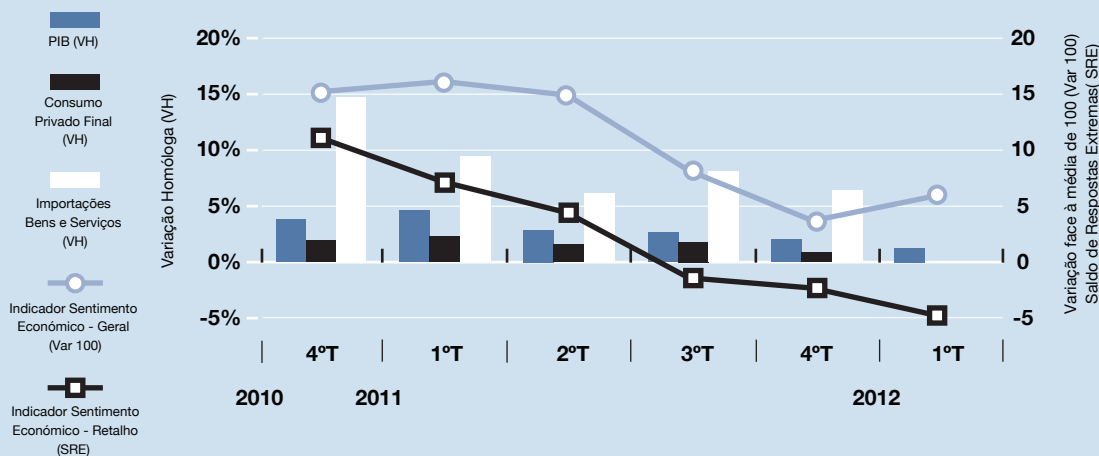


G25 França: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento

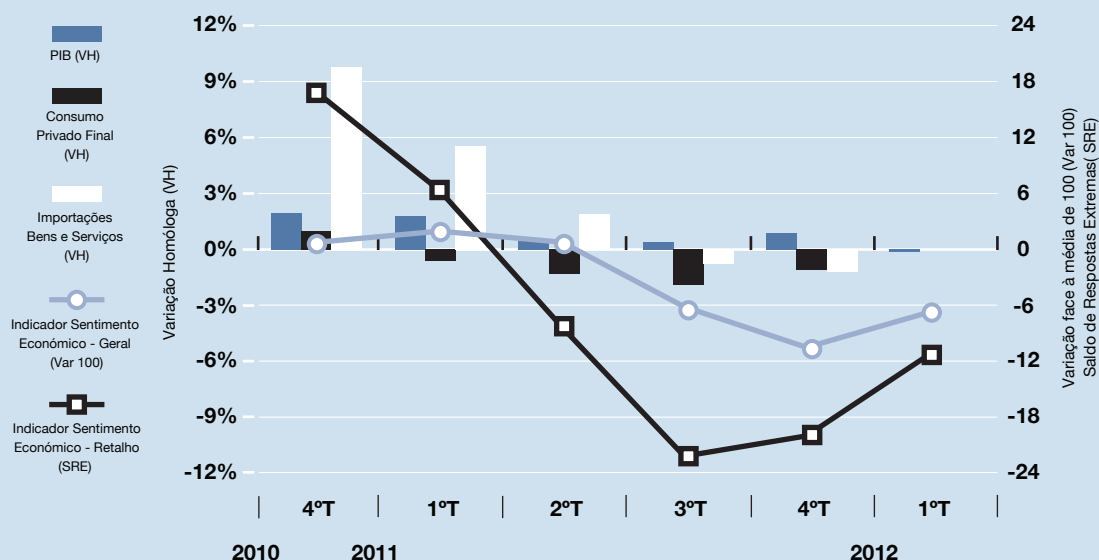


Oportunidades (macro) na Alemanha e Reino Unido

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



G27 Reino Unido: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



• As novas previsões económicas da Primavera apostam no poder de tração do crescimento (sobretudo) da Alemanha não só para não agravar a crise da União Europeia em 2012, mas também para recuperá-la em 2013. E, no 1º trimestre de 2012, o crescimento do Produto, homólogo e em cadeia, e o otimismo do sentimento económico alemão confirma-o, apesar do pessimismo retalhista estar algo mais pronunciado.

• Com a deterioração esperada do ambiente externo, especialmente na Área Euro onde a Alemanha coloca 40% das exportações, e desde que a crise da dívida soberana não venha a recair, todas as condições locais apontam para a Procura Interna como único motor de crescimento. Ou seja, maior Consumo Privado e, portanto, maior Importação, ainda que menos dinâmicos que em 2011.

• Apesar de a variação em cadeia do PIB no 1º trimestre ser também negativa para o Reino Unido as previsões económicas da Primavera apresentam algum crescimento para 2012 e, mais robusto, para 2013, em paralelo com a França e Alemanha. Diferentemente, porém, no Reino Unido a recuperação assentará sobretudo na Exportação Líquida, ajudada pela fraqueza da Libra, com dinâmicas frágeis do Consumo Privado e da Importação.

• Como temos vindo a referir em anteriores edições, tanto na Alemanha como no Reino Unido, o maior crescimento económico não tem estado historicamente associado a uma maior pujança da exportação do calçado português.

Duas crises por cima da crise de Portugal

• Apesar da melhoria no 1º trimestre dos indicadores de sentimento holandeses, as previsões da Primavera para 2012 são muito negativas para o PIB (-0,9%), atingido pela fragilidade dos seus clientes europeus e por uma quebra nunca vista (-1,5%) do Consumo Privado, a que se seguirá crescimento zero em 2013.

• Também Espanha terá entrado em crise no 1º trimestre, como o Consumo e a Importação já preanunciavam. Espanha já só respira pelo pulmão da Exportação, insuficiente dada a fraqueza da Área Euro e da União em geral. As previsões sinalizam uma razão do crescimento espanhol pelo menos em 2012 (-1,8%). O Consumo é suposto abater ainda mais, tanto em 2012 (-2,2%) como em 2013 (-1,3%), e o corte na Importação será drástico.

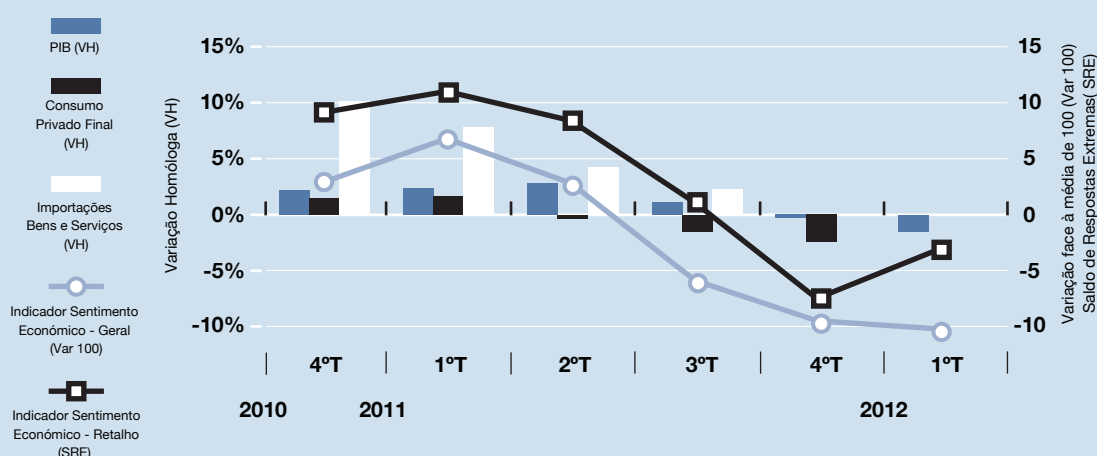
• Para Portugal as previsões cenarizam um patamar ainda mais crítico do que em 2011: PIB (-3,3%), Consumo Privado (-6,1%) e Importação (-6,8%), com ligeira retoma em 2013, salvo para o Consumo.

• A Exportação deverá funcionar também como único motor, empurrada pela contração forçada do custo do trabalho. Mas a nossa maior concentração no mercado europeu, em quebra, reduz esse efeito. Assim o calçado português não pode continuar a “pôr todos os seus sapatos na mesma Europa” (94%).

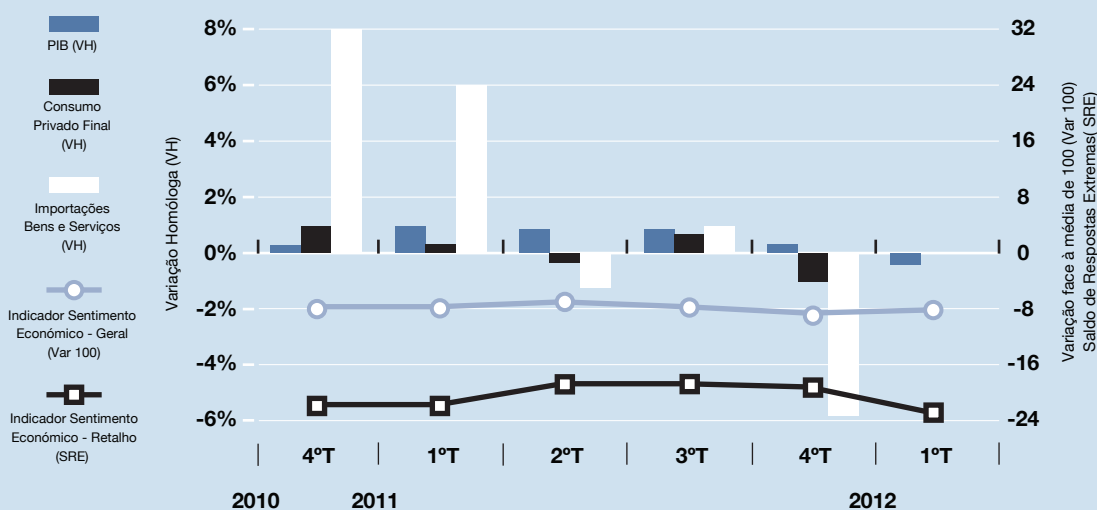
• A densidade das relações ibéricas, a sincronização da conjuntura, e a partir de agora, também, de políticas agrestes de consolidação fiscal, tornam Portugal ainda mais vulnerável a partir do 2º semestre de 2012, quando se prevê que a contração espanhola atingirá a máxima força.

3.2. Macro-motores

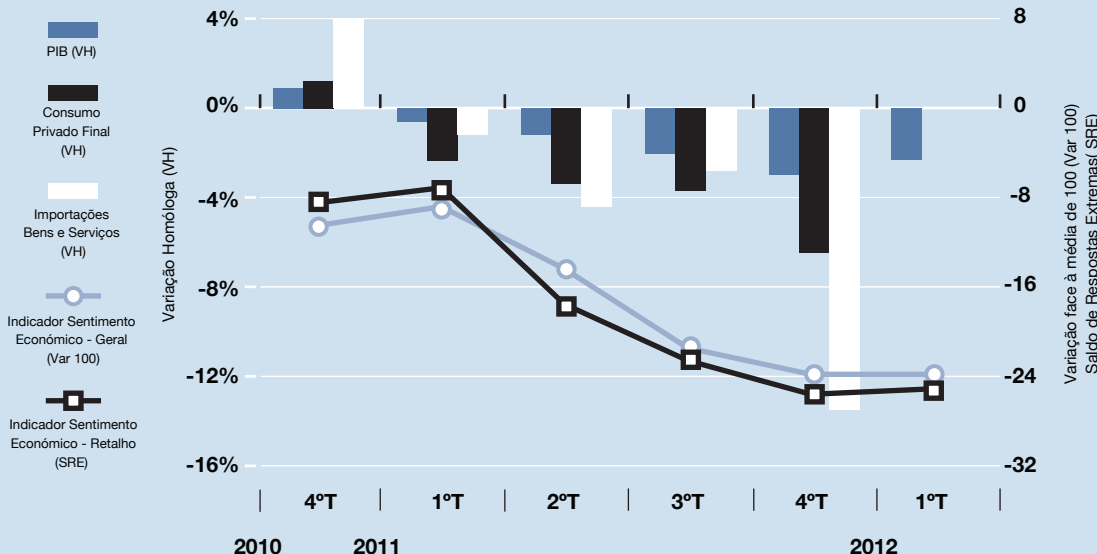
G28 Holanda: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



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













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



Confira aqui o que importa fixar

1º
trimestre
2012

	Anexo / Gráfico	
1 Afinal exportação cresce 2,5% no 1º trimestre e expectativa vira otimista no 2º	A-G1	
2 Alívio no preço da matérias prima e travão no preço da mão de obra	A-G3/G10	
3 Financiamento raro e caro mas aparentemente em novo patamar de equilíbrio	A-G3/G11	
4 Subir preços do calçado com cuidado para melhorar preço comparado com os rivais	A-G4/G10 A-G12/G13	
5 Aumentar preços relativos em França pode estar a arrumar o calçado português	B-G12/G13	
6 Pouco espaço para baixar preços relativos do calçado português na Holanda	B-G19	
7 Desastre anunciado no Consumo Privado Holandês	C-G28	
8 Continuar a ganhar quota em Espanha, mas só se não for preciso “dar “o calçado	B-G21	
9 No 2º semestre de 2012 a crise espanhola vai abater-se sobre a crise portuguesa	C-G29	
10 Se a Libra cai vai ser ainda mais difícil cavalgar alguma recuperação do mercado inglês	B-G23 C-G27	

Flashboard A

Os números do Calçado

1	Dinâmica do Negócio do Calçado	Métrica	2010	2011				2012			Apreciação Anual	Apreciação Trimestral	
			4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT			
1	Indicador Avançado de Sentimento APICCAPS	nº índice	6,0	7,5	3,8	3,5	-0,9	-0,3				▼	▲
2	Indicador Avançado de Expectativa APICCAPS	nº índice	9,1	22,2	16,5	-13,1	-29,8	18,4				▼	▲
3	Exportação Comércio Internacional Índice Previsão.APICCAPS	VH %	18,4	20,3	18,5	22,5	1,4	2,5	-1,1	-12,4		▼	▲
4	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado [EU-27] ¹	VH %	24,5	13,6	17,5	13,5	7,9	2,9					
5	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado ¹	VH %	15,5	7,7	12,3	12,4	-7,7	-10,0				▼	▼
6	Estado Negócios Sentimento	sre pp	21,2	19,0	5,0	7,0	-6,0	-30,0				▼	▼
7	Estado Negócios Expectativa	sre pp	20,5	4,4	12,0	11,0	-17,0	-16,0	-6,0			▼	▲
8	Encomendas Totais Sentimento	sre pp	14,5	0,0	16,0	-17,0	-5,0	-16,0				▼	▼
9	Encomendas Totais Expectativa	sre pp	6,4	7,5	22,0	11,0	1,0	-18,0	25,0			▲	▲
10	Percepção: nenhuma ameaça	%					20	24					▲
11	Percepção: preço das matérias primas	%					40	28					▼
12	Percepção: insuficiência encomendas estrangeiras	%					40	54					▲
13	Percepção: insuficiência encomendas nacionais	%					25	32					▲
14	Percepção: concorrência de importações	%					33	24					▼
15	Percepção: dificuldade de abastecimento das matérias primas	%					23	17					▼
16	Percepção: escassez de mão de obra qualificada	%					10	6					▼
17	Percepção: dificuldades financeiras	%					13	13					▬
18	Percepção: legislação laboral	%					7	4					▼
19	Percepção: escassez de mão de obra	%					2	0					▼
20	Percepção: condições climáticas	%					10	11					▬
21	Percepção: condicionamento no acesso ao mercados externos	%					2	3					▬
22	Percepção: situação cambial	%					0	3					▲
23	Percepção: legislação fiscal	%					3	3					▬
24	Percepção: outras	%					3	6					▲
2.1 Formação da Procura Sectorial													
25	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - União Europeia [EU-27] ¹	VH %	31,8	12,8	22,1	14,2	12,0	4,2					
26	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	19,2	6,2	16,5	14,6	-5,1	-1,7				▼	▲
27	Encomendas Externas Sentimento	sre pp	10,4	12,0	22,0	-13,0	-5,0	-19,0				▼	▼
28	Encomendas Externas Expectativa	sre pp	14,1	1,6	26,0	4,0	0,0	-19,0	27,0			▬	▲
29	Preços Externos Sentimento	sre pp	7,7	30,0	17,0	17,0	2,0	25,0				▼	▲
30	Preços Externos Expectativa	sre pp	7,7	22,2	25,0	15,0	-2,0	9,0	11,0			▼	▲
31	Volume Negócios no mercado EU-27 do Calçado - União Europeia [EU-27] ¹	VH %	18,4	13,4	13,5	12,2	4,4	0,7					
32	Volume Negócios Nacional incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	10,5	10,4	6,7	8,0	-11,5	-24,5				▼	▼
33	Importações portuguesas de Calçado	VH %	34,7	7,5	7,6	-2,0	-6,2	5,1				▼	▲
34	Preços no Consumidor Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	0,6	-0,9	1,1	-1,2	1,3	1,1					
35	Preços no Consumidor Calçado - Portugal	VH %	-1,9	-3,1	-2,3	-4,6	-1,6	-3,3				▼	▼
36	Preços Nacionais Sentimento	sre pp	2,0	21,0	9,0	11,0	-5,0	4,0				▼	▲
37	Preços Nacionais Expectativa	sre pp	5,1	18,5	22,0	11,0	1,0	9,0	7,0			▼	▼

2.2 Capacidade de oferta do Sector do Calçado	Métrica	2010		2011			2012			Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
		4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT		
38 Índice de Produção Industrial incl. Calçado - União Europeia [EU-27] ¹	VH %	3,6	6,1	8,2	2,3	-1,6	-5,3				
39 Índice de Produção Industrial incl. Calçado - Portugal	VH %	11,2	12,2	7,9	7,9	-9,3	-6,8			▼	▲
40 Evolução da produção Sentimento	sre pp	0,0	12,0	9,0	0,0	-12,0	-26,0			▼	▼
41 Evolução da produção Expectativa	sre pp	3,8	13,6	21,0	20,0	-12,0	-9,0	25,0		▲	▲
42 Utilização Capacidade Produtiva Sentimento	sre pp	7,2	14,0	8,0	8,0	-18,0	-30,0			▼	▼
43 Índice de Emprego incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	0,2	2,8	3,8	5,2	3,9					
44 Índice de Emprego incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	1,3	2,2	3,7	3,8	1,9	0,3			▼	▼
45 Emprego Sentimento	sre pp	13,2	10,0	10,0	7,0	0,0	-1,0			▼	▼
46 Emprego Expectativa	sre pp	6,4	7,4	4,0	-1,0	0,0	-10,0	-7,0		▼	▲
47 Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	3,5	3,7	4,3	3,6	2,0					
48 Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	1,4	3,4	3,8	3,1	0,7	-1,9			▼	▼
49 Índice de Preços na Produção Industrial incl. Calçado	VH %	0,2	0,3	0,5	0,7	0,7	2,3			▲	▲
50 Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	1,4	0,6	-1,0	-23,6	-23,8					
51 Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	-0,5	-7,4	-1,6	-3,2	10,4	12,1			▲	▲
52 Índice de referência do custo do couro bovino ²	VH %	13,1	15,4	15,0	14,0	5,5	-1,1			▼	▼
53 Empréstimos concedidos Calçado - saldos	VH %	2,3	-0,5	-1,1	-2,3	-6,6	-6,5			▼	▬
54 Empréstimos em incumprimento Calçado - rácio de crédito vencido	%	9,0	9,5	9,0	9,8	11,3	12,6			▲	▲
55 Taxa de juro para empréstimos (até 1 M Euros) a sociedades não financeiras	%	5,9	6,3	6,7	7,2	7,5	7,5			▲	▬

¹A variação do 1º trimestre de 2012 face ao trimestre homólogo apenas compara os meses de Janeiro e Fevereiro, um vez que não existem dados disponíveis para Março.
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	
		4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT			
PORTUGAL												
1	Valor das importações	10^6 €	91	133	81	133	85				▼	▼
Quota nas importações em €¹												
2	Itália	% mm4	9,6	10,0	10,2	10,3	9,7				▬	▼
3	Espanha	% mm4	45,2	44,5	45,0	45,3	44,9				▼	▼
4	Alemanha	% mm4	2,6	2,7	2,6	2,6	2,4				▬	▬
5	França	% mm4	5,7	5,6	5,5	5,6	6,1				▲	▲
6	Holanda	% mm4	6,5	6,2	6,1	6,3	7,0				▲	▲
7	Bélgica	% mm4	11,7	11,4	10,9	10,8	11,9				▬	▲
8	EU.Leste²	% mm4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2				▬	▬
9	Asiáticos³	% mm4	13,8	15,0	15,0	14,4	13,1				▼	▼
10	Outros	% mm4	4,6	4,3	4,4	4,4	4,6				▬	▬
FRANÇA												
11	Quota dinâmica⁴ 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 %	13,7	10,9	6,1	12,4	-7,7	-0,8	-4,8	-21,5	▼	▲
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	212	215	223	229	233				▲	▲
17	Quota de Portugal nas importações em Volume¹	% mm4	3,6	3,5	3,4	3,3	3,2				▼	▬
Quota nas importações em €¹												
18	Portugal	% mm4	7,7	7,4	7,4	7,5	7,4				▼	▬
19	Itália	% mm4	21,3	20,8	20,9	21,0	21,2				▬	▬
20	Espanha	% mm4	8,0	7,7	7,6	7,4	7,3				▼	▬
21	Alemanha	% mm4	4,7	4,7	4,7	4,7	4,8				▬	▬
22	Holanda	% mm4	7,3	7,3	7,3	7,2	6,8				▼	▼
23	Bélgica	% mm4	12,1	12,6	12,7	13,0	13,7				▲	▲
24	EU.Leste²	% mm4	2,7	2,6	2,5	2,4	2,3				▼	▬
25	Asiáticos³	% mm4	26,1	26,7	26,6	26,4	26,2				▬	▬
26	Outros	% mm4	10,1	10,1	10,2	10,4	10,5				▲	▬
ALEMANHA												
27	Quota dinâmica⁴ 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 %	22,8	20,3	18,9	30,6	14,1	15,0	3,0	-5,9	▼	▲
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	254	247	244	246	248				▼	▬
33	Quota de Portugal nas importações em Volume¹	% mm4	1,7	1,7	1,7	1,8	1,7				▬	▬
Quota nas importações em €¹												
34	Portugal	% mm4	4,3	4,2	4,3	4,4	4,3				▬	▬
35	Itália	% mm4	13,3	13,3	13,1	13,0	13,0				▬	▬
36	Espanha	% mm4	2,6	2,5	2,3	2,3	2,3				▼	▬
37	França	% mm4	2,8	2,9	2,9	3,0	3,1				▲	▬
38	Holanda	% mm4	6,5	6,6	6,7	7,0	7,1				▲	▬
39	Bélgica	% mm4	5,3	5,1	5,0	5,0	5,1				▬	▬
40	EU.Leste²	% mm4	10,2	9,9	10,3	10,4	10,7				▲	▲
41	Asiáticos³	% mm4	39,1	39,9	40,0	39,6	39,3				▬	▼
42	Outros	% mm4	16,0	15,6	15,5	15,4	15,0				▼	▼

¹Não considera a produção própria do país no cálculo da quota.

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.

⁴ Quota calculada a partir do produto da importação global do mercado pela média da sua taxa de crescimento no período.

3.1 Rivalidade nos mercados mais relevantes		Métrica	2010	2011			2012			Apreciação Anual	Apreciação Trimestral	
			4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT		
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 %	22,6	28,1	59,5	32,9	17,6	1,7	-31,2	-33,8	▼	▼
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	289	278	273	262	261				▲	▬
49	Quota de Portugal nas importações em Volume ¹	% mm4	1,9	1,9	2,2	2,5	2,6				▲	▬
Quota nas importações em €¹												
50	Portugal	% mm4	5,4	5,4	6,0	6,5	6,7				▲	▬
51	Itália	% mm4	9,8	9,4	8,9	9,0	8,9				▼	▬
52	Alemanha	% mm4	2,0	2,1	2,3	2,4	2,4				▲	▬
53	França	% mm4	9,7	9,5	9,6	9,4	9,6				▬	▬
54	Holanda	% mm4	4,7	4,8	4,9	5,0	5,1				▲	▬
55	Bélgica	% mm4	9,4	9,4	9,2	9,2	9,6				▬	▲
56	EU.Leste ²	% mm4	0,7	0,7	0,9	1,1	1,3				▲	▬
57	Asiáticos ³	% mm4	49,7	50,5	50,0	49,4	49,1				▼	▼
58	Outros	% mm4	8,6	8,2	8,1	7,9	7,5				▼	▼
HOLANDA												
59	Quota dinâmica ⁴ 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 %	12,0	22,7	21,9	18,4	7,6	-13,9	-8,9	-17,6	▼	▼
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	329	326	323	305	307				▼	▬
65	Quota de Portugal nas importações em Volume ¹	% mm4	2,7	2,7	2,6	2,7	2,6				▬	▬
Quota nas importações em €¹												
66	Portugal	% mm4	9,0	8,7	8,5	8,2	8,0				▼	▬
67	Itália	% mm4	9,2	9,2	8,9	8,9	8,5				▼	▼
68	Espanha	% mm4	1,9	1,6	1,5	1,4	1,4				▼	▬
69	Alemanha	% mm4	8,6	8,7	9,3	9,5	9,5				▲	▬
70	França	% mm4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4				▬	▬
71	Bélgica	% mm4	14,3	13,8	13,6	13,6	13,3				▼	▼
72	EU.Leste ²	% mm4	2,9	2,9	3,1	3,3	3,3				▲	▬
73	Asiáticos ³	% mm4	45,1	45,7	45,7	45,2	45,0				▬	▬
74	Outros	% mm4	7,8	8,2	8,1	8,5	9,6				▲	▲
REINO UNIDO												
75	Quota dinâmica ⁴ 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 %	22,0	8,4	-16,4	19,8	-34,2	-21,4	31,4	-41,9	▼	▲
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	279	270	273	274	277				▬	▲
81	Quota de Portugal nas importações em Volume ¹	% mm4	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0				▬	▬
Quota nas importações em €¹												
82	Portugal	% mm4	3,2	3,0	2,9	3,0	2,8				▼	▬
83	Itália	% mm4	9,8	9,7	9,9	10,0	9,9				▬	▬
84	Espanha	% mm4	3,1	3,2	3,3	3,4	3,5				▲	▬
85	Alemanha	% mm4	3,9	3,8	4,0	4,2	4,3				▲	▬
86	França	% mm4	2,4	2,5	2,7	2,9	3,0				▲	▬
87	Holanda	% mm4	5,7	6,0	6,3	6,8	7,2				▲	▲
88	Bélgica	% mm4	5,9	6,0	6,5	6,6	6,8				▲	▬
89	EU.Leste ²	% mm4	1,4	1,5	1,7	1,9	2,5				▲	▲
90	Asiáticos ³	% mm4	58,6	58,6	57,2	56,0	55,2				▼	▼
91	Outros	% mm4	6,1	5,7	5,5	5,1	4,9				▼	▬

Flashboard C

Macroeconomia dos mercados mais relevantes¹

3.2	Macro-motores nas Economias relevantes	Métrica	2010 4ºT	2011				2012 1ºT	Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
UNIÃO EUROPEIA 27										
1	PIB	VH cvs %	2,0	2,4	1,6	1,4	0,8	0,0	▼	▼
2	Consumo	VH cvs %	1,1	0,6	0,5	0,1	-0,5		▼	▼
3	Importação	VH cvs %	11,2	8,4	4,3	3,1	0,7		▼	▼
4	Sentimento económico global	índ-100cvs	5,3	6,9	5,0	-2,1	-7,4	-6,7	▼	▲
5	Sentimento económico Comércio a retalho	sre pp cvs	4,9	1,7	-2,8	9,7	-12,2	-12,4	▼	▼
ALEMANHA										
6	PIB	VH cvs %	3,8	4,6	2,9	2,7	2,0	1,2	▼	▼
7	Consumo	VH cvs %	1,8	2,1	1,5	1,7	0,7		▼	▼
8	Importação	VH cvs %	14,7	9,5	6,1	8,1	6,4		▼	▼
9	Sentimento económico global	índ-100cvs	15,2	16,1	14,9	8,2	3,7	5,9	▼	▲
10	Sentimento económico Comércio a retalho	sre pp cvs	11,1	7,1	4,4	-1,4	-2,3	-4,8	▼	▼
FRANÇA										
11	PIB	VH cvs %	1,3	2,2	1,7	1,5	1,2	0,3	▼	▼
12	Consumo	VH cvs %	1,3	1,3	0,7	0,1	-0,5		▼	▼
13	Importação	VH cvs %	8,9	10,3	5,7	2,5	1,3		▼	▼
14	Sentimento económico global	índ-100cvs	5,7	9,3	7,4	0,5	-5,5	-6,4	▼	▼
15	Sentimento económico Comércio a retalho	sre pp cvs	-1,0	-1,3	-2,8	-9,8	-12,7	-16,8	▼	▼
HOLANDA										
16	PIB	VH cvs %	2,3	2,8	1,6	1,1	-0,1	-1,3	▼	▼
17	Consumo	VH cvs %	1,4	-0,1	-0,6	-1,3	-2,3		▼	▼
18	Importação	VH cvs %	10,2	7,8	4,2	2,2	0,0		▼	▼
19	Sentimento económico global	índ-100cvs	3,0	6,8	2,9	-5,8	-9,4	-10,1	▼	▼
20	Sentimento económico Comércio a retalho	sre pp cvs	9,2	11,0	8,5	1,1	-7,3	-3,0	▼	▲
REINO UNIDO										
21	PIB	VH cvs %	1,9	1,7	0,4	0,3	0,5	0,0	▼	▼
22	Consumo	VH cvs %	0,8	-0,6	-1,3	-1,9	-1,1		▼	▲
23	Importação	VH cvs %	9,7	5,5	1,8	-0,9	-1,3		▼	▼
24	Sentimento económico global	índ-100cvs	0,7	1,8	0,5	-6,4	-10,8	-7,0	▼	▲
25	Sentimento económico Comércio a retalho	sre pp cvs	16,7	6,2	-8,6	-22,4	-20,3	-11,6	▼	▲
ESPAÑA										
26	PIB	VH cvs %	0,2	0,9	0,8	0,8	0,3	-0,4	▼	▼
27	Consumo	VH cvs %	0,9	0,2	-0,3	0,6	-1,0		▼	▼
28	Importação	VH cvs %	8,0	6,0	-1,3	0,9	-5,9		▼	▼
29	Sentimento económico global	índ-100cvs	-8,0	-7,8	-7,1	-7,8	-8,8	-8,3	▼	▲
30	Sentimento económico Comércio a retalho	sre pp cvs	-21,9	-21,8	-19,0	-18,9	-19,4	-23,0	▼	▼
PORTUGAL										
31	PIB	VH cvs %	1,0	-0,5	-1,1	-2,0	-2,9	-2,2	▼	▲
32	Consumo	VH cvs %	1,2	-2,3	-3,3	-3,6	-6,4		▼	▼
33	Importação	VH cvs %	4,1	-1,1	-4,3	-2,7	-13,5		▼	▼
34	Sentimento económico global	índ-100cvs	-10,4	-8,7	-14,4	-21,5	-23,8	-23,8	▼	▼
35	Sentimento económico Comércio a retalho	sre pp cvs	-8,4	-7,0	-17,5	-22,6	-25,6	-25,3	▼	▲



PREVISÃO.APICCAPS

FONTES

APICCAPS
www.apiccaps.pt

APICCAPS: Comércio Internacional - Síntese Mensal, Março de 2012

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

European Economic Forecast - Spring 2012, DG EcFin
http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2011/pdf/ee-2011-6_en.pdf

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