

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

3 / 2012

Composição da FootGrafia

Repto aos Leitores : “O que se passa com os preços das matérias-primas?” [pág. 14]
A APICCAPS agradece a sua opinião sobre este ou qualquer outro tema, no local próprio do nosso site www.apiccaps.pt .
Publicaremos, com resposta do Editor, nas edições seguintes.

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
Caso do Trimestre: Prever o Futuro é Tentar Compreender o Presente	10
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 (não) corrigidos de sazonalidade (ncs/ vcs). Valores aos quais (não) 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**

O crescimento da exportação de calçado foi interrompido no 3º trimestre embora o Sector mantenha sinais de otimismo até ao fim do ano. A partir de 2013 o sentimento nas economias da União Europeia é claramente pessimista e a macroeconomia vai-se ressentir em termos de PIB e, sobretudo de Consumo Privado. Consumo alemão e britânico podem salvar-se, enquanto na Península nem vê-lo. A importação doméstica de calçado (menos 18%) que o diga. E não há mais espaço para ilusões de *pricing* em qualquer mercado, nomeadamente em França. Desalavancagem forçada em contra-ciclo pode aumentar *stress* financeiro do Sector.

Dinâmica
do
Negócio
Síntese
trimestral
APICCAPS

A P I C C A P S

1. Dinâmica do Negócio

Síntese trimestral APICCAPS

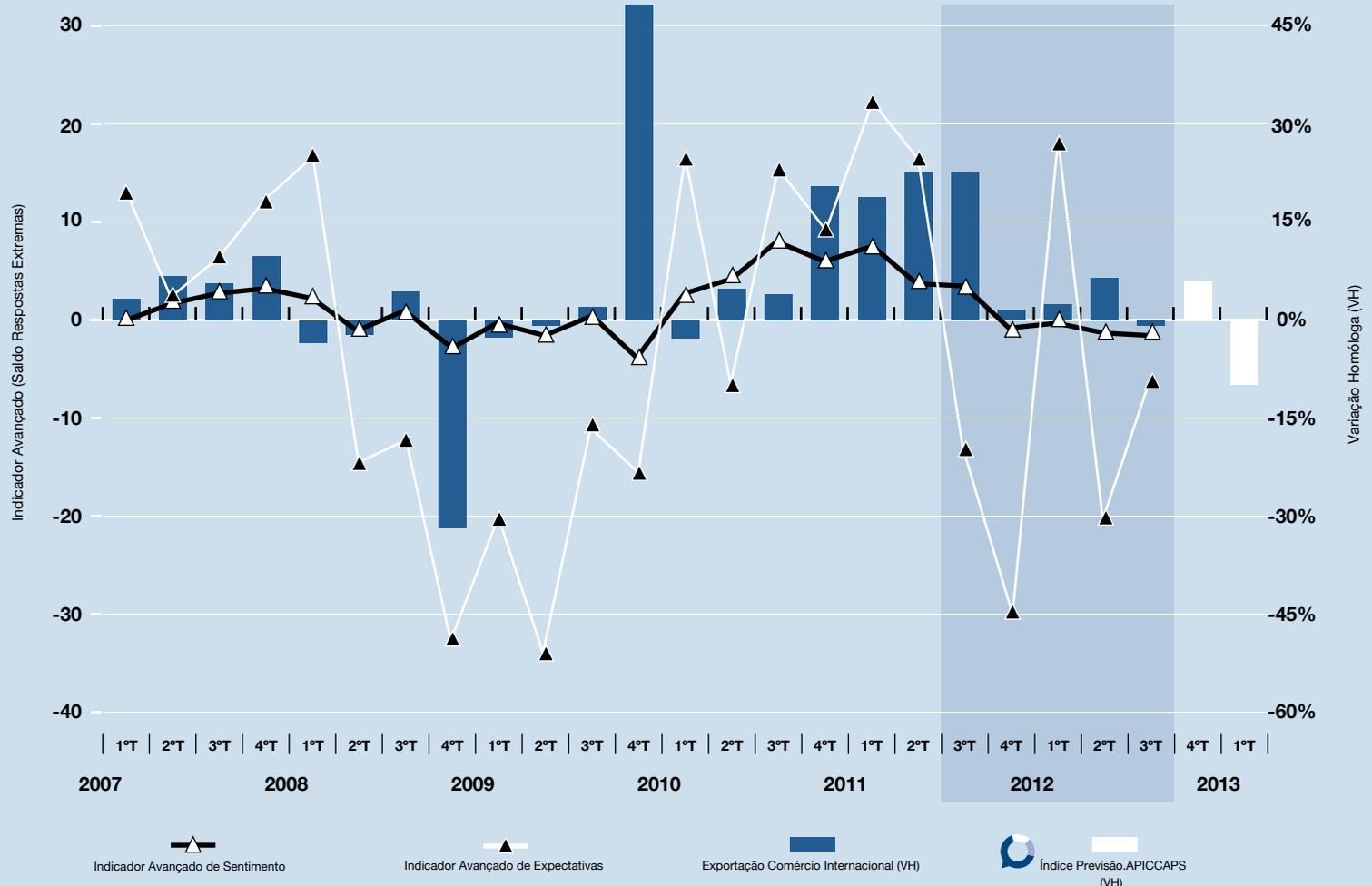
- O **Índice Avançado de Sentimento da APICCAPS** (tal como o das expectativas dos industriais) continuou pessimista pelo quarto trimestre consecutivo e a evolução das exportações de calçado no 3º trimestre (valores provisórios) já estará negativa, embora não tanto como prenunciava a 2ª estimativa do **Índice Previsão.APICCAPS** para este último trimestre.

- Mas, inesperadamente, o modelo de previsão subjacente que, em primeira estimativa, dava também para o 4º trimestre de 2012 uma variação negativa, aponta agora numa clara evolução positiva.

- Esta estranha inversão no sentido da previsão resultará, porventura, da surpresa dos industriais pelo facto de o seu sentimento no 3º trimestre, quanto ao negócio e às encomendas totais, ter excedido as expectativas (G2). E de, aparentemente, o aumento dos preços externos não ter encontrado tanta resistência quanto contavam (G4).

- A inversão não tem, porém, sustentação na previsão macroeconómica europeia (G24), nem, por maioria de razão, na macroeconomia Ibérica (G29 e G30). Esta realidade macroeconómica poderá ser um balde de água fria nestas expectativas do Sector.
- Já a primeira estimativa - negativa - do **Índice Previsão.APICCAPS** para o 1º trimestre de 2013 parece mais consistente com a evolução macroeconómica negativa prevista pelas instituições internacionais para o próximo ano.

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



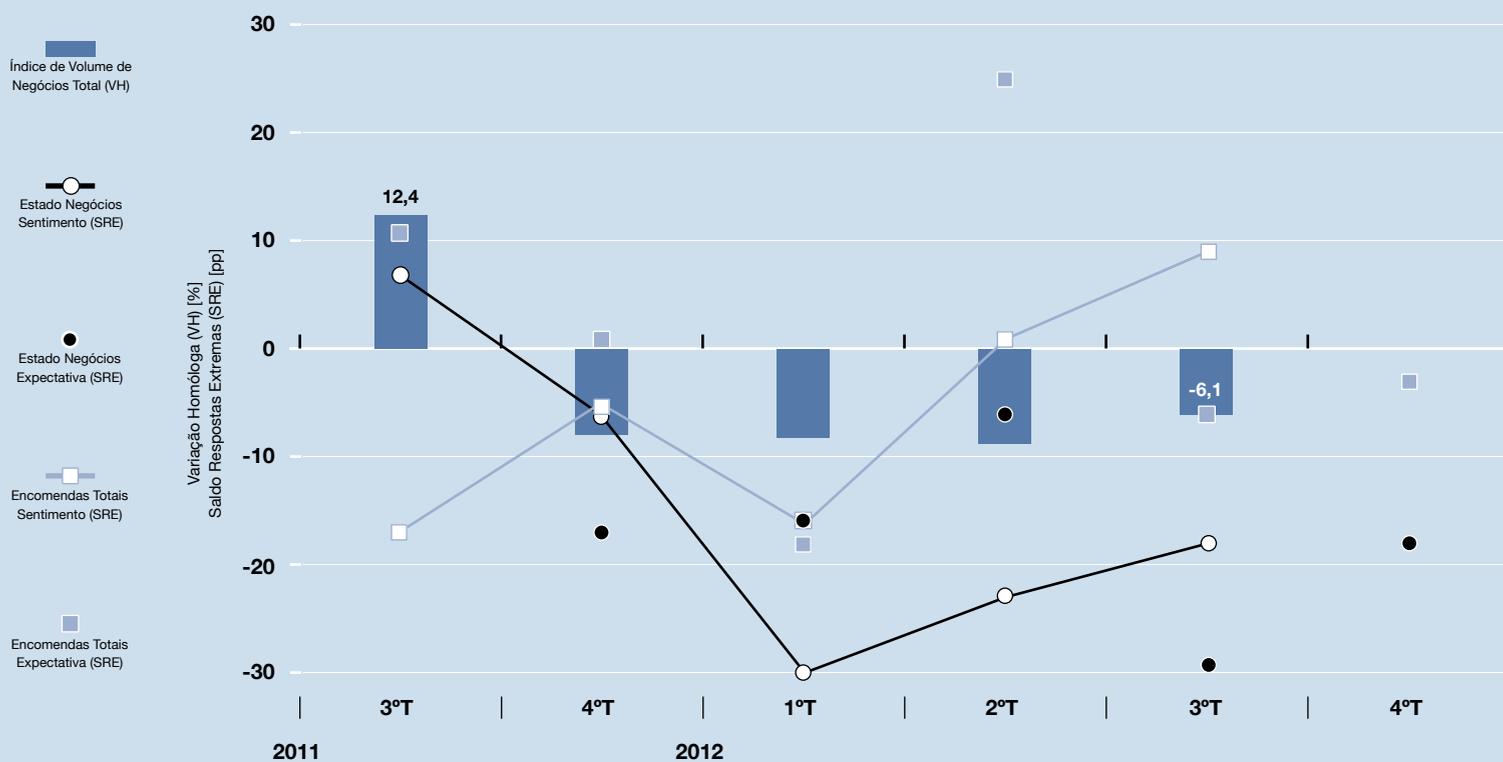
Síntese trimestral APICCAPS

- O Índice de Volume de Negócios Total do 3º trimestre, apesar do seu perímetro mais amplo, replica bem a evolução do sentimento do Sector do calçado acerca do estado de negócios: de mais a menos em relação ao ano anterior, mas menos mal do que no 2º trimestre.

- As expectativas de negócio para o 3º trimestre, formuladas no trimestre anterior, foram ultrapassadas para melhor e, talvez por isso, são agora menos pessimistas para o 4º trimestre.

- A apreciação pela indústria sobre as encomendas totais também excedeu as expectativas, e passa claramente a terreno otimista o que terá determinado também o menor pessimismo para o 4º trimestre de 2012.

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



- No 3º trimestre, a percepção sobre a escassez das encomendas externas, apesar de muito extensa, é menos generalizada do que no trimestre anterior.

- Em relação às encomendas domésticas - menos ponderadas num sector virado para a exportação - não se evidencia tendência para melhorar, o que é natural num contexto macroeconómico de profunda recessão doméstica.

- A preocupação com a escassez de mão de obra, qualificada ou não, desapareceu praticamente da cabeça dos industriais, em linha com uma clara desaceleração da economia.

- Neste contexto, a persistência, extensão e agravamento das queixas quanto a preços e acesso a matérias primas continua um mistério. O índice de referência de preços de couro bovino continuou em variação negativa (G10).

- À medida que o brilho da exportação dá sinais de empalidecer as dificuldades financeiras parecem começar, de novo, a pesar nas preocupações do Sector e, de facto, o peso do crédito vencido volta a subir (G11).

- A amplitude dos receios sobre a concorrência das importações baixou para valores menos surpreendentes do que os anteriores. A quebra brutal das importações (-18%, conforme G6) justifica-o.

- Mas, um em cada quatro inquiridos continua ainda a assinalar esta ameaça, e é possível que o seu número volte a agravar-se no futuro.

- Isto porque a falta de mercado externo irá empurrando mais oferta para o mercado doméstico, e isso acicatará as percepções e as pressões protecionistas das unidades internacionalmente menos competitivas.

G3 Evolução das AMEAÇAS desde o trimestre anterior

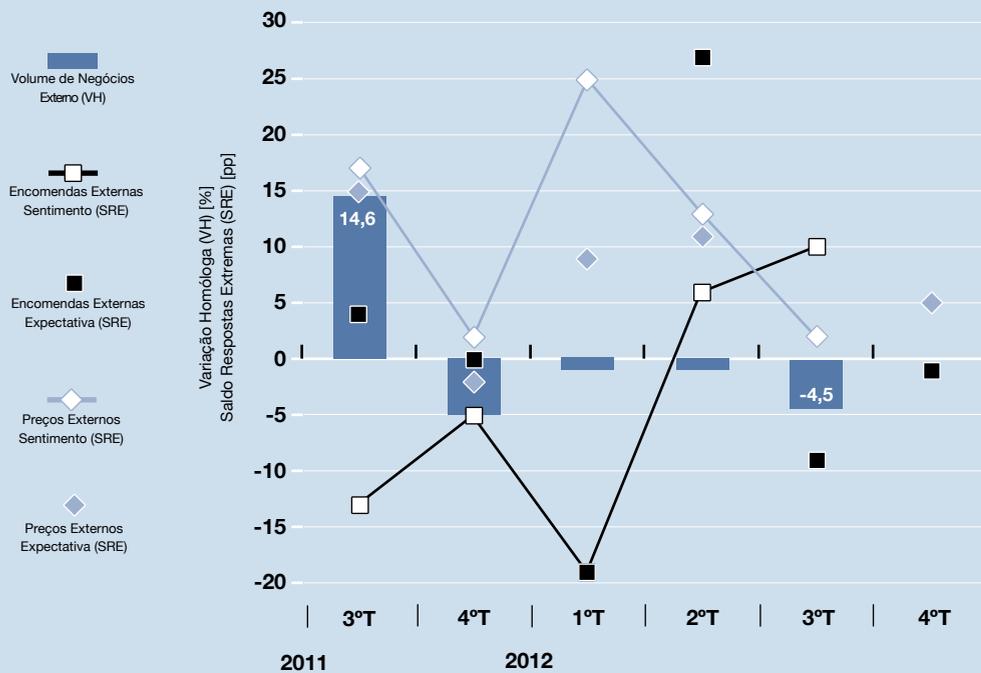
Evolução das AMEAÇAS desde o trimestre anterior	A correr pior					Δpp	A correr igual ou melhor					
Nenhuma dificuldade						1	23					
Preço das matérias-primas	37					6						
Encomendas de clientes nacionais insuficientes		26				1						
Dificuldades de abastecimento de matérias-primas			24			1						
Dificuldades financeiras				13		4						
Legislação laboral					4	2						
Encomendas de clientes estrangeiros insuficientes						-4	47					
Concorrência de importações						-7	24					
Condições climáticas						-2	6					
Legislação fiscal						0	3					
Escassez de mão-de-obra qualificada						-11	3					
Situação cambial						0	0					
Condicionamentos do acesso a mercados externos						0	0					
Escassez de mão-de-obra						-3	0					
% da amostra	40	30	20	10	0	Δpp	0	10	20	30	40	50

Procura e Condições de Oferta do Sector

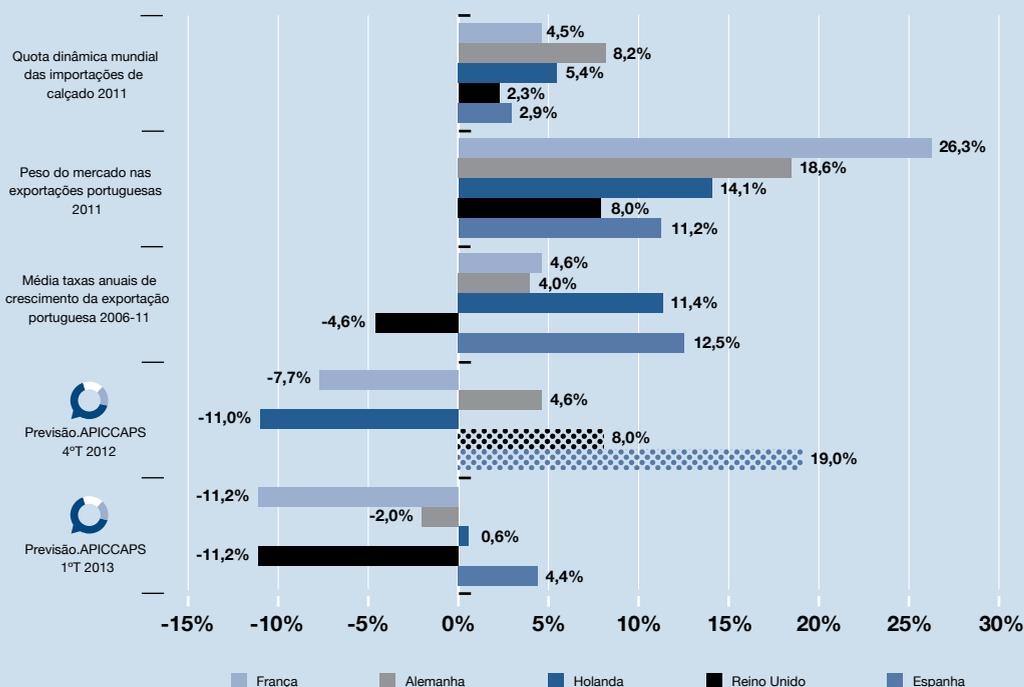
A P I C C A P S

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



Otimismo exportador desafia macroeconomia

- A perceção da indústria sobre o andamento das encomendas externas no 3º trimestre foi otimista (consistente com G2), ao contrário da expectativa pessimista que se antecipava, enquanto o sentimento acerca dos preços bateu certo com a expectativa, ambos ligeiramente virados a otimismo.

- Contrariamente, o Índice do Volume de Negócios Externo mostrou maior ritmo de decréscimo, o que terá a ver com o facto de incluir outros subsectores menos competitivos da fileira, para além da exportação de calçado.

- Para o 4º trimestre evidencia-se a revisão das expectativas de encomendas externas de calçado, também no sentido do otimismo, reforçado por idêntica perspetiva quanto aos respetivos preços.

- O Índice Previsão.APICCAPS parece confirmar estas expectativas em 3 dos TOP5 mercados, mas em dois deles (Reino Unido e Espanha) as estatísticas preliminares da exportação de calçado, acumulada em Setembro, parecem contrariar tal andamento positivo.

- Assinale-se que na atualização de 2010 para 2011 das quotas dinâmicas dos TOP5, agora apresentada, são justamente aqueles dois mercados que evoluíram menos favoravelmente. Sendo que a Espanha perdeu duplamente, pois além da diminuição do peso na importação mundial já em 2011, apresentou também uma redução quinquenal da média das taxas de crescimento no período 2006-11.

- Como quer que seja, a acreditar-se nos níveis do Índice Previsão.APICCAPS para o 1º trimestre de 2013, é de esperar uma revisão próxima, em baixa, das expectativas do Sector, mais conformes com as previsões macroeconómicas disponíveis (G24 e seguintes).

Prever o Futuro é Tentar Compreender o Presente¹

A premissa de que “não se pode gerir, o que não se mede”², define uma nova cultura de tomada de decisões, que em vez de se fundamentar na intuição, o que nós pensamos, privilegia o rigor empírico, o que nós sabemos.

A FOOTGRAFIA têm apresentado previsões sobre a evolução do mercado das exportações de calçado, quer a nível agregado, quer dos TOP5 países importadores: Alemanha, Espanha, França, Holanda e Reino Unido. É uma forma de antecipar a tendência dinâmica do sector e a performance desses mercados, cruciais para o seu crescimento. Com tal informação as empresas, através dos instrumentos que controlam – design e desenvolvimento de produto, intensificação da ação comercial, preços, promoções e distribuição –, poderão interferir nessa tendência, e, se o fizerem numa base alargada, o Sector poderá ter um desempenho internacional superior ao dos seus concorrentes que apenas naveguem ao sabor da conjuntura.

QUE INFORMAÇÃO QUANTITATIVA?

A informação é, pois, essencial. Mas sendo as fontes múltiplas e diversificadas a função dos analistas é selecionar a informação económica a utilizar de acordo com critérios de coerência estatística, através de um processo que passa por uma monitorização permanente.

Porém, a vantagem comparativa advém dos modelos analíticos que permitem aos gestores prever e otimizar os resultados.

No modelo Previsão.APICCAPS recolhem-se dados estatísticos – exportações e importações de calçado em quantidade, valor e respetivos preços médios – e cruzam-se com informação qualitativa de origem interna – inquérito de conjuntura realizado pela APICCAPS aos agentes da indústria – e também de origem externa – indicadores de confiança dos retalhistas e consumidores europeus (ver Figura 1).



Figura 1 | FOOTGRAFIA e Informação Trimestral da Indústria de Calçado

QUE ANÁLISES SÃO REALIZADAS?

Os instrumentos estatísticos mais úteis são a persistência – o resultado num determinado período, será idêntico ao resultado da mesma ação noutra período de tempo - e a previsão – a ligação causa-efeito permite medir o resultado da variável desejada⁴.

Ora, as exportações de calçado em quantidade e as expectativas dos empresários para o período seguinte apresentam resultados pouco relacionados entre si, e em muitos mercados as correlações são mesmo negativas. A título de exemplo (figura 2), a evolução esperada das encomendas do exterior não acompanha os valores reais das exportações, verificando-se correlações negativas em relação à Alemanha, França, Holanda e Reino Unido!

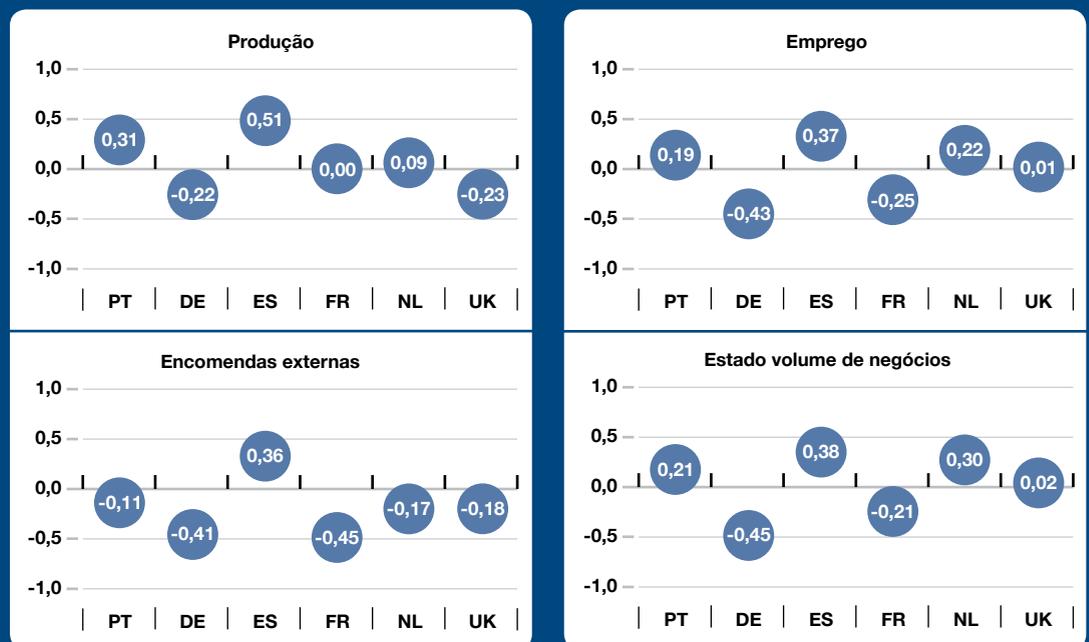


Figura 2 | Correlação entre as Exportações em Quantidade (t+1) e Expectativas da Indústria (t) em relação à Produção, Encomendas Externas, Emprego e ao Estado Volume de Negócios

De forma geral, constata-se que as correlações das diversas variáveis nos diferentes mercados são tendencialmente baixas. Porque assim é, o modelo Previsão. APICCAPS tem tido dificuldade em antecipar com a aproximação desejável a evolução das exportações.

Já se em vez de considerarmos as exportações totais tomarmos as exportações por cada um dos mercados dos Top5 países, podemos constatar (Quadro 1) a coerência da informação antecipada pelos retalhistas

e consumidores de cada um desses países, com correlações entre 0,53 (caso da França) e 0,83 (Alemanha). E pode ainda verificar-se que enquanto para a Alemanha, Espanha e França o indicador de confiança dos consumidores se revela superior ao dos retalhistas na determinação das exportações portuguesas e importações locais, na Holanda e no Reino Unido é já a informação dada pelos retalhistas que permite uma melhor estimativa das mesmas variáveis.

	Alemanha		Espanha		França		Holanda		R. Unido	
	Consumo	Retalho	Consumo	Retalho	Consumo	Retalho	Consumo	Retalho	Consumo	Retalho
Consumo	1,00		1,00		1,00		1,00		1,00	
Retalho	0,83	1,00	0,58	1,00	0,53	1,00	0,68	1,00	0,76	1,00
ExpPT_Q	-0,34	-0,35	0,51	0,55	0,12	0,41	0,21	-0,02	0,07	-0,09
ExpPT_V	0,26	0,16	0,33	0,52	0,10	0,29	-0,06	-0,02	-0,13	-0,08
ImpLoc_Q	0,30	0,36	0,17	0,49	0,38	0,46	0,38	0,27	0,34	0,33
ImpLoc_V	0,53	0,56	0,03	0,52	0,21	0,39	0,02	0,09	-0,15	0,04

ExpPT_Q - Exportações Portuguesas em Quantidade
ImpLoc_Q - Importações Locais em Quantidade

Quadro 1 | Correlação do Comercio Externo e Indicadores de Confiança do Retalho (ICRN) e do Consumo (ICCN)

Além da previsão da quantidade de calçado exportada, é necessário antecipar a tendência dos preços para cada um dos trimestres de acordo com a coleção que está a ser expedida (Quadro 2).

de Portugal para Mundo	período	Expectativas Pr. Export. 1<valores<-1
EXPORTAÇÃO GLOBAL	t+1	0,04
de Portugal para		
ALEMANHA	t+1	0,48
ESPAÑA	t+1	-0,49
FRANÇA	t+1	0,21
HOLANDA	t+1	0,33
REINO UNIDO	t+1	0,31

Quadro 2 | Correlação dos Preços de Exportação da Indústria Portuguesa (t+1) e as Expectativas da Evolução dos Preços Expressas pelos Empresários (t)

Neste domínio, a opinião expressa pelos empresários no inquérito de conjuntura também fornece indícios frágeis. Em relação ao preço médio das exportações totais verifica-se uma fraca relação entre o andamento dos preços de exportação que os empresários antecipam e a evolução dos preços médios efetivamente praticados. Como exemplos, o coeficiente de correlação é praticamente nulo (0,04), isto é, não há praticamente nenhuma capacidade de antecipação dos preços médios; e, inclusivamente, no mercado espanhol, quando o Sector antecipa que os preços vão aumentar, na realidade esses preços diminuem (e vice-versa). Já no mercado alemão verifica-se uma maior correspondência entre os preços esperados e os efetivos (correlação positiva de 0,48).

Assim, para antecipar a dinâmica das exportações portuguesas de calçado é necessário recorrer a modelos multidimensionais que incorporam em simultâneo as diversas variáveis analisadas, reproduzindo a diversidade e complexidade da informação selecionada.

Por isso, os modelos Previsão.APICCAPS incluem as expectativas dos empresários portugueses (lado da oferta), o sentimento acerca da evolução dos mercados expresso por retalhistas e por consumidores (lado da procura), os preços relativos e, ainda, os efeitos sazonais relativos ao funcionamento dos mercados. E a partir destas múltiplas informações projetam para os 2 trimestres futuros, o valor das exportações otimizando o ajustamento aos dados trimestrais históricos, desde 1986 até aos dias de hoje.

QUE NÍVEL DE CONFIANÇA DOS RESULTADOS?

Mesmo assim, a incerteza económica - a volatilidade dos mercados, as mudanças económicas, a emergência de novos produtores e mercados de consumo, a instabilidade financeira internacional, etc. - conduz a dificuldades adicionais na previsão dos valores de exportação. Isto explicará uma parte dos desvios das previsões publicadas, para além dos resultantes da dificuldade de os agentes económicos anteciparem com razoabilidade a evolução das variáveis fulcrais introduzidas nos modelos quantitativos. Vale a pena ter a perceção da dimensão relativa dos principais desvios produzidos pelo modelo Previsão.APICCAPS.

Em matéria de quantidades exportadas os méritos do modelo podem ser assim resumidos:

- em 2011, a previsão de pares exportados foi de 73 milhões, tendo a indústria atingido 76 milhões, o que resulta num desvio de 4%;
- no mesmo ano o desvio por país foi de 2% para a Alemanha, -2% para a França, e 6% para a Holanda, contrastando com o erro de 43% para a Espanha e -28% para o Reino Unido;
- no 1º semestre de 2012, (pois ainda falta um trimestre para obter os resultados do 2º semestre), o erro é de -4% em relação às exportações totais e de -12% para Alemanha, 11% na Espanha, -10% na França, 2% na Holanda e -30% no Reino Unido;
- estes valores não invalidam uma maior oscilação trimestral, resultante da compensação entre trimestres derivada do registo da expedição dos produtos;

A avaliação dos desvios em relação às projeções do valor exportado pode sumariar-se como segue:

- em 2011, a previsão de 1,45 mil milhões de euros representou um desvio de 3% relativamente ao valor registado de 1,51 mil milhões;
- no mesmo ano o desvio na Alemanha foi de 4%, na Espanha 23%, na França de 3%, na Holanda de 15% e no Reino Unido de 10%;
- no 1º semestre de 2012, o desvio é de -12% em relação às exportações totais e de 8% para Alemanha, 21% na Espanha, 12% na França, 16% na Holanda e 0% no Reino Unido;
- estes desvios são devidos em parte à previsão das quantidades anteriormente referidas, mas essencialmente às elevadas oscilações registadas nos preços médios de exportação.

Deixando de lado incompatibilidades entre alguns dados estatísticos - as exportações de Portugal para os países de destino não coincide com as importações que estes registam como tendo origem em empresas portuguesas - e as sucessivas e significativas atualizações estatísticas em relação às informações mais precoces possível, utilizadas nos modelos, e que são inultrapassáveis, é de esperar que a integração nos modelos, da nova realidade relativa ao comportamento do fator-preço, decisivo para a qualidade das previsões em valor, venha a reduzir parcialmente, os desvios mais grosseiros registados.

Refira-se ainda que estes desvios de previsão poderão ser diminuídos no futuro à medida que a informação estatística se torne mais consistente e que os agentes económicos envolvidos e considerados relevantes para o modelo Previsão.APICCAPS vão evidenciando uma capacidade de antevisão cada vez mais apurada.

¹ John Naisbitt inventou o conceito de "Megatrends", em 1980. Observador atento do mundo e conhecido analista de tendências globais há mais de 30 anos, foi o primeiro a escrever sobre a globalização em 1982 em Megatrends, antecipou a ascensão da Ásia em 1982 e 1995 e advertiu para o "declínio mutuamente assegurado" da Europa, em 2005. <http://www.naisbitt.com>

² Edwards Deming e Peter Drucker.

³ Barton, D and Court, D. Making Advanced Analytics Work for You, Harvard Business Review, Oct-2012, pg.79-83.

⁴ Mauboussin M., The True Measures Success, Harvard Business Review, Oct-2012, pg.47-56.

⁵ Denominado coeficiente de correlação, varia entre -1, perfeitamente correlacionado mas em sentido inverso e 1, perfeitamente correlacionadas e no mesmo sentido.

Como é que a Bélgica ganha mercado em Portugal?

- A quebra abissal das importações de calçado verificada no 3º trimestre (-18%) poderá ter contribuído para a quebra do índice de Volume de Negócios Nacional ser menos de metade dos 2 trimestres anteriores. Daí também o esbatimento do risco percecionado sobre as importações (G3).

- A evolução dos preços no consumo doméstico continua a ser negativa, como era expectável numa economia fortemente recessiva (G30).

- Porém, o facto de a perceção sobre os preços domésticos do calçado ter superado as expectativas no 3º trimestre, estará na origem de expectativas, agora otimistas, de aumentos também no 4º trimestre.

- A distribuição de quotas dos fornecedores estrangeiros, embora coincida já com um decréscimo das importações, ainda não reflete o impacto da sua quebra a pique no 3º trimestre. Veremos se daí resultarão alterações na origem internacional do abastecimento.

- O amplo domínio da Espanha continuou a diminuir, provavelmente associado ao aumento do seu preço médio, apesar de barato.

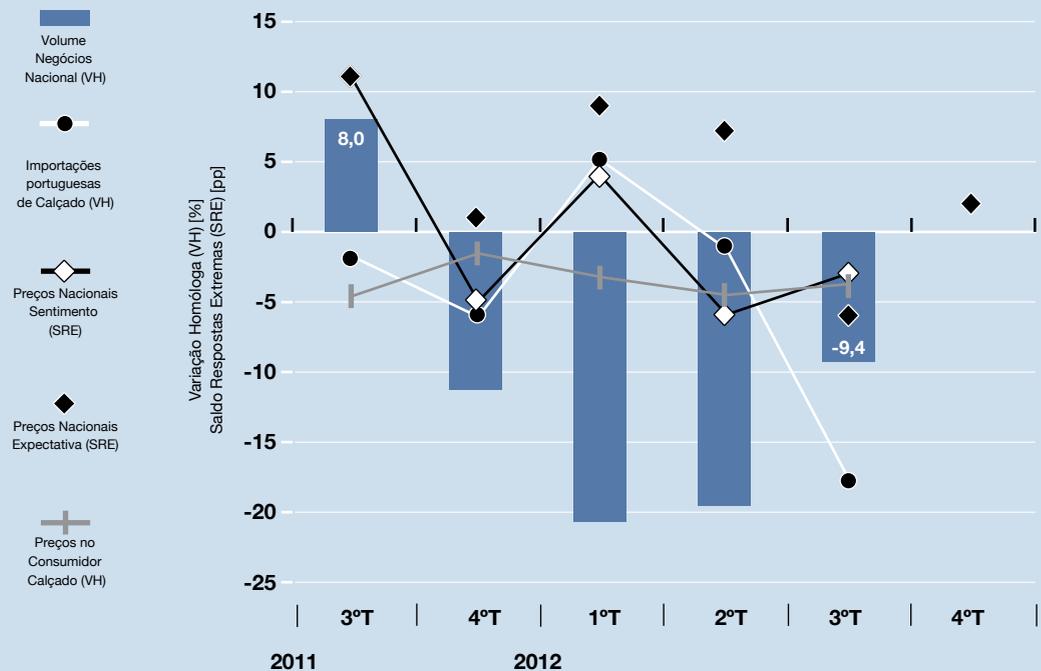
- Também os asiáticos (basicamente China) perderam quota dado o forte aumento relativo do seu preço médio apesar de ainda muito low cost (em parte por força do câmbio).

- A Itália perdeu, mesmo baixando o seu alto preço relativo. Mas a Bélgica ganha quota apesar do alto nível de preços, e de descê-lo apenas marginalmente. Não sendo produtores, este resultado insólito poderá ter a ver com a localização na Bélgica de centrais de distribuição europeia.

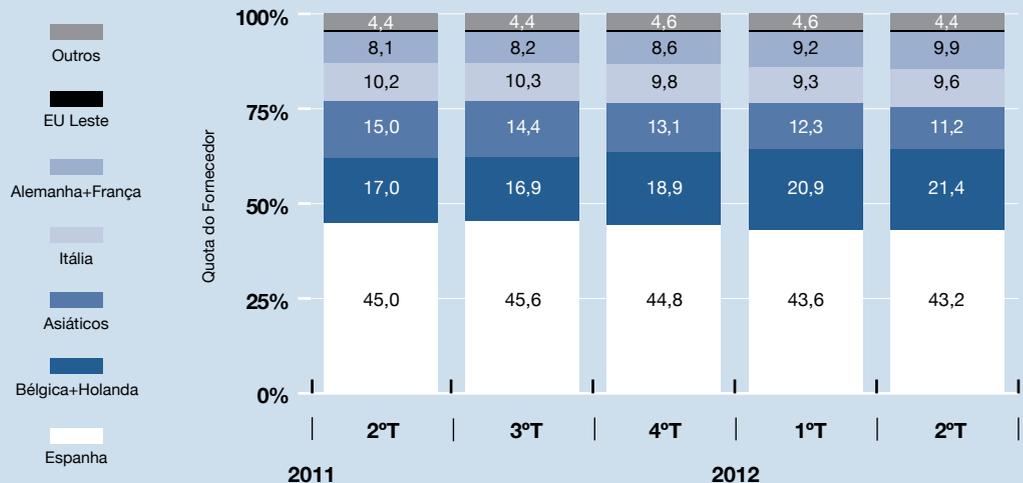
- Os restantes fornecedores europeus (França e Alemanha) ganharam quota descendo fortemente preços de calçado reexportado, enquanto a Holanda, nem descendo preços *low cost* terá conseguido ganhar quota.

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

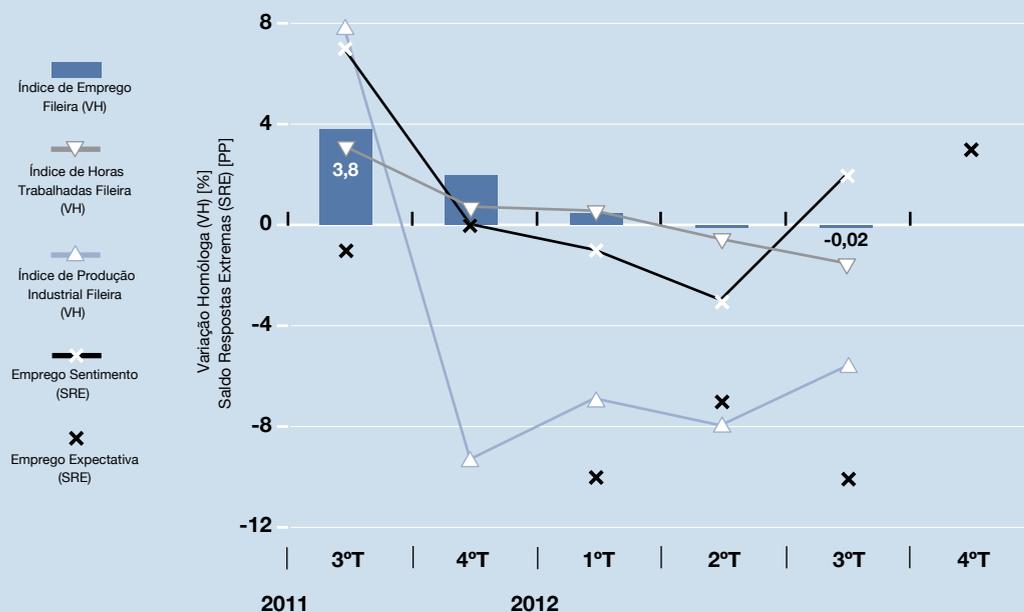


2.2. Capacidade de Oferta do Sector do Calçado

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



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



Contágio do otimismo ao emprego

- No 3º trimestre os indicadores INE da fileira (Índice de Produção Industrial, Índice de Emprego e de Índice de Horas Trabalhadas) apresentam-se todos em terreno negativo, embora seja visível alguma recuperação em termos de produção industrial e estabilização do emprego.

- Estes sinais não traduzem a mais clara melhoria dos indicadores de opinião do específico sector do calçado. A percepção sobre o andamento da produção continua otimista, o que, conjuntamente com o sentimento de recuperação da utilização da capacidade produtiva em relação ao normal, fundamentará o surgimento de algum otimismo em termos de emprego.

- É certamente esta melhoria do ânimo do Sector que determina também as expectativas otimistas para o 4º trimestre, quer em termos de produção quer, conseqüentemente, em termos de emprego.

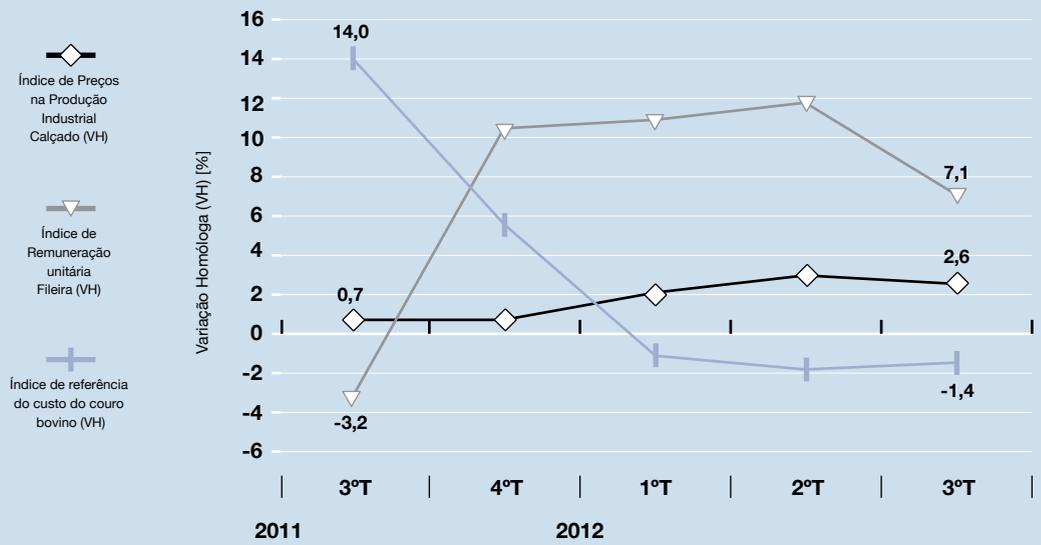
- Anote-se que este cenário de melhoria tem riscos, nomeadamente de um maior arrefecimento das trocas internacionais, e portanto do crescimento europeu, como parece concluir-se dos indicadores macroeconómicos já no 3º trimestre (G24 e seguintes).

Stress no financiamento?

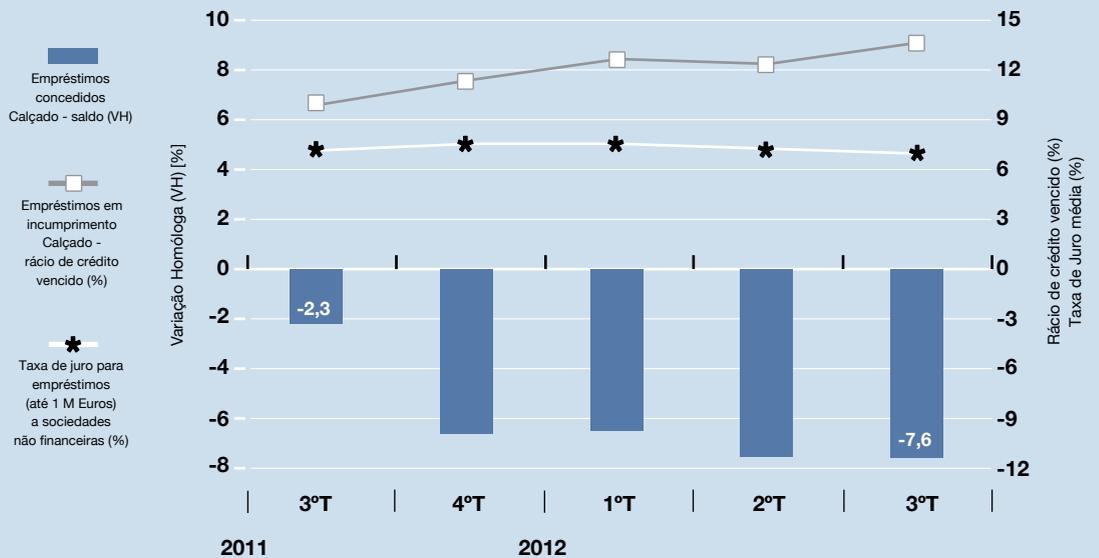
- Os indicadores que refletem as margens do Sector aparentam convergir finalmente em sentido mais sustentável.
- O aumento dos preços da produção industrial terá entrado em patamar, enquanto a remuneração unitária infletiu favoravelmente no 3º trimestre e, tanto quanto reflete o índice de referência, o preço das peles continua inferior ao de há um ano.
- Como já se assinalou, a perceção do Sector (G3) está consistente com a melhoria de preços (G4 e G6) e a menor pressão da escassez de mão-de-obra sobre o respetivo custo (G3), mas não com o alívio do preço das matérias primas (G3). Daí o repto aos nossos leitores que lançamos na página 2.
- Os custos financeiros médios também estarão estabilizados, e a redução do crédito disponível imposta pelo tratamento de desalavancagem de toda a economia também não sofreu agravamento.
- Todavia o crédito vencido do Sector, que no 2º trimestre aparentava estar contido, voltou a aumentar no 3º trimestre. A retomar-se este crescimento, tal significará que alguma melhoria do negócio (em volume e margem), já não estará a ser suficiente para responder ao serviço da dívida dos operadores mais endividados, mesmo alguns dos que estão orientados para a exportação.

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

Preços mais altos ou preços melhores?

- A informação disponível para o 2º trimestre não altera de modo relevante as conclusões das edições anteriores em matéria de quota física do calçado português em resposta à alteração dos preços relativos nos TOP5 mercados.

- Sendo estes indicadores calculados com base em médias móveis de 4 trimestres apenas os casos da Espanha e do Reino Unido mostram inequivocamente as virtudes e riscos da utilização da política de preços relativos de exportação para a gestão de quota (física).

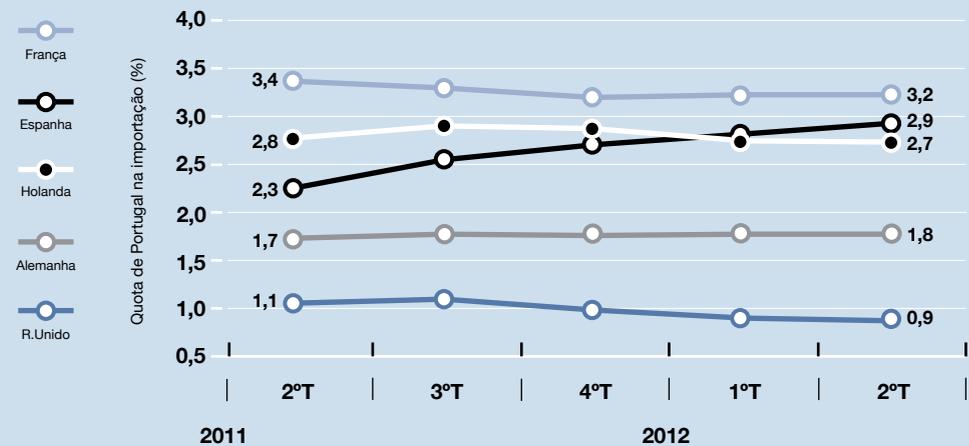
- Em Espanha o ganho de quota física é a resposta lógica à baixa dos preços relativos. Todavia, como aqui os preços nominais (médios) de exportação aumentaram, tal significará que os da concorrência internacional terão aumentado ainda mais. No entanto, é um ganho de quota num bolo minguante, por força da profunda crise de Consumo em Espanha (G29), com a consequente redução das exportações.

- Inversamente, no Reino Unido, a subida dos preços relativos (e também dos preços nominais) terá contribuído, como era de esperar, para a quebra da quota física e, aliás, também em valor. Trata-se de um mercado que, apesar de o Consumo Privado ter evidenciado alguma recuperação (G28), se mostra muito sensível ao preço do calçado.

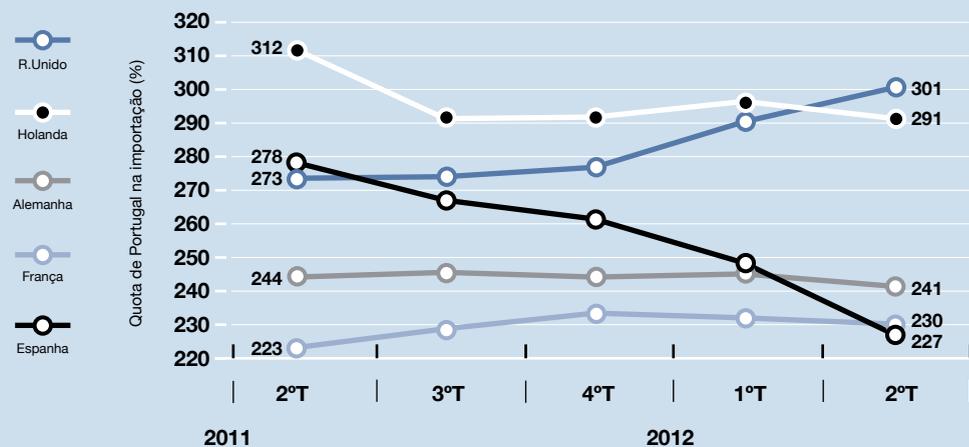
- Igualmente sensível parece ser o mercado holandês onde a simples preservação da quota física obrigou a um ajustamento descendente dos preços relativos durante o último ano.

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



Preços: por favor não provoquem a França!

- O mercado Francês absorve mais de um quarto das exportações portuguesas de calçado (G5). No ano terminado no 2º trimestre confirmou-se a estabilização da quota em França do clássico trio europeu de produtores de calçado.
- Mas agora Portugal aparece a perder mais do que a Espanha. A manter-se, este é mais um indicador de que a subida anormal do preço médio português neste mercado deve colocar o Sector em alerta máximo (ver G12).
- As demais tendências, que vêm de trás, não sofrem alteração no período: quebra dos Asiáticos em benefício, nos fornecedores europeus, da Bélgica e da Alemanha.
- Do mesmo modo os “Outros” fornecedores que, pelo nível da sua quota (mais de 10%) e dinâmica crescente poderiam constituir nova ameaça. Porém, além de concorrência provavelmente de mera intermediação (Reino Unido e Suíça), só a Tunísia e Marrocos têm alguma expressão, a que não será estranha a deslocalização fabril, de momento sem perigo anormal.
- Mantém-se também a perda de peso e a substancial desvantagem da Holanda em relação à Bélgica. Isto terá a ver com as vantagens relativas destes 2 países-entrepasto e com a origem geográfica dos fornecedores finais que os utilizam no acesso ao mercado francês.

G14 Evolução dos fornecedores de França



G15 Top fornecedores europeus da França



Alemanha: Benelux contra Leste

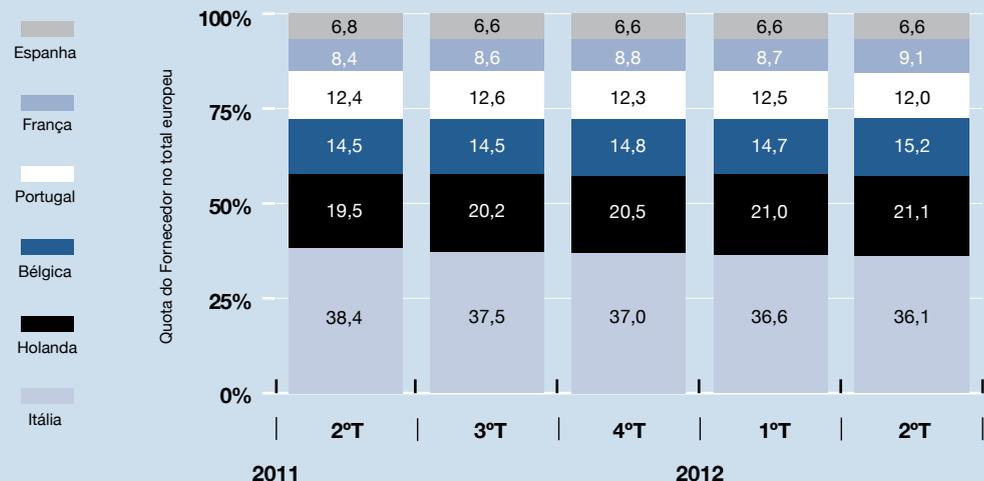
- No abastecimento do mercado alemão a luta por ganhos de quota parece bastante acesa entre o calçado importado via Holanda e Bélgica, e o calçado produzido na Europa de Leste.
- A importação direta de fornecedores asiáticos (que mantêm, porém, o 1º lugar) e “Outros” continua a evidenciar perda de terreno, embora ainda com quotas muito significativas.
- Não é clara a perda de espaço do grupo dos TOP3 produtores europeus em que se inclui Portugal. Mas, entre os fornecedores clássicos Europeus, só a França ganha quota.
- Anote-se que os preços relativos de Portugal, não tendo aumentado, não podem ser responsáveis pela falta de avanço num mercado essencial para o calçado português (pesa quase 19% na exportação, vide G5).
- A Itália continua a dominar claramente no campeonato europeu, mas parece ser quem mais está a perder. Isto num mercado em que, pelo seu poder aquisitivo, se poderia esperar o contrário. É que mesmo nos mercados ricos o crescimento do mercado faz-se mais intensamente pelos segmentos inferiores.

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

G16 Evolução dos fornecedores da Alemanha



G17 Top fornecedores europeus da Alemanha



Vender à Holanda ou através da Holanda?

- Sendo a Holanda um importante reexportador de calçado muito bem posicionado nos mercados mundiais, não admira o aumento das origens mais exóticas (“Outros”), nem a elevada quota de origem Asiática.

- A quebra paulatina da quota Asiática, porém, pode indicar que a mesma está a perder alguma competitividade relativa nos mercados abastecidos pela Holanda, até porque a importação via Bélgica também não parece aumentar.

- Confirma-se também uma tendência para o aumento do aprovisionamento holandês na Alemanha e na França em detrimento dos três fornecedores Sul-europeus. Embora a Espanha, com uma posição menor neste trio, possa estar a tentar inverter estatuto tão subalterno, e Portugal possa estar a ser disso vítima.

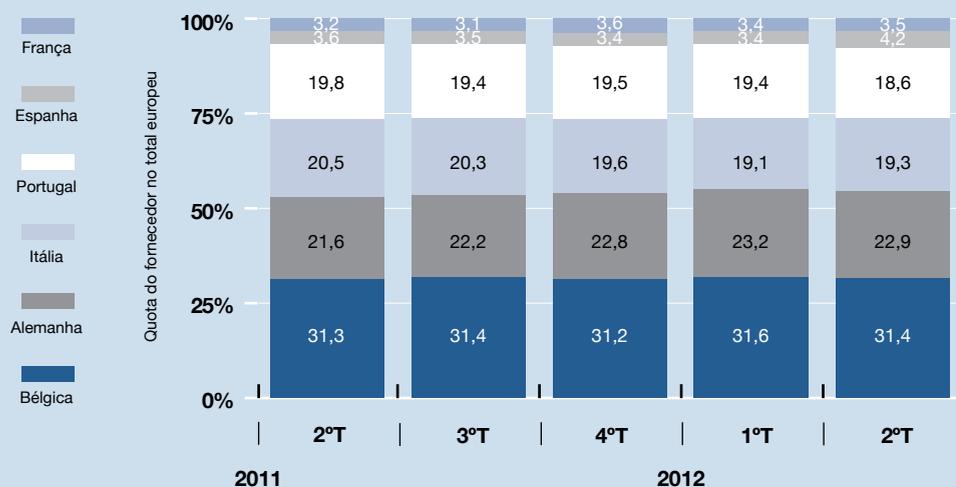
- A redução dos preços relativos ao longo do último ano (G12) não foi suficiente para aumentar a quota física portuguesa, nem portanto a quota em valor, como conviria, dado o peso de 14% da Holanda na exportação portuguesa.

- Razão para que o Sector acompanhe aqui, com maior cuidado, o desempenho comercial da restante concorrência europeia, e não tanto a concorrência Italiana, igualmente em perda.

G18 Evolução dos fornecedores da Holanda



G19 Top fornecedores europeus da Holanda



Como sair por cima na crise espanhola?

- Também na Espanha se verifica, no ano terminado no 2º trimestre, a tendência para a perda de quota direta dos produtores Asiáticos (porém, ainda esmagadora) e de “Outros” fornecedores.

- Todos os outros grupos geográficos de abastecedores europeus ganham quota em Espanha, incluindo Itália e Portugal, embora o calçado português resista melhor do que a Itália, entre europeus. Mas o bolo da importação é cada vez menor.

- A resistência diferencial de Portugal, em valor – e com ganhos apreciáveis de quota física - não é dissociável da correção em baixa dos preços relativos portugueses (G13) mas, por agora, a par de subidas do preço nominal. Preços que, no entanto, continuam ainda anormalmente baixos.

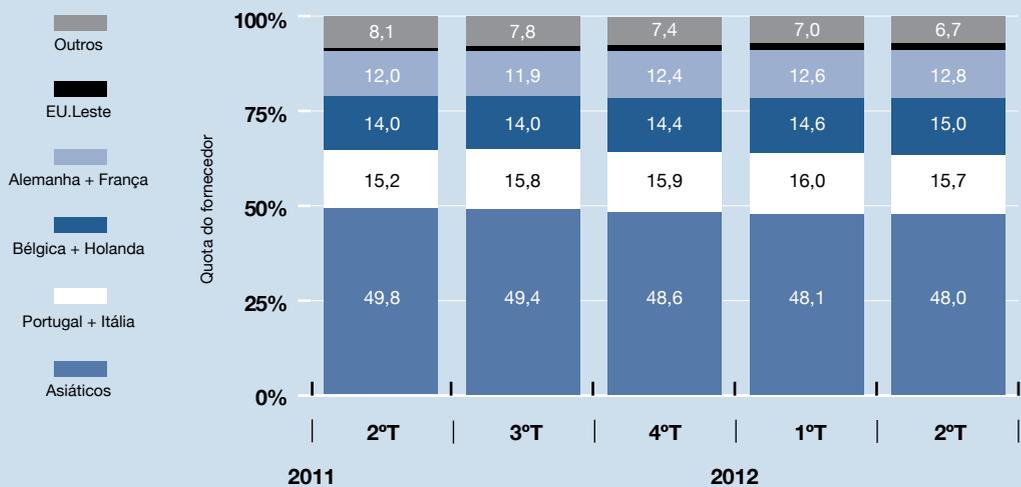
- Se os preços médios estatísticos traduzirem bem a realidade económica do comércio bilateral, será caso para questionar que margens médias terão os fornecedores portugueses neste comércio, conhecida que é a boa qualidade média, e portanto o custo médio relativo, do calçado português.

- Ou seja, quanto tempo resiste a exportação do calçado português à depressão do mercado espanhol quando se espera, no 2º semestre, o seu pior agravamento macroeconómico (G29), e 11% da exportação portuguesa é aqui colocada (G5).

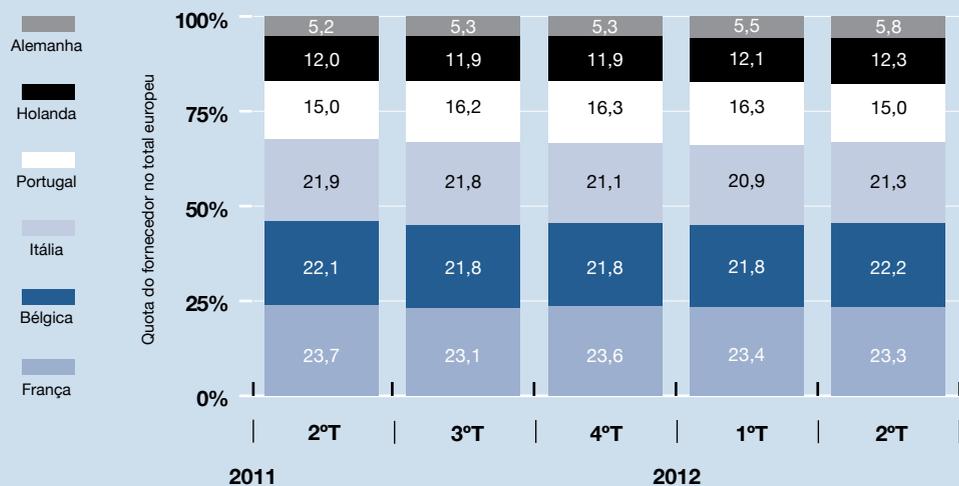
- Interessa também estar atento ao risco de alterações estruturais no abastecimento deste mercado importador.

3.1. Rivalidade nos Top 5 mercados do Calçado

G20 Evolução dos fornecedores a Espanha



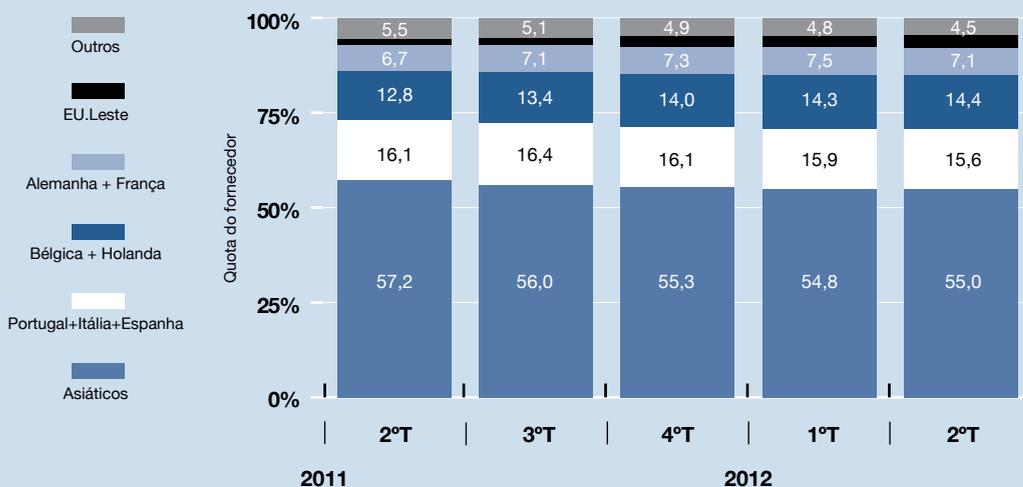
G21 Top fornecedores europeus da Espanha



No Reino Unido manda a Distribuição

- O Reino Unido evidencia bem uma tendência geral para a perda de importância dos produtores puros no abastecimento direto dos grandes mercados europeus de calçado.
- Assim, os Asiáticos parecem continuar a perder alguma da sua omnipresença neste mercado, e a classe residual de “Outros” fornecedores aparece também em perda de quota, aliás pouco expressiva num país tão aberto ao exterior.
- O mesmo se passa com o grupo dos TOP3 produtores Europeus.
- O aumento anual pronunciado dos preços relativos do calçado português deixou moça na quota física, mas muito mais pronunciada na quota em valor. O que mostrará que este mercado está a alimentar-se a preços médios cada vez mais baixos, que Portugal (tal como a Itália) não consegue acompanhar.
- Curiosamente os ganhadores no Reino Unido são, parece, os distribuidores europeus; claramente no caso da Holanda e da Bélgica, mas porventura também Franceses e Alemães.
- E talvez mesmo a maior resistência de Espanha no Reino Unido, comparada com Itália e Portugal, possa ter a ver com um papel crescente da Espanha como distribuidor de calçado de outras proveniências.

G22 Evolução dos fornecedores do Reino Unido



G23 Top fornecedores europeus do Reino Unido



Consumo Privado: procura-se em 2013

- 90% da exportação portuguesa de calçado dirige-se para a União Europeia cujo PIB está em desaceleração desde 2011 e em decréscimo desde o 2º trimestre de 2012. E o Consumo Privado europeu já vinha a decrescer desde o fim de 2011.

- A convergência pessimista, com uma recaída no 3º trimestre, da perceção dos operadores europeus antecipa o esvaziamento das anteriores esperanças de tímida recuperação no 2º semestre de 2012. A recuperação estará adiada para 2013, nunca antes do 2º trimestre.

- Mesmo nesse cenário, reconhecidamente benigno, as revisões para o PIB da União, à data, não vão além de 0,4-0,5%. E o Consumo Privado não acompanhará, ficando provavelmente estagnado durante 2013.

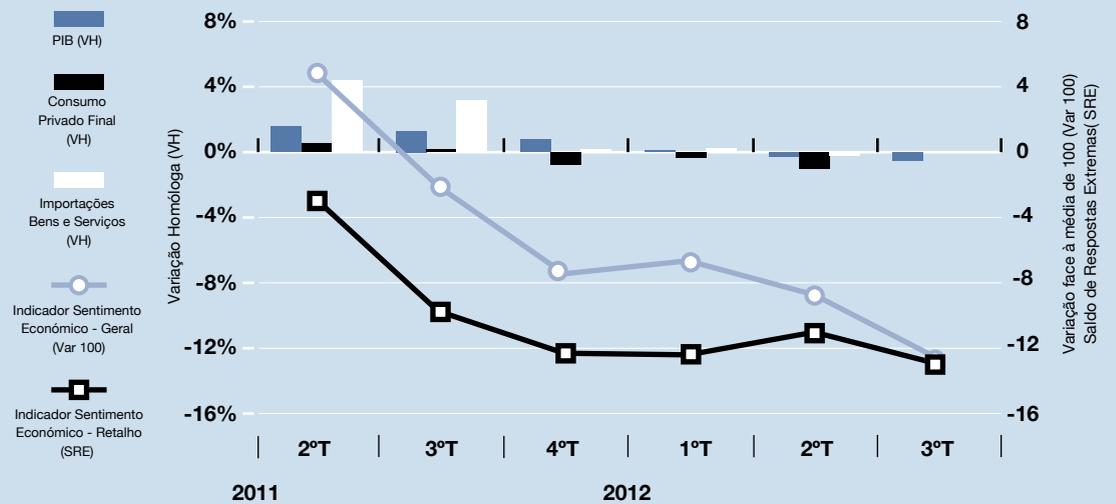
- A França continua num patamar de crescimento na vizinhança de zero, tanto do Produto como do Consumo Privado e das importações.

- Também o alastramento do pessimismo dos operadores franceses parece validar as previsões internacionais, na melhor das hipóteses, de um crescimento não superior a 0,4% em 2013, talvez mais intenso a partir do 2º semestre. Mas o Consumo Privado francês, apesar de relativamente resiliente, deverá resvalar em 2013 para terreno ligeiramente negativo.

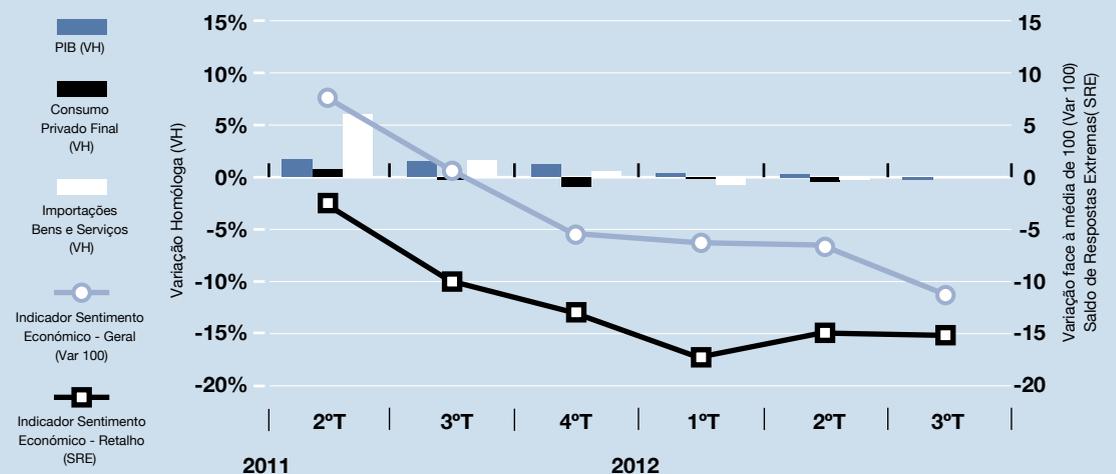
- A sobre-exposição do calçado português neste mercado (mais de um quarto da exportação, G5) deve pôr o Sector de sobreaviso para agravamentos macroeconómicos súbitos e questionar-se sobre a prática recente em matéria de preços.

3.2. Macro-motores nas Economias relevantes

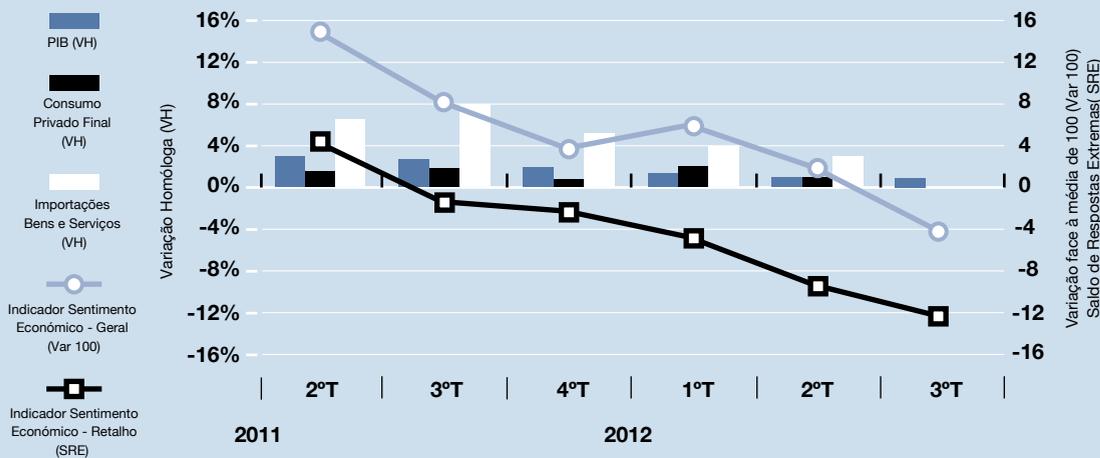
G24 União Europeia dos 27: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



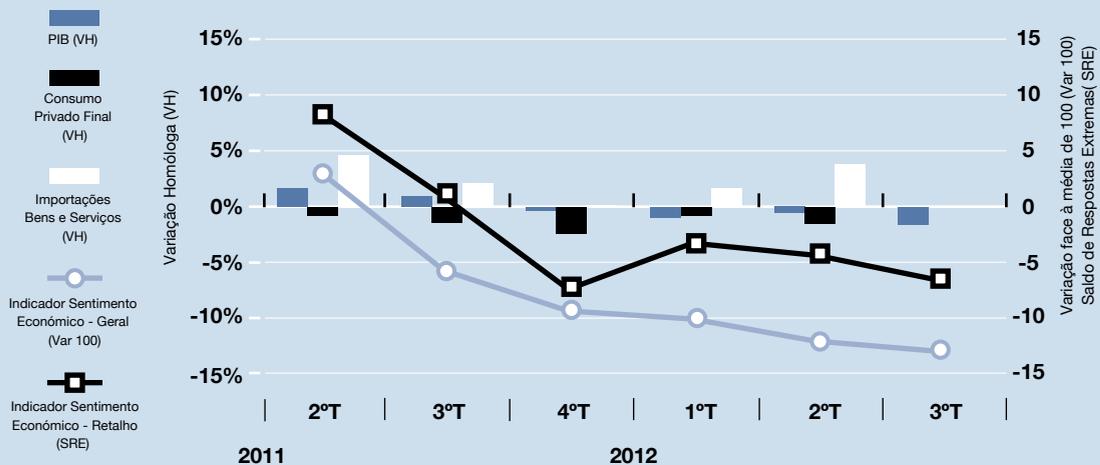
G25 França: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



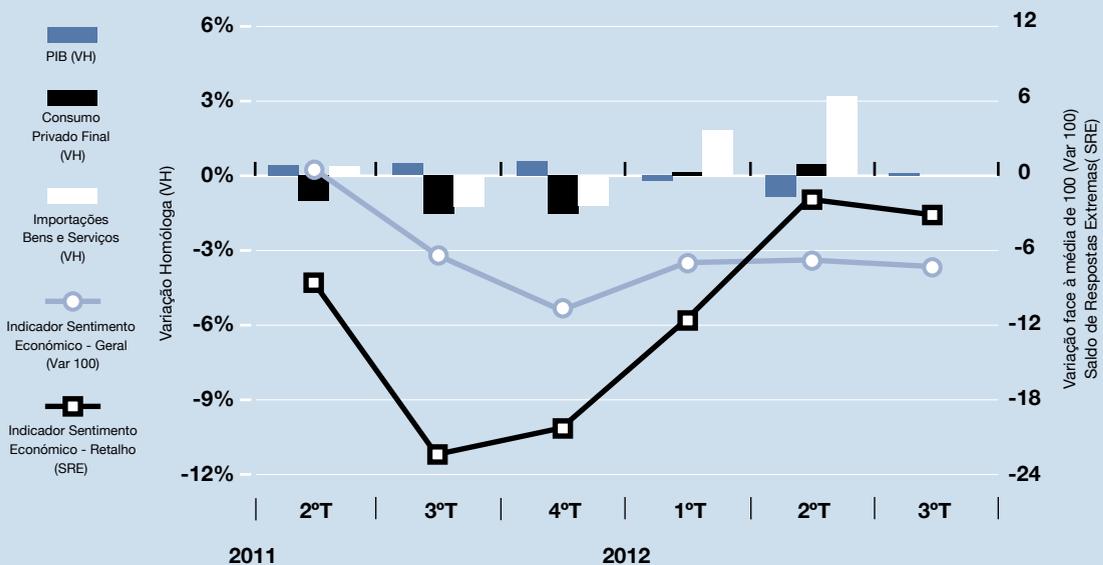
G26 Alemanha: Evolução do Produto, Consumo, Importação e Sentimento



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



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



Alemanha sempre; Reino Unido talvez

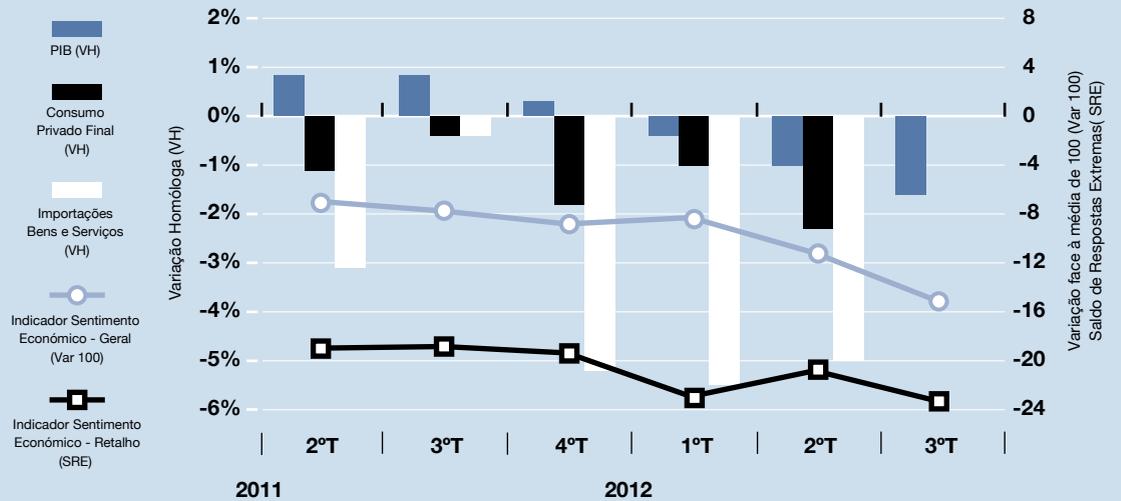
- Com o arrefecimento mundial e europeu, o crescimento alemão continua a mingar. Pelas previsões não atingirá 1%, nem em 2012 nem em 2013, e só no 4º trimestre de 2013 deverá ultrapassar essa fasquia. O sentimento cada vez mais pessimista do retalho e geral, antecipam a modéstia do crescimento no futuro próximo.
- Mesmo assim prevê-se que o crescimento razoável do Consumo Privado (1,2%) em 2012 possa ser até ultrapassado em 2013, sustentando as importações.
- O 3º trimestre confirmou o esperado “efeito olímpico” no Reino Unido, mas a previsão continua ser de redução do Produto em 2012 (-0,3%). Porém, o Consumo poderá crescer 0,5% e o Índice Previsão. APICCAPS para o 4º trimestre (G5) poderia alinhar as exportações de calçado. Mas, até ao fim do 3º trimestre tal não se verificou.
- Os níveis e a dinâmica do pessimismo no Reino Unido são muito menos pronunciados do que no resto da Europa. E também as previsões apostam num crescimento em 2013 (cerca de 1%) mais robusto do que o alemão e já visível mais cedo (2º trimestre).
- No 2º semestre de 2012 o crescimento económico da Holanda será ainda menor do que no 1º. O agravamento do pessimismo antecipa um mau ano de 2012, quer em termos de Produto (-0,3%), quer sobretudo de Consumo (-1,2%). E em 2013 (2º semestre), apesar de um ténue crescimento, espera-se uma redução adicional do Consumo Privado (-0,8%).

É possível calçar a economia Ibérica?

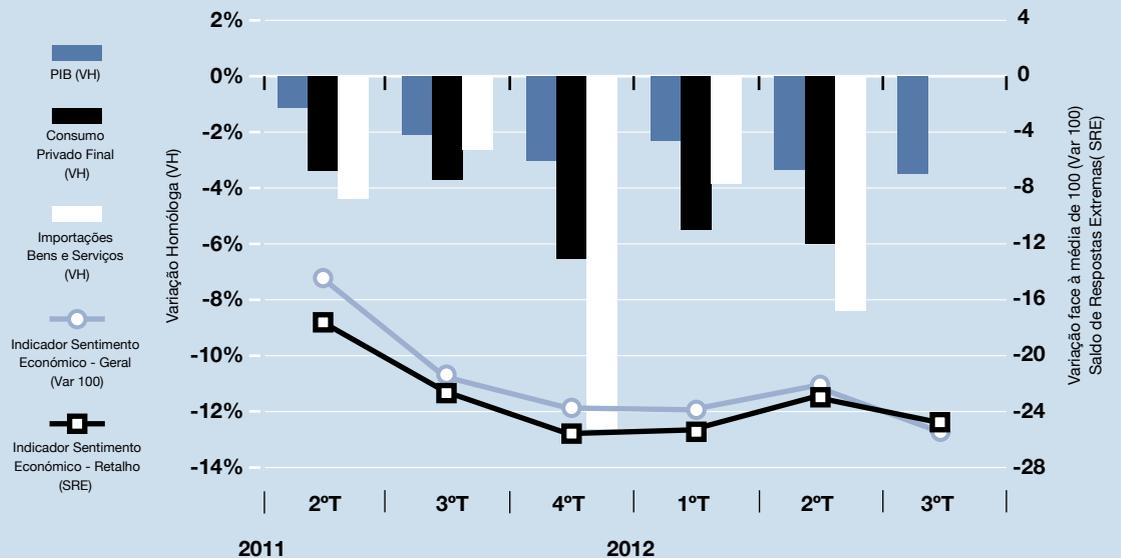
- Prosseguiu no 3º trimestre o decréscimo do Produto Espanhol, desde o início de 2012, que se prevê fechar em 1,5%, com uma depressão bem superior em termos de Consumo Privado (-1,9%) e das importações (-6,3%).
- O pessimismo profundo dos agentes económicos espanhóis voltou a agravar no 3º trimestre e as previsões para 2013 são de repetição da dose de recessão do Produto, e de agravamento do Consumo (-1%). A recuperação que se admite em 2014 (mais para o fim) será abaixo de 1%, mas ainda com crescimento zero do Consumo Privado.
- Neste contexto as estimativas de crescimento das exportações de calçado da Previsão.APICCAPS, quer para o 4º trimestre, quer mesmo para o 1º trimestre de 2013 (G5), têm elevadíssima probabilidade de erro, como aliás evidenciam as estatísticas até ao fim de Setembro (entre -8 e -14%).
- Em Portugal esfumou-se no 3º trimestre a aparente melhoria do sentimento dos agentes económicos, porque os desejos não resistiram às realidades. O Produto voltou a cair, em variação anual, e deverá fechar 2012, na melhor das hipóteses, em -3%. O Consumo Privado, que em 2011 caiu 3,8%, deverá perder 5,9% em 2012.
- Para 2013, as previsões internacionais caem mais 1% no Produto, com início de recuperação nunca anterior ao 4º trimestre, enquanto o Consumo recuará mais 1,7%.
- A boa notícia, quer ao nível macro, quer ao nível microeconómico do calçado, é a redução gigantesca das importações (G6). Isto poderá estar a alimentar uma falsa ideia de maiores oportunidades domésticas, como mostra o menor receio das importações (G3) e as (vãs) expectativas de melhoria dos preços no mercado doméstico (G6).

3.2. Macro-motores

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
2012

	Anexo / Gráfico	
1 Exportação em crescimento zero no 3º trimestre, mas otimismo não esmorece	A-G1/G2	
2 Quanto menor exportação, menor capacidade para pagar	A-G11	
3 Consumo Privado estagna na União Europeia em 2013	C-G24	
4 Há limites para o aumento de preços em França	B-G12/ G13/G15	
5 Na Alemanha e Reino Unido Consumo Privado cresce em 2013	C-G26/G28	
6 Macroeconomia Ibérica sem alta à vista	C-G29/G30	
7 Dinâmica importadora de calçado por Espanha cai sistematicamente depois de 2010	B-G5	
8 Há limites para baixar margem em Espanha	B-G12/ G13/G21	
9 Importações (-18%) pagam a crise doméstica	A-G3/G6	
10 Preço da matéria prima abaixo de 2011, mas ainda demasiado alto	A-G3/G10	

Flashboard A

Os números do Calçado

1 Dinâmica do Negócio do Calçado		Métrica	2011			2012				2013	Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
			2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT		
1	Indicador Avançado de Sentimento APICCAPS	nº índice	3,8	3,5	-0,9	-0,3	-1,4	-1,5			▼	▼
2	Indicador Avançado de Expectativa APICCAPS	nº índice	16,5	-13,1	-29,8	18,4	-20,2	-5,8			▲	▲
3	Exportação Comércio Internacional / Índice Previsão.APICCAPS	VH %	18,5	22,5	1,4	2,5	6,2	-0,6	5,9	-9,9	▼	▼
4	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado [EU-27] ¹	VH %	17,2	13,6	7,9	3,1	-0,8	-4,0			▼	▲
5	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado	VH %	12,3	12,4	-7,7	-8,2	-8,6	-6,1			▼	▲
6	Estado Negócios Sentimento	sre pp	5,0	7,0	-6,0	-30,0	-23,0	-18,0			▼	▲
7	Estado Negócios Expectativa	sre pp	12,0	11,0	-17,0	-16,0	-6,0	-29,0	-18,0		▼	▲
8	Encomendas Totais Sentimento	sre pp	16,0	-17,0	-5,0	-16,0	1,0	9,0			▲	▲
9	Encomendas Totais Expectativa	sre pp	22,0	11,0	1,0	-18,0	25,0	-6,0	-3,0		▼	▲
10	Percepção: nenhuma ameaça	%					22	23				▲
11	Percepção: preço das matérias primas	%					31	37				▲
12	Percepção: insuficiência encomendas estrangeiras	%					51	47				▼
13	Percepção: insuficiência encomendas nacionais	%					25	26				▬
14	Percepção: concorrência de importações	%					31	24				▼
15	Percepção: dificuldade de abastecimento das matérias primas	%					23	24				▬
16	Percepção: escassez de mão de obra qualificada	%					14	3				▼
17	Percepção: dificuldades financeiras	%					9	13				▲
18	Percepção: legislação laboral	%					3	4				▬
19	Percepção: escassez de mão de obra	%					3	0				▼
20	Percepção: condições climáticas	%					8	6				▼
21	Percepção: condicionamento no acesso ao mercados externos	%					0	0				▬
22	Percepção: situação cambial	%					0	0				▬
23	Percepção: legislação fiscal	%					3	3				▬
24	Percepção: outras	%					7	10				▲
2.1 Formação da Procura Sectorial												
25	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - União Europeia [EU-27] ¹	VH %	21,2	14,4	12,2	4,7	2,8	-1,8				
26	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - Portugal	VH %	16,5	14,6	-5,1	-0,9	-0,9	-4,5			▼	▼
27	Encomendas Externas Sentimento	sre pp	22,0	-13,0	-5,0	-19,0	6,0	10,0			▲	▲
28	Encomendas Externas Expectativa	sre pp	26,0	4,0	0,0	-19,0	27,0	-9,0	-1,0		▼	▲
29	Preços Externos Sentimento	sre pp	17,0	17,0	2,0	25,0	13,0	2,0			▼	▼
30	Preços Externos Expectativa	sre pp	25,0	15,0	-2,0	9,0	11,0	2,0	5,0		▲	▲
31	Volume Negócios no mercado EU-27 do Calçado - União Europeia [EU-27] ¹	VH %	13,5	12,7	3,8	0,8	-4,0	-6,9				
32	Volume Negócios Nacional incl. Calçado - Portugal	VH %	6,7	8,0	-11,5	-20,7	-19,7	-9,4			▼	▲
33	Importações portuguesas de Calçado	VH %	7,6	-2,0	-6,2	5,1	-1,3	-17,9			▼	▼
34	Preços no Consumidor Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	1,1	-1,2	1,3	1,1	1,1	1,7				
35	Preços no Consumidor Calçado - Portugal	VH %	-2,3	-4,6	-1,6	-3,3	-4,6	-3,8			▲	▲
36	Preços Nacionais Sentimento	sre pp	9,0	11,0	-5,0	4,0	-6,0	-3,0			▼	▲
37	Preços Nacionais Expectativa	sre pp	22,0	11,0	1,0	9,0	7,0	-6,0	2,0		▲	▲

2.2 Capacidade de oferta do Sector do Calçado	Métrica	2011			2012				2013	Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
		2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT		
38 Índice de Produção Industrial incl. Calçado - União Europeia [EU-27] ¹	VH %	8,9	1,0	-2,0	-7,7	-9,5	-5,2				
39 Índice de Produção Industrial incl. Calçado - Portugal	VH %	7,9	7,9	-9,3	-6,9	-8,0	-5,6			▼	▲
40 Evolução da produção Sentimento	sre pp	9,0	0,0	-12,0	-26,0	8,0	12,0			▲	▲
41 Evolução da produção Expectativa	sre pp	21,0	20,0	-12,0	-9,0	25,0	0,0	8,0		▲	▲
42 Utilização Capacidade Produtiva Sentimento	sre pp	8,0	8,0	-18,0	-30,0	-19,0	-10,0			▼	▲
43 Índice de Emprego incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	3,9	5,2	3,7	2,6	0,5					
44 Índice de Emprego incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	3,7	3,8	1,9	0,4	0,0	0,0			▼	▬
45 Emprego Sentimento	sre pp	10,0	7,0	0,0	-1,0	-3,0	2,0			▼	▲
46 Emprego Expectativa	sre pp	4,0	-1,0	0,0	-10,0	-7,0	-10,0	3,0		▲	▲
47 Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	4,9	3,9	2,2	1,3	-0,5					
48 Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	3,8	3,1	0,7	0,5	-0,6	-1,6			▼	▼
49 Índice de Preços na Produção Industrial incl. Calçado	VH %	0,5	0,7	0,7	2,1	3,0	2,6			▲	▼
50 Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH %	-1,3	4,6	7,3	14,4	14,2					
51 Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - Portugal ¹	VH %	-1,6	-3,2	10,4	10,9	11,8	7,1			▼	▼
52 Índice de referência do custo do couro bovino ²	VH %	15,0	14,0	5,5	-1,1	-1,8	-1,4			▼	▲
53 Empréstimos concedidos Calçado - saldos	VH %	-1,1	-2,3	-6,6	-6,5	-7,5	-7,6			▼	▬
54 Empréstimos em incumprimento Calçado - rácio de crédito vencido	%	9,0	9,8	11,3	12,6	12,3	13,6			▲	▲
55 Taxa de juro para empréstimos (até 1 M Euros) a sociedades não financeiras	%	6,7	7,2	7,5	7,5	7,2	7,0			▼	▼

¹ A variação do 3º trimestre de 2012 face ao trimestre homólogo apenas compara os meses de Julho e Agosto, uma vez que não existem dados disponíveis para Setembro.

² PPI Commodity Price Index (EUA)

Flashboard B

Rivalidade nos Mercados mais relevantes

3.1 Rivalidade nos mercados mais relevantes	Métrica	2011			2012				2013	Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
		2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT		
PORTUGAL											
1	Valor das importações	10^6 €	81	137	84	137	79				
Quota nas importações em €¹											
2	Itália	% mm4	10,2	10,3	9,8	9,3	9,6				
3	Espanha	% mm4	45,0	45,6	44,8	43,6	43,2				
4	Alemanha	% mm4	2,6	2,6	2,4	2,6	2,6				
5	França	% mm4	5,5	5,6	6,2	6,7	7,3				
6	Holanda	% mm4	6,1	6,3	7,1	7,3	7,3				
7	Bélgica	% mm4	10,9	10,5	11,8	13,6	14,1				
8	EU.Leste²	% mm4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3				
9	Asiáticos³	% mm4	15,0	14,4	13,1	12,3	11,2				
10	Outros	% mm4	4,4	4,4	4,6	4,6	4,4				
FRANÇA											
11	Quota dinâmica⁴ mundial das importações de calçado 2011	%			4,5						
12	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%			4,6						
13	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	6,1	12,4	-7,7	-0,8	-0,6	-1,7	-7,7	-11,2	
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	223	229	233	232	230				
17	Quota de Portugal nas importações em Volume⁴	% mm4	3,4	3,3	3,2	3,2	3,2				
Quota nas importações em €¹											
18	Portugal	% mm4	7,4	7,5	7,4	7,5	7,4				
19	Itália	% mm4	20,9	21,0	21,2	21,1	21,1				
20	Espanha	% mm4	7,6	7,4	7,3	7,4	7,3				
21	Alemanha	% mm4	4,7	4,7	4,8	5,0	5,2				
22	Holanda	% mm4	7,3	7,2	6,8	6,7	6,3				
23	Bélgica	% mm4	12,7	13,0	13,7	13,7	14,3				
24	EU.Leste²	% mm4	2,5	2,4	2,3	2,2	2,2				
25	Asiáticos³	% mm4	26,6	26,4	26,2	25,7	25,3				
26	Outros	% mm4	10,2	10,4	10,5	10,8	11,0				
ALEMANHA											
27	Quota dinâmica⁴ mundial das importações de calçado 2011	%			8,2						
28	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%			4,0						
29	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	18,9	30,6	14,1	15,0	2,3	4,4	4,6	-2,0	
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	244	245	244	245	241				
33	Quota de Portugal nas importações em Volume⁴	% mm4	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8				
Quota nas importações em €¹											
34	Portugal	% mm4	4,3	4,4	4,3	4,4	4,3				
35	Itália	% mm4	13,1	13,0	12,9	12,8	12,9				
36	Espanha	% mm4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4				
37	França	% mm4	2,9	3,0	3,1	3,1	3,3				
38	Holanda	% mm4	6,7	7,0	7,2	7,3	7,5				
39	Bélgica	% mm4	5,0	5,0	5,2	5,1	5,4				
40	EU.Leste²	% mm4	10,3	10,3	10,7	10,9	10,9				
41	Asiáticos³	% mm4	40,0	39,6	39,4	39,1	38,5				
42	Outros	% mm4	15,5	15,3	15,0	15,1	14,9				

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, Cambodja, Tailândia, Bangladesh, Taiwan, Paquistão, Malásia, entre outros.

⁴Calculada a partir do produto da quota do mercado na importação global pela média das suas taxas de crescimento no período.

3.1 Rivalidade nos mercados mais relevantes		Métrica	2011			2012				2013	Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
			2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT		
ESPAÑA												
43	Quota dinâmica ⁴ mundial das importações de calçado 2011	%			2,9							▼
44	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%			12,5							▼
45	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	59,5	32,9	17,6	1,7	-3,6	-14,1	19,0	4,4	▼	▼
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	278	267	261	248	227				▼	▼
49	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	2,3	2,6	2,7	2,8	2,9				▲	■
Quota nas importações em € ¹												
50	Portugal	% mm4	6,3	6,8	7,0	7,0	6,6				▲	▼
51	Itália	% mm4	8,9	9,0	8,9	9,0	9,2				▲	▲
52	Alemanha	% mm4	2,2	2,2	2,3	2,4	2,6				▲	▲
53	França	% mm4	9,8	9,6	10,2	10,2	10,2				▲	■
54	Holanda	% mm4	4,9	5,0	5,1	5,2	5,3				▲	■
55	Bélgica	% mm4	9,1	9,1	9,3	9,4	9,7				▲	▲
56	EU.Leste ²	% mm4	0,9	1,1	1,4	1,7	1,8				▲	■
57	Asiáticos ³	% mm4	49,8	49,4	48,6	48,1	48,0				▼	■
58	Outros	% mm4	8,1	7,8	7,4	7,0	6,7				▼	▼
HOLANDA												
59	Quota dinâmica ⁴ mundial das importações de calçado 2011	%			5,4							▲
60	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%			11,4							▲
61	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	21,9	18,4	7,6	-13,9	-1,3	-9,0	-11,0	0,6	▼	▼
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	312	291	292	296	291				▼	▼
65	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	2,8	2,9	2,9	2,8	2,7				■	■
Quota nas importações em € ¹												
66	Portugal	% mm4	8,6	8,4	8,4	8,1	7,9				▼	▼
67	Itália	% mm4	8,9	8,8	8,4	8,0	8,2				▼	▲
68	Espanha	% mm4	1,5	1,5	1,5	1,4	1,8				▲	▲
69	Alemanha	% mm4	9,4	9,7	9,8	9,7	9,7				▲	■
70	França	% mm4	1,4	1,4	1,5	1,4	1,5				■	■
71	Bélgica	% mm4	13,6	13,7	13,5	13,3	13,5				■	▲
72	EU.Leste ²	% mm4	3,1	3,4	3,4	3,6	3,6				▲	■
73	Asiáticos ³	% mm4	45,5	44,9	44,4	44,7	43,4				▼	▼
74	Outros	% mm4	8,0	8,2	9,0	9,7	10,4				▲	▲
REINO UNIDO												
75	Quota dinâmica ⁴ mundial das importações de calçado 2011	%			2,3							▲
76	Média taxas anuais de crescimento da exportação portuguesa 2006-11	%			-4,6							▲
77	Varição homóloga trimestral da exportação portuguesa	VH %	-16,4	19,8	-34,2	-21,4	24,9	-14,4	8,0	-11,2	▼	▼
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	273	274	277	290	301				▼	▲
81	Quota de Portugal nas importações em Volume ⁴	% mm4	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9				▼	■
Quota nas importações em € ¹												
82	Portugal	% mm4	2,9	3,0	2,8	2,6	2,7				▼	■
83	Itália	% mm4	9,9	9,9	9,8	9,7	9,6				▼	■
84	Espanha	% mm4	3,3	3,4	3,5	3,5	3,4				■	■
85	Alemanha	% mm4	4,0	4,2	4,3	4,4	4,1				■	▼
86	França	% mm4	2,7	2,9	3,0	3,1	3,0				▲	■
87	Holanda	% mm4	6,3	6,8	7,2	7,5	7,5				▲	■
88	Bélgica	% mm4	6,5	6,6	6,8	6,9	6,9				▲	■
89	EU.Leste ²	% mm4	1,7	1,9	2,5	2,8	3,4				▲	▲
90	Asiáticos ³	% mm4	57,2	56,0	55,3	54,8	55,0				▼	▲
91	Outros	% mm4	5,5	5,1	4,9	4,8	4,5				▼	▼

Flashboard C

Macroeconomia dos mercados mais relevantes

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



PREVISÃO.APICCAPS

FONTES

APICCAPS
www.apiccaps.pt

APICCAPS: Comércio Internacional - Síntese Mensal, já há Setembro 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 - Autumn 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**