

A P I C C A P S

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

MERCADOS EM FOCO
COLÔMBIA e CHILE

Foot Grafia

DINÂMICA DO SECTOR DO CALÇADO

2013 n° 4

Composição da FootGrafia

FONTES

APICCAPS
www.apiccaps.pt

APICCAPS: Comércio Internacional -
Síntese Mensal, Dezembro de 2013

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, Winter 2014
European Commission- Directorate-General for
Economic and Financial Affairs

INE
www.ine.pt

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

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

World Footwear Yearbook 2013
www.worldfootwear.com

1. Síntese do Negócio do Calçado	3
2. Benchmarking da Fileira com a UE27	6
3. Exportação de Calçado	8
4. TOP5 Mercados de Exportação	10
Caso. Mercados em foco: Colômbia e Chile	
5. Grandes Desafios à Exportação	18
6. Mercado Doméstico	23
A. Anexos	
Flashboard A: Os números do Calçado e da fileira	26
Flashboard B: Macroeconomia dos mercados mais relevantes	28
Flashboard C: Exportação Portuguesa de Calçado por mercados	29
Flashboard D: Variação Homóloga da Importação de Calçado, em valor, por origens	30

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

Para interpretar a FootGrafia

Trimestre de referência. Trimestre já terminado ao qual dizem respeito as opiniões ou factos sobre determinada variável. É indicado na capa da FootGrafia e no topo das páginas esquerdas

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.

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.

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

cvs/ncs. Valor corrigido / não corrigido de variações sazonais.

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

Média móvel (mm4). Média de valores de uma determinada variável para 4 trimestres sucessivos, terminando no período mais recente disponível.

Soma de 4 trimestres (sm4). Soma de valores de uma determinada variável para 4 trimestres sucessivos, terminando no período mais recente disponível.

Síntese do Negócio do Calçado

- | | | |
|----|---|---|
| 1 | Na viragem para 2014, Sector do Calçado não quer nem ouvir falar de pessimismo | ● |
| 2 | Economia da União Europeia arranca, algo trôpega na França, Holanda e Espanha | ● |
| 3 | Consumidores Europeus continuam pouco confiantes | ● |
| 4 | Intercâmbio ibérico muito sensível aos sinais de recuperação das economias | ● |
| 5 | Importações pressentem melhoria do consumo doméstico | ● |
| 6 | Calçado continua com problemas no Reino Unido e pode estar a ficar caro na Alemanha | ● |
| 7 | Refluxos na economia podem afetar exportações para a Rússia e Japão em 2014 | ● |
| 8 | Nos Estados Unidos e China o grande desafio é ganhar quota visível | ● |
| 9 | Não deixar o Brasil tapar as boas oportunidades na América Latina | ● |
| 10 | Situação financeira do Sector com mais sinais de melhoria | ● |



Favorável

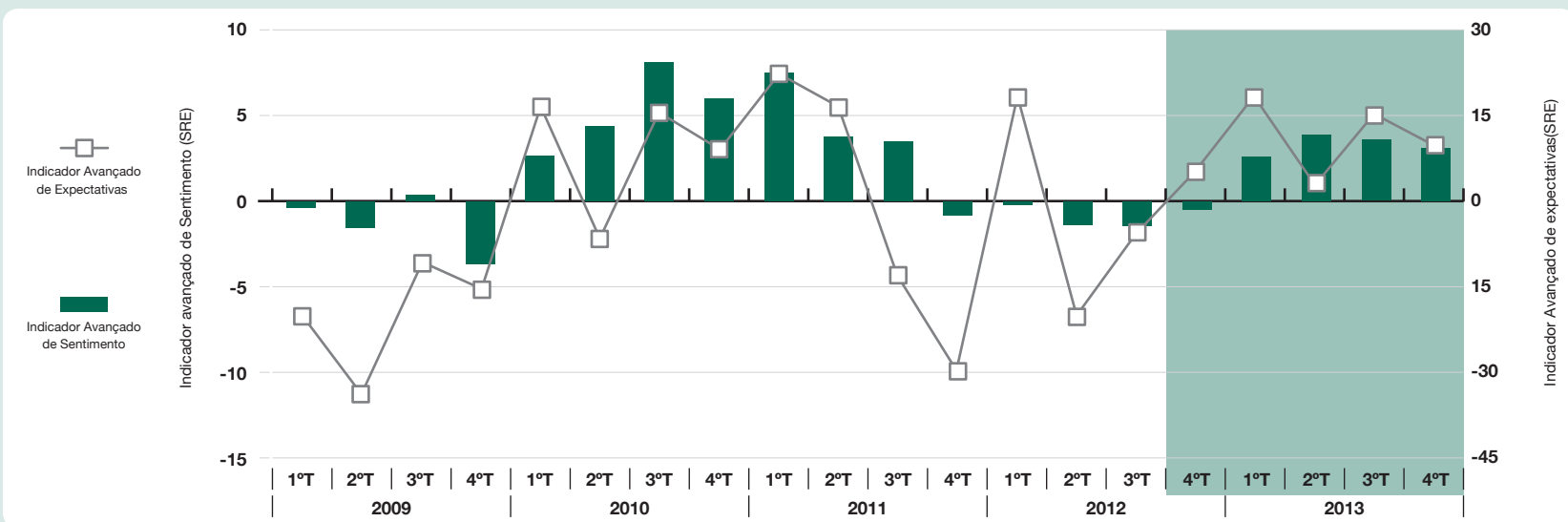


Precaução

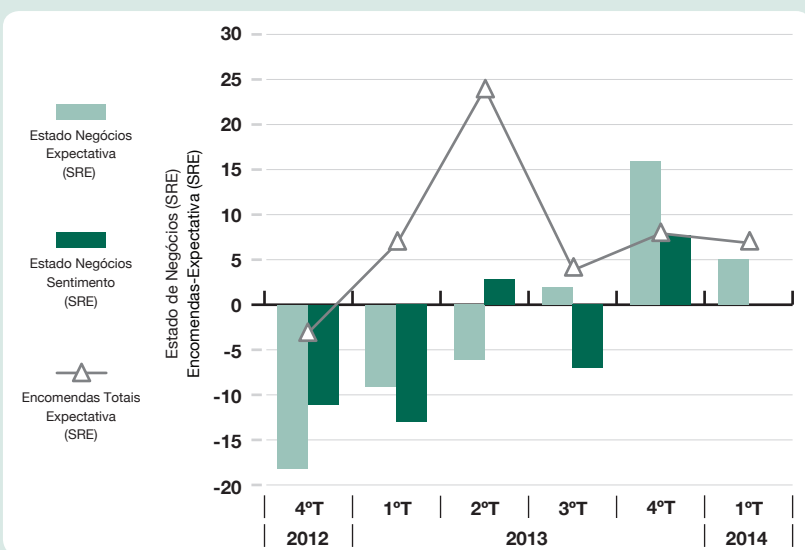


Desfavorável

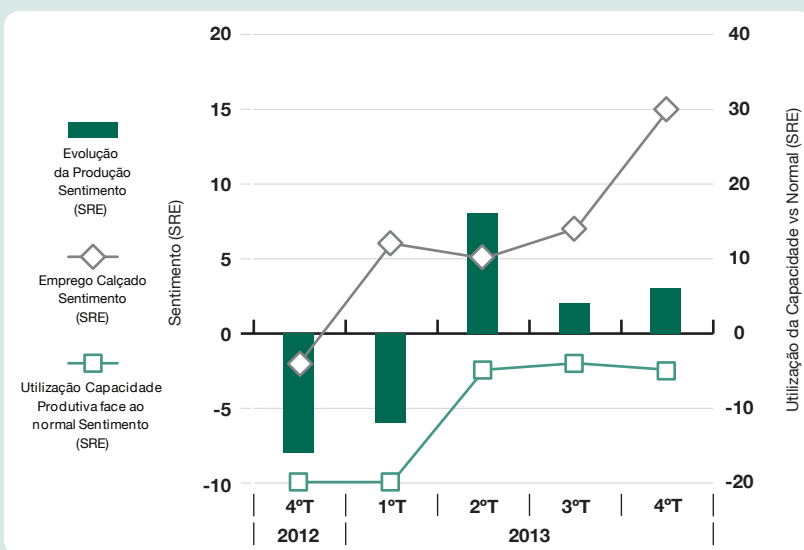
1 Indicadores Avançados APICCAPS



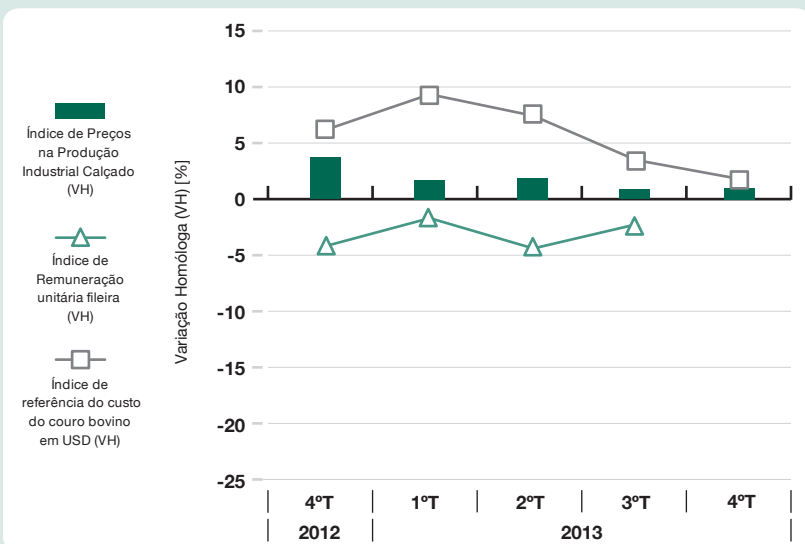
2 Estado do Negócio e Encomendas Totais



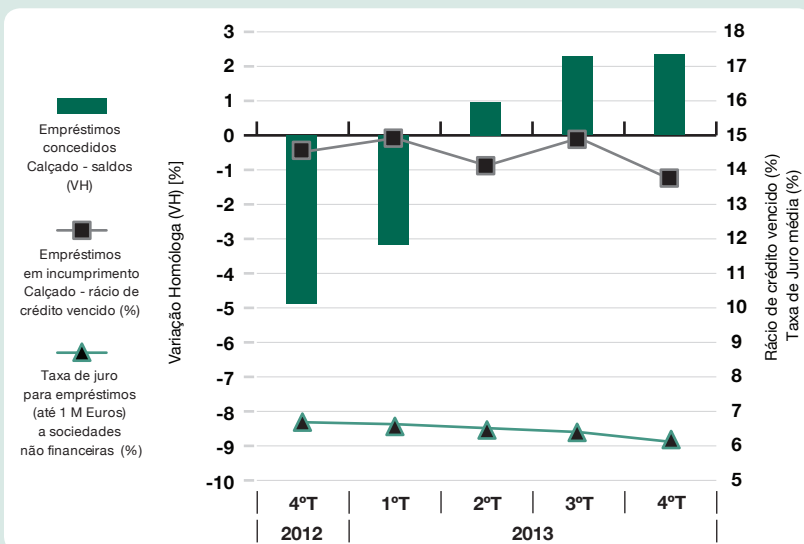
3 Produção e Utilização de Recursos



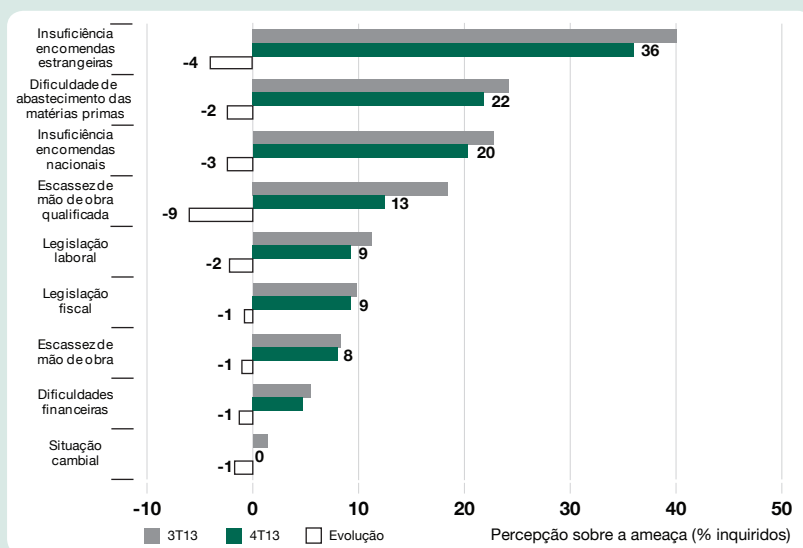
4 Preços na produção, remunerações e matérias primas



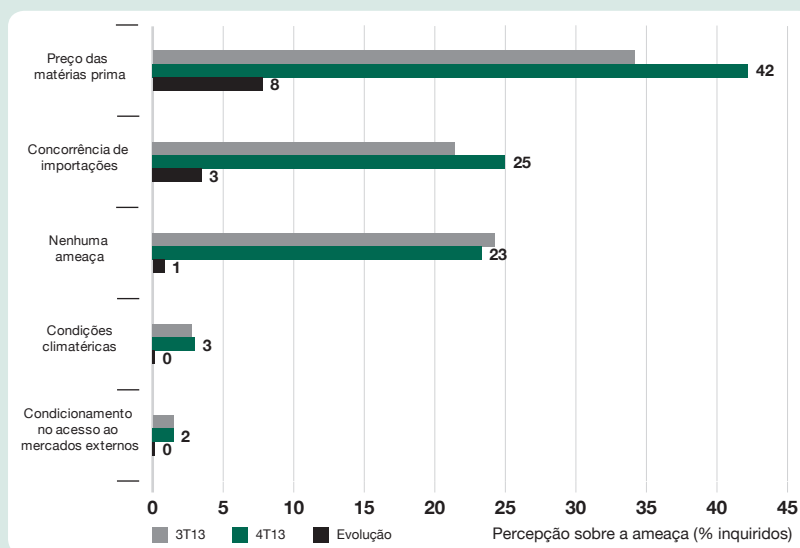
5 Condições de financiamento



6 Opinião do Sector APICCAPS: o que está a correr Melhor



6 Opinião do Sector APICCAPS: o que está a correr Pior



Calçado com vontade de acelerar o passo

Os Indicadores Avançados APICCAPS evidenciam no 4º trimestre um sentimento-síntese globalmente otimista, que aliás persiste desde a sua inversão no início de 2013, com uma ligeira perda de fôlego comparativamente com o trimestre anterior.

A percepção dos industriais sobre o estado geral do negócio foi também otimista, ainda que menos do que por eles esperado, e as expectativas para o 1º trimestre de 2014 mantêm-se ainda otimistas, alimentadas pela manutenção das expectativas positivas sobre as encomendas como um todo. Esta percepção otimista é consistente com a redução, no 4º trimestre, das queixas dentro do Sector quanto à insuficiência tanto das encomendas externas como domésticas, e com o facto de o grupo dos industriais sem qualquer problema ter estabilizado.

Prova de que as coisas devem estar a melhorar mesmo no mercado doméstico é o ressurgimento das queixas sobre a concorrência das importações.

O sentimento dos industriais sobre a evolução da produção está positivo e em alta ligeira, no 4º trimestre, considerando a utilização da capacidade produtiva em níveis normais, e predominando um sentimento tendente para a alta no emprego. Alta esta benigna, para já pelo menos, pois as queixas sobre a escassez da mão de obra reduziram-se e terão abrandado os receios sobre a legislação laboral notados no anterior trimestre.

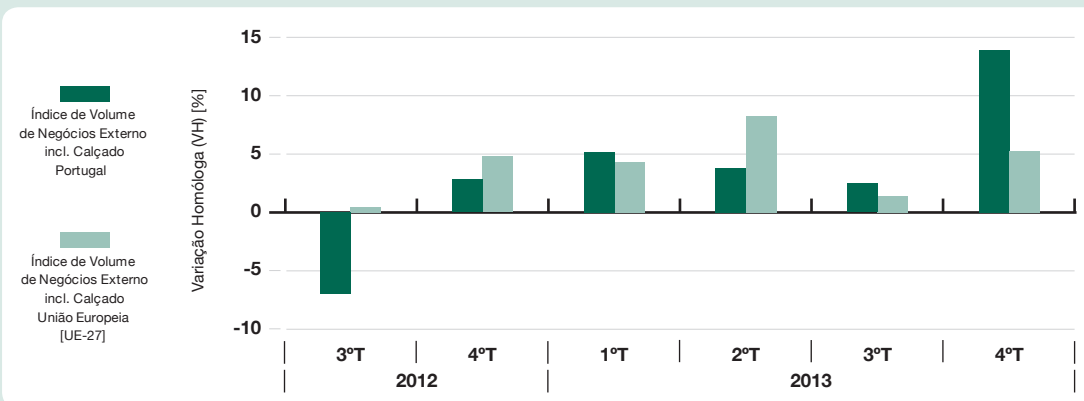
A evolução dos preços na produção do Calçado manteve no 4º trimestre a tendência para a estabilidade, para o que terá contribuído uma desaceleração do índice de remuneração unitária (mas provavelmente menor do que a quebra, aparentemente exagerada, na fileira). E talvez também a continuação da diminuição do ritmo de crescimento do custo de referência do couro, embora haja ainda mais industriais a queixarem-se do preço das matérias primas.

A melhoria do quadro de financiamento das empresas no 4º trimestre parece consolidar-se, em termos de volume e de taxa de juro, e agora testando níveis de incumprimento aparentemente mais baixos, confirmados pelo contínuo esvaziamento dos afetados pelas dificuldades financeiras.

Benchmarking de Portugal com a UE-27

(CAE 15 - Indústria do
Couro e produtos do Couro)

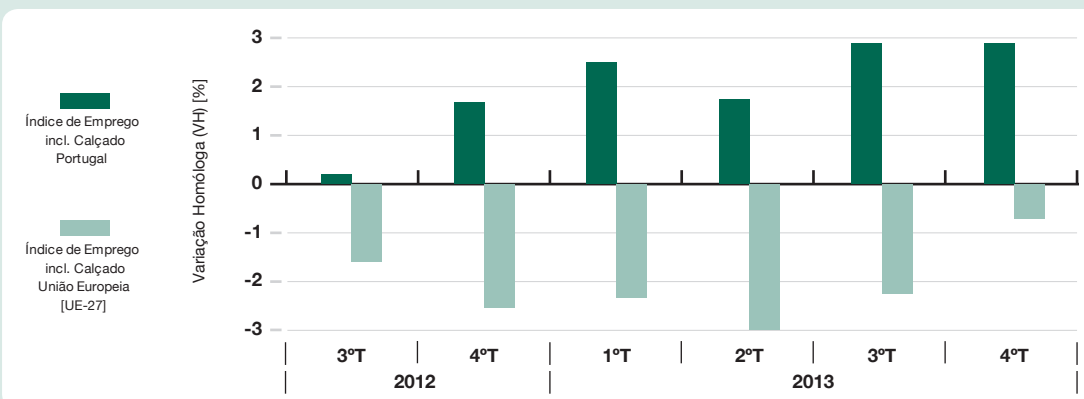
7 Volume de Negócios Externo do Calçado



Fileira mais cíclica em Portugal

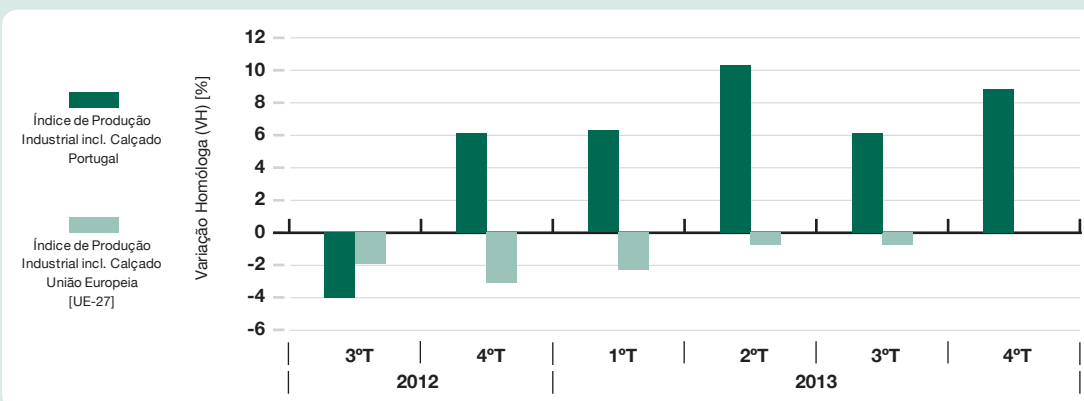
No 4º trimestre o volume do negócio de exportação da fileira (Indústria do Couro e Produtos do Couro) em que se inclui o calçado, cresceu mais em Portugal do que na União Europeia, mas em ambos os casos dentro do padrão normal de sazonalidade, e portanto, acima da evolução no trimestre anterior.

8 Emprego no Calçado



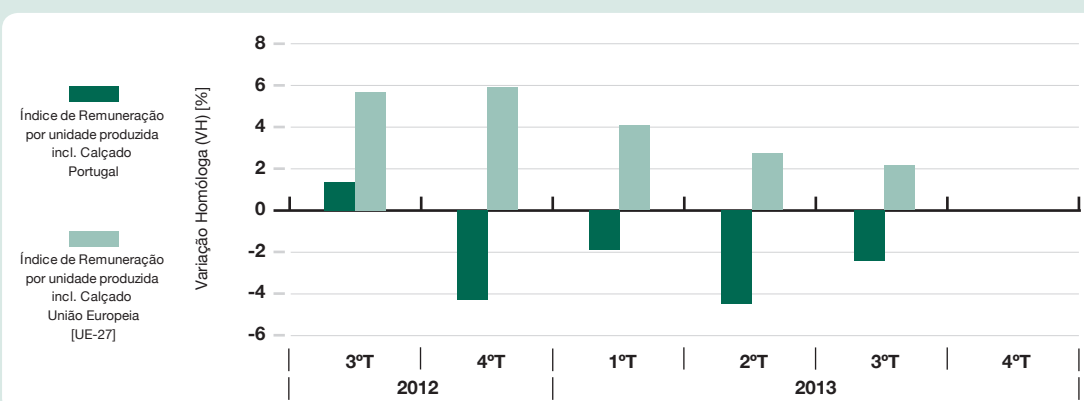
Mas enquanto em Portugal a produção industrial e o emprego tendem, como é intuitivo, a acompanhar (em sentido pelo menos) a evolução do volume de negócio externo, já na União, apesar do crescimento do volume de negócios externo, produção e emprego estiveram sempre em decréscimo. Tal poderá resultar de, ao contrário de Portugal, ser relativamente mais reduzido o peso da exportação na produção da fileira do resto da Europa, com muitos industriais da fileira fortemente ativos na reexportação de produção alheia.

9 Produção Industrial no Calçado



Se o fator trabalho fosse perfeitamente variável era natural que a remuneração por unidade tendesse a manter-se constante ou a variar no mesmo sentido da produção – portanto, crescendo, quando muito, à medida que a produção cresce (como aconteceu com a produção portuguesa), e podendo decrescer quando a produção cai (como ocorreu com a produção da União). Mas não foi isto que se verificou.

10 Remuneração/unidade no Calçado

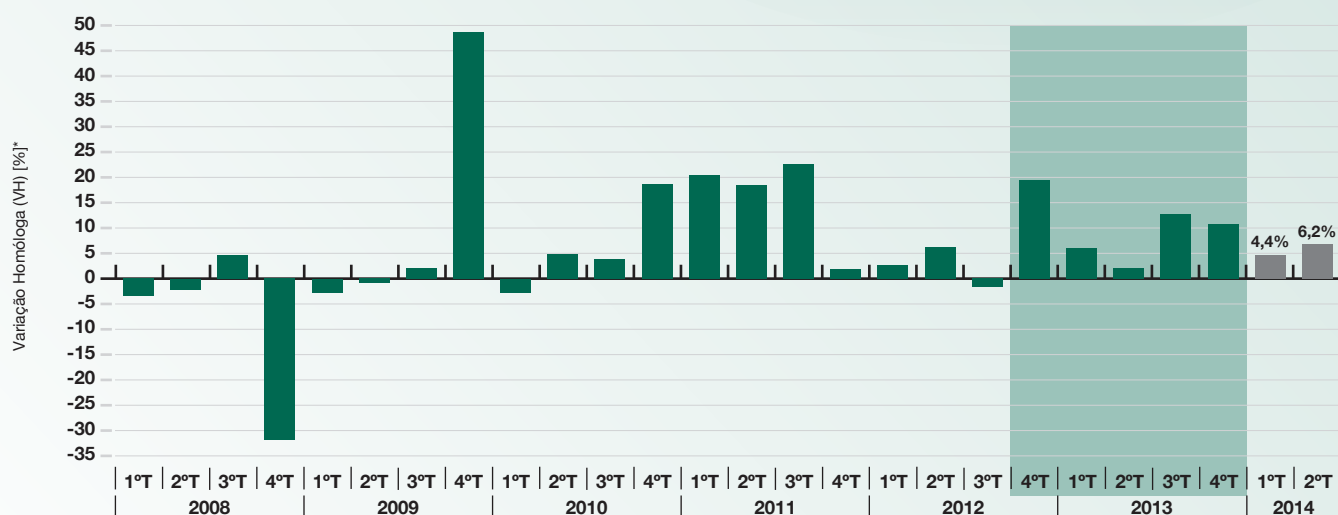


Na União Europeia como um todo, a sistemática quebra (ou abandono?) da produção da fileira aumentou a remuneração por unidade, embora a uma taxa decrescente. E em Portugal o crescimento da produção tem vindo acompanhado pela redução da remuneração por unidade. O que aponta para a natureza quase fixa do custo salarial nesta fileira, agravada em Portugal pela escassez de mão de obra qualificada, que desaconselha a sua dispensa em fase baixa.

A justificação de uma maior flexibilidade relativa do salário em Portugal é pouco plausível. Se tal ocorresse, a diminuição da remuneração por unidade produzida na fase alta tenderia a ser anulada pelo aumento de salário decorrente da escassez estrutural de mão de obra de que se queixam os industriais (embora menos no 4º trimestre).

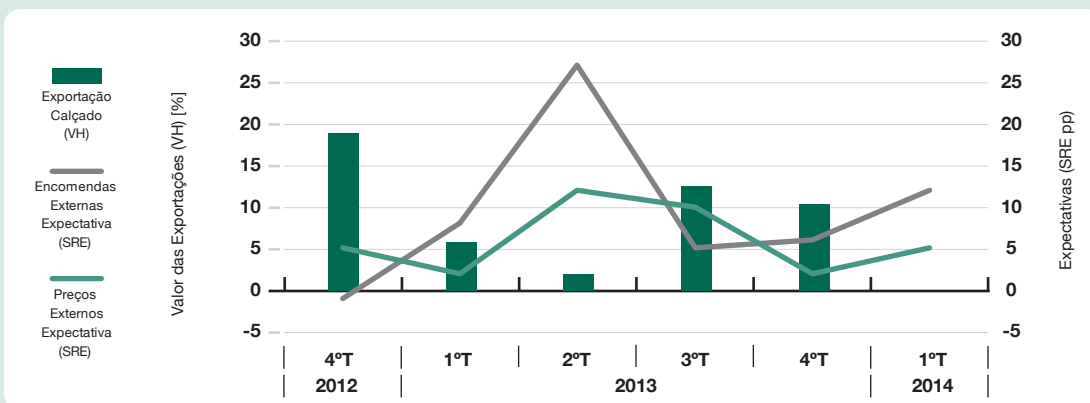
Exportação Portuguesa de Calçado

11 Exportação Portuguesa de Calçado, em valor e Índice Previsão.APICCAPS

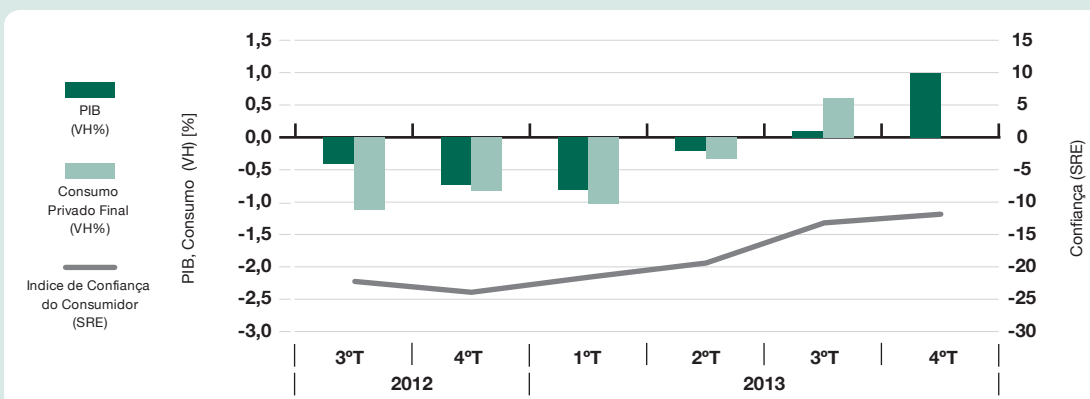


*Neste caso calcula-se uma Variação Homóloga trimestral simples

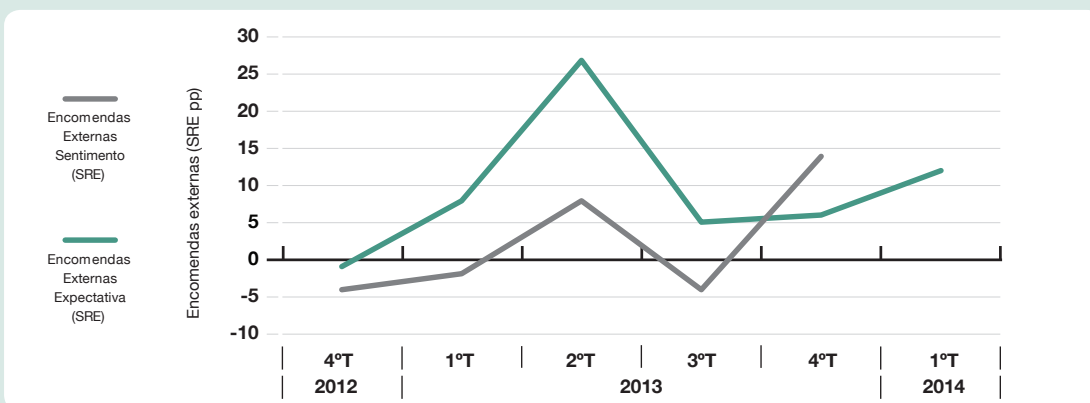
12 Exportações e Expectativas na Exportação



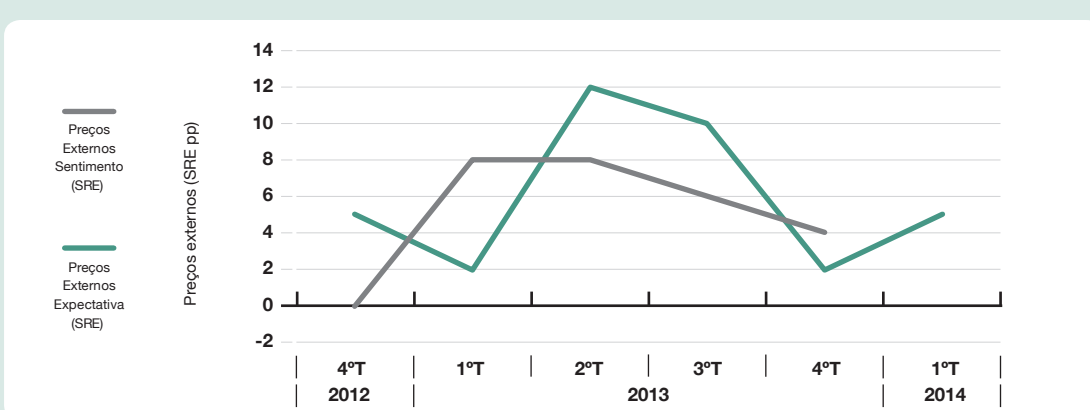
13 Macroeconomia da União Europeia



14 Perceção sobre as Encomendas Externas de Calçado



15 Perceção sobre a evolução dos Preços Externos do Calçado



Bons ventos para a exportação

A variação homóloga das exportações de calçado no 4º trimestre foi fortemente positiva, em sintonia com a retoma da economia Europeia onde o Sector coloca 90% do valor exportado.

Depois de vários trimestres de frustração das expectativas de encomendas externas, que terá levado o Sector a corrigi-las em baixa já no 3º e a mantê-las no 4º trimestre, o sentimento é de que as expectativas foram agora superadas, como confirma o bom crescimento da exportação.

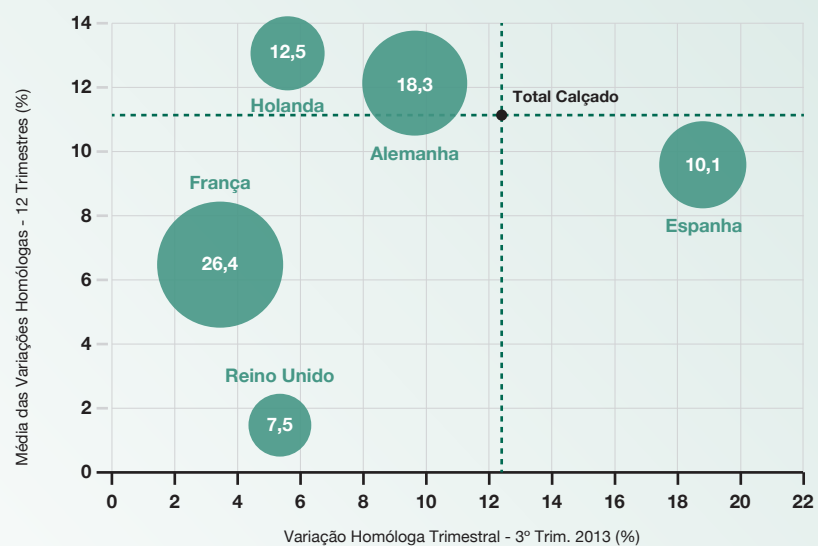
O consumidor europeu continua pessimista no 4º trimestre, ao arpejo de todas as previsões macroeconómicas para 2014 (European Economic Forecast, Fevereiro 2014) que estimam um crescimento do Produto de 1,5%, até marginalmente superior à previsão do Outono, e um Consumo Privado a crescer 1,1% na União e algo mais na Área Euro.

Os industriais do Sector alinham com a macroeconomia e melhoraram as suas expectativas sobre as encomendas externas para o 1º trimestre de 2014. O Índice Previsão. APICCAPS parece também dar-lhes razão, confirmando o crescimento da exportações (+4,4%) e até sua aceleração no 2º trimestre de 2014 (+6,2%).

As perspectivas do Sector quanto aos preços de exportação para o 3º trimestre terão sido demasiado otimistas, razão porque terão continuado a ser corrigidas em baixa no 4º, mas agora por excesso. Em linha com a atmosfera positiva que parece prevalecer, é maior o número daqueles que apostam agora no crescimento dos preços externos.

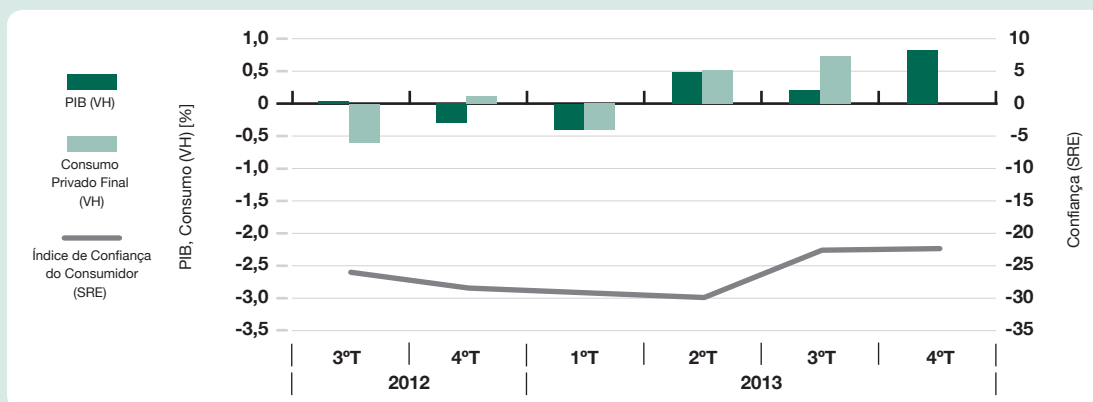
TOP5 Mercados de Exportação

16 Exportação Portuguesa de Calçado

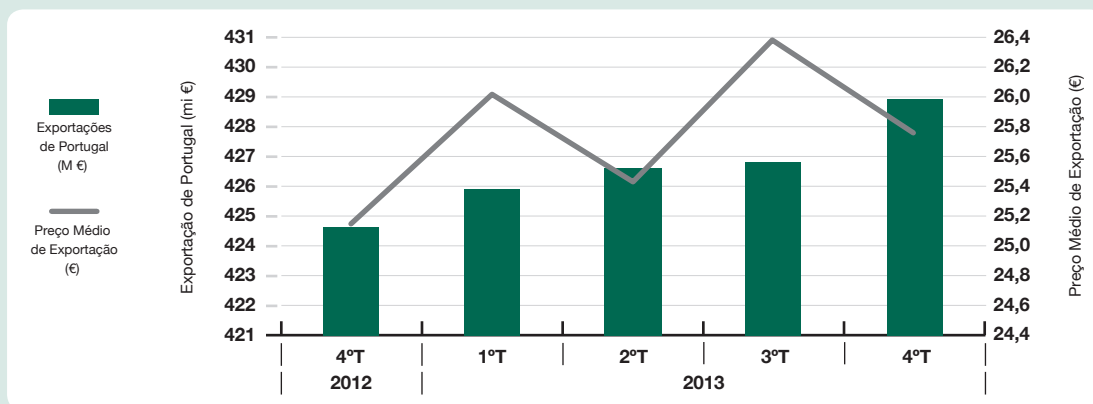


Valores nos círculos indicam o peso do mercado na exportação portuguesa e a dimensão dos círculos é proporcional a esse peso.

17 Macrocontexto



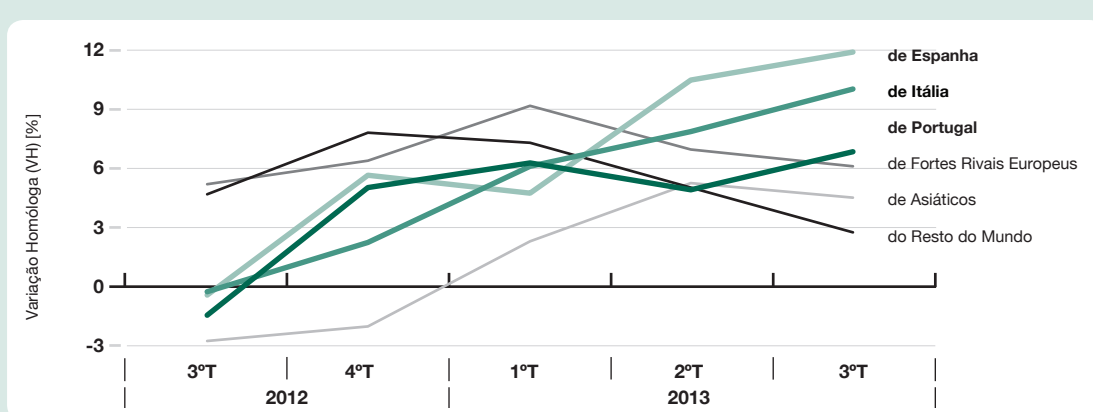
18 Exportação portuguesa de calçado



19 Importação de Calçado por origem

3º Trimestre 2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	1.602	100%	12,22 €	6,5%
Portugal	128	8%	28,38 €	6,9%
Itália	326	20%	34,74 €	10,0%
Espanha	112	7%	13,12 €	11,9%
Fortes Rivais Europeus ²	426	26%	12,07 €	6,1%
Asiáticos ³	422	27%	6,48 €	4,5%
Resto do Mundo	188	12%	25,47 €	2,7%

20 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado



Calçado caminha mais rápido que França

O crescimento do Produto francês consolidou-se no 4º trimestre, o que, neste mercado, se tenderá a traduzir num crescimento mais do que proporcional do Consumo Privado, apesar da resistência do pessimismo do consumidor.

As últimas previsões (EEF Winter, Fevereiro 2014) apontam para um crescimento nítido ainda que limitado (1%) em 2014, ao contrário da periclitante economia em 2013.

A melhoria das condições macroeconómicas suporta o crescimento anualizado das exportações de calçado português verificado desde 2012. Todavia o mercado cresceu no último ano abaixo da média dos últimos 3 anos, e abaixo das correspondentes variações da exportação total portuguesa.

Tal melhoria poderá também suportar ainda mais algum aumento dos preços médios de exportação que, no ano terminado no 3º trimestre de 2013, jogavam abaixo (82%), mas na mesma faixa da Itália. Todavia a melhoria homóloga das importações de Portugal ficou, nesse período, aquém do calçado oriundo da Itália.

Embora a Espanha venha crescendo bastante melhor do que Portugal como fornecedor de calçado a França, joga noutro campeonato de preços (38% do preço médio italiano).

Os restantes grupos de fornecedores, incluindo Asiáticos, perdem velocidade neste mercado.

¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França

³ Engloba todas as origens do continente asiático

Mercado rico mas não indiferente ao preço

Espera-se um crescimento robusto do Consumo Privado na sequência da aceleração do crescimento do Produto alemão no 4º trimestre, ajudado pela melhoria da conjuntura global da União. A confiança dos consumidores, tipicamente cautelosos neste mercado, continua a aproximar-se do otimismo.

As últimas previsões (EEF Winter, Fevereiro 2014) do crescimento para 2014 (1,8%), deixam para trás a fraca dinâmica de 2013.

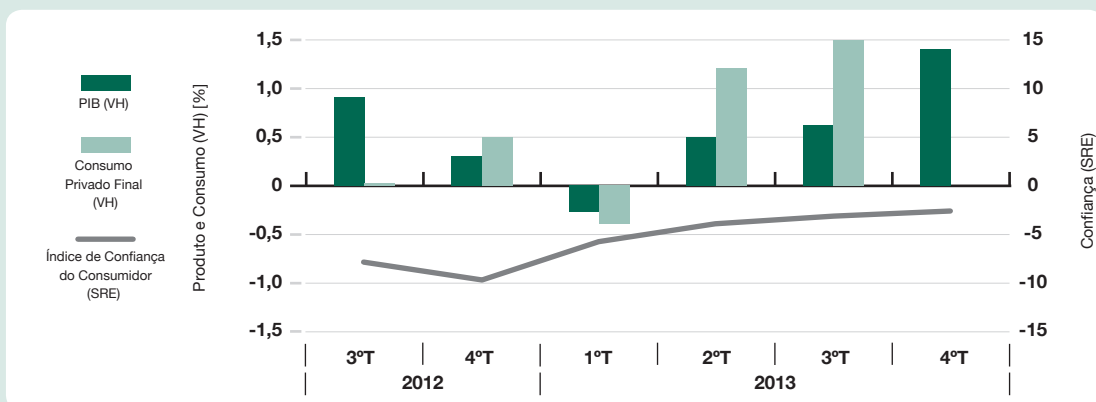
No 4º trimestre a exportação de calçado para a Alemanha (F22) parece ter respondido bem à aceleração da economia, ainda que esta informação avançada possa vir a não ser confirmada pelos futuros dados homólogos da importação alemã, como aconteceu no 3º trimestre. O presente crescimento está abaixo da sua média dos últimos 3 anos conhecidos, mas acima da média verificada para a totalidade da exportação portuguesa de calçado nesse período.

O mercado alemão, apesar de rico, poderá ser sensível ao nível de preços na faixa em que joga Portugal. O preço médio de exportação português já é marginalmente superior ao italiano e 34% mais elevado do que o Espanhol. Enquanto a Espanha continuava, no 3º trimestre, com uma boa evolução positiva (embora decrescente), Portugal perdia ainda mais terreno do que a Itália.

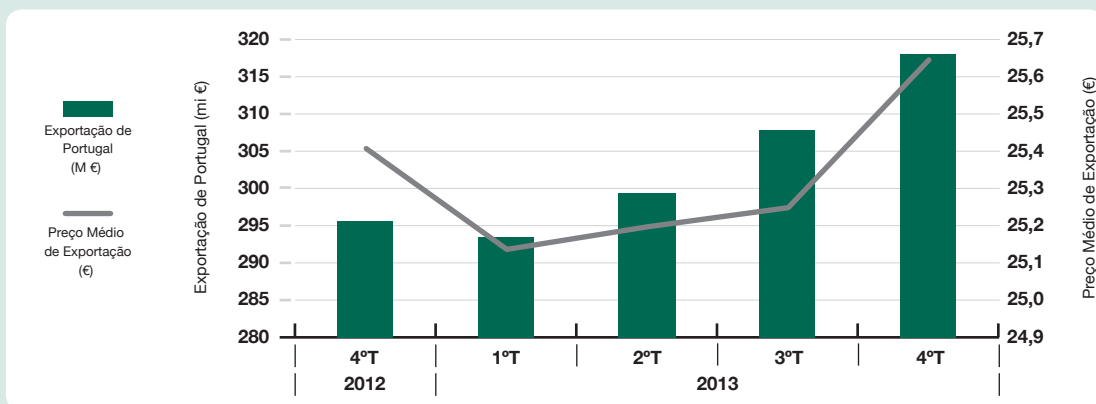
Este mercado está sobremaneira ligado a fornecedores Leste-Europeus da area de influência alemã, que disputaram os maiores crescimentos de oferta com a Espanha, em níveis de preços vizinhos.

ALEMANHA

21 Macrocontexto



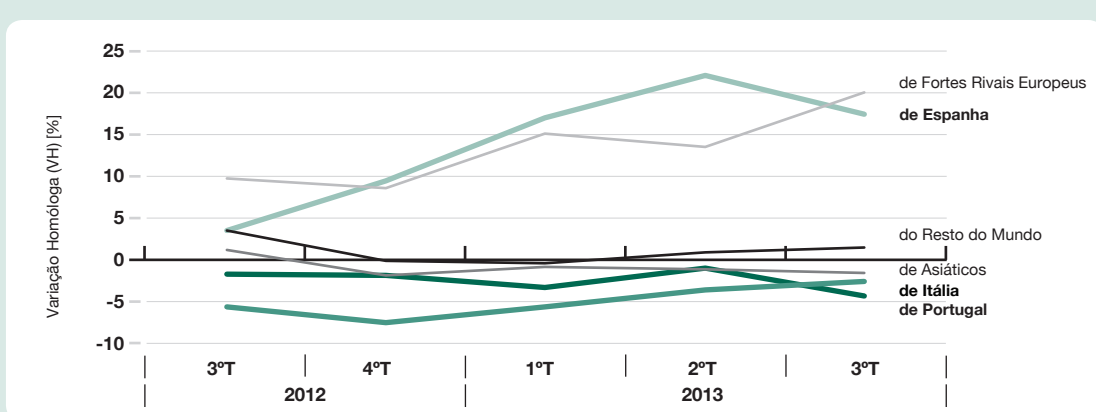
22 Exportação portuguesa de calçado



23 Importação de Calçado por origem

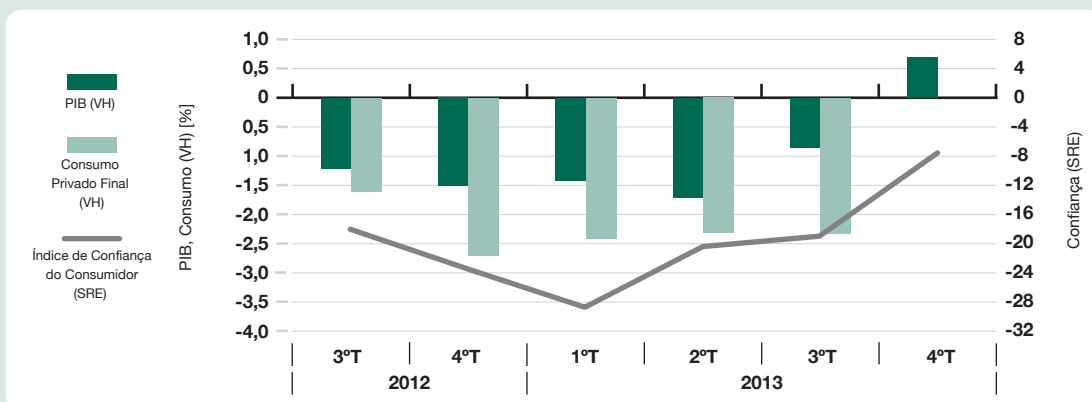
3º Trimestre 2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	2.149	100%	12,51 €	2,9%
Portugal	74	3%	27,41 €	-4,3%
Itália	235	10%	27,08 €	-2,5%
Espanha	48	2%	20,48 €	17,5%
Fortes Rivais Europeus ²	423	19%	17,81 €	20,0%
Asiáticos ³	861	42%	7,98 €	-1,5%
Resto do Mundo	506	23%	22,22 €	1,5%

24 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado

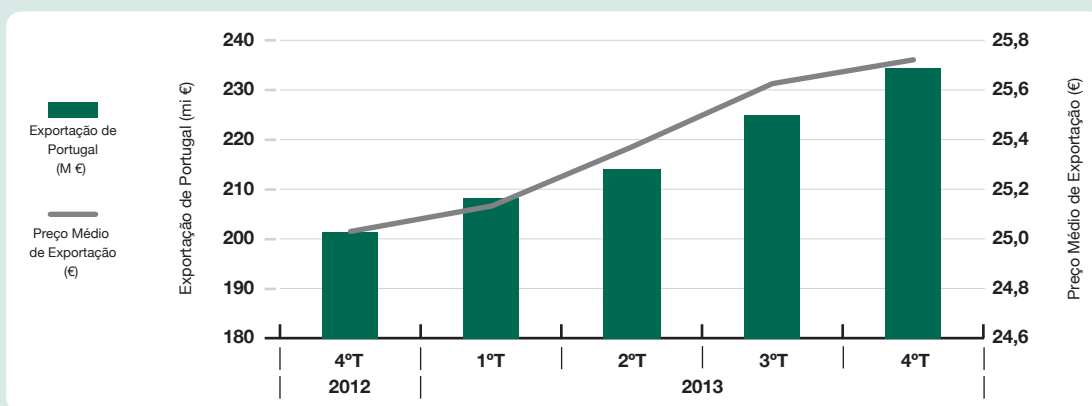


¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França | ³ Engloba todas as origens do continente asiático

25 Macrocontexto



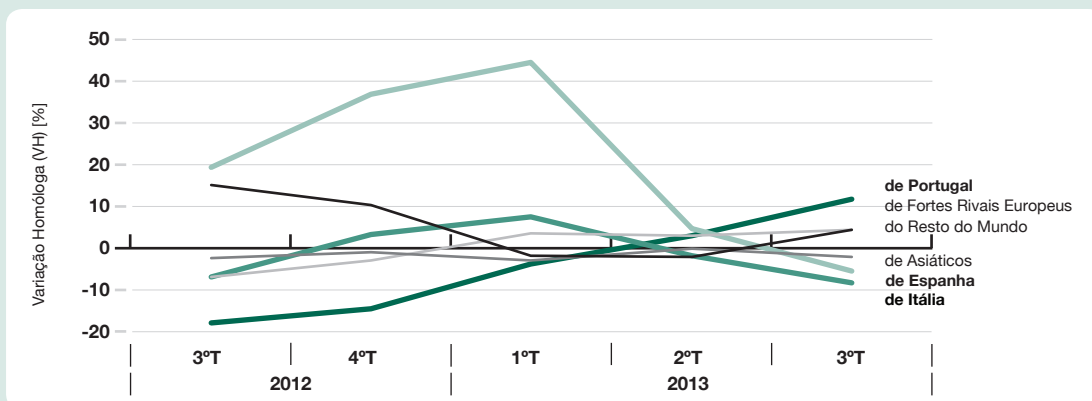
26 Exportação portuguesa de calçado



27 Importação de Calçado por origem

3º Trimestre 2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	901	100%	10,32 €	0,5%
Portugal	75	6%	27,89 €	11,8%
Itália	75	7%	30,11 €	-8,4%
Espanha	16	1%	22,70 €	-5,5%
Fortes Rivais Europeus ²	228	23%	19,94 €	4,3%
Asiáticos ³	392	51%	6,80 €	-2,1%
Resto do Mundo	114	13%	20,83 €	4,3%

28 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado



Importar calçado para terceiros

O Produto holandês, empurrado pela recuperação da União Europeia, começou finalmente a crescer no 4º trimestre mas, apesar de o consumidor estar bastante menos pessimista, e de se prever que o PIB de 2014 passe a crescer (+1% de acordo com o EEF Winter de Fevereiro de 2014), admite-se que não haverá condições para o Consumo Privado acompanhar em 2014 essa melhoria, embora possa baixar bastante menos do que em 2013.

Curiosamente, apesar da recessão macroeconómica verificada até ao 3º trimestre, a exportação de calçado português não cessou de crescer até lá, embora no 4º trimestre este andamento possa ter sido interrompido (F26), o que só os futuros dados da importação holandesa poderão validar (F27). A aparente irrelevância da macroeconomia resulta de a Holanda ser um *trader* de calçado (TOP8 na exportação, mas sem significado como produtor).

A exportação para a Holanda cresceu menos do que a sua média de crescimento nos últimos 3 anos, mas anda assim acima da média da exportação total no mesmo período.

Portugal era no ano terminado no 3º trimestre o fornecedor com melhor crescimento, enquanto o seu rival direto (Itália) estava em terreno negativo desde o 1º trimestre de 2013, possivelmente por não ter ajustado o seu (o mais alto) nível de preços.

O crescimento da Espanha, ainda que posicionada a um nível de preços mais baixo (81% do nível português) entrou em queda livre desde o 1º trimestre.

¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França

³ Engloba todas as origens do continente asiático

Portugal mais pronto para o “paso doble”

Todas as variáveis macro continuam negativas em Espanha até ao fim de 2013, mas todas convergem para a recuperação, podendo ainda demorar pelo menos um trimestre até que a bonança se torne mais clara.

Para 2014, as previsões mais recentes (EEF Winter, Fevereiro 2014) apontam de facto para o fim do crescimento negativo, com um crescimento do PIB (1%), e admitindo-se já algum aumento do Consumo Privado, ainda muito limitado pela desalavancagem da economia.

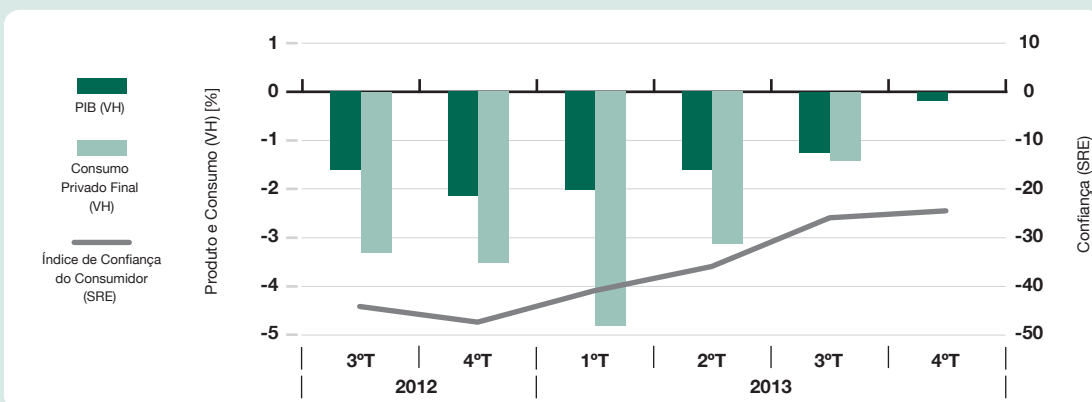
Apesar da crise continuada até ao fim do 3º trimestre, as exportações anuais de calçado português continuaram com tendência para crescer, certamente ajudadas por um preço médio neste mercado muito abaixo da faixa em que Portugal concorre mundialmente. No 4º trimestre há sinais preliminares de alguma quebra da exportação (F30), incluindo do preço, tendo de aguardar as estatísticas homólogas das importações espanholas (F31) para ver se tais sinais se confirmam.

A Espanha foi, entre os TOP5 mercados portugueses, aquele que mais acelerou em relação ao seu crescimento médio nos últimos 3 anos (F16), embora tenha crescido ligeiramente menos do que a média do crescimento da exportação total no mesmo período. Mas apesar de, neste mercado, Portugal não rivalizar com a Itália (cujo preço é o dobro) a Itália cresceu mais do que Portugal durante 2013.

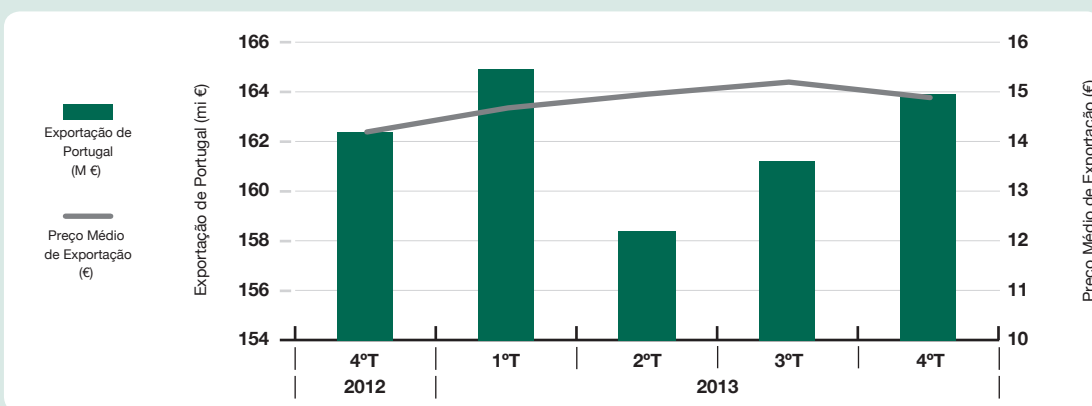
De qualquer modo, para um preço médio em concorrência directa com fortes traders europeus, a evolução destes compara muito negativamente com a portuguesa, que tudo indica explora a vantagem da proximidade peninsular.

ESPAÑA

29 Macrocontexto



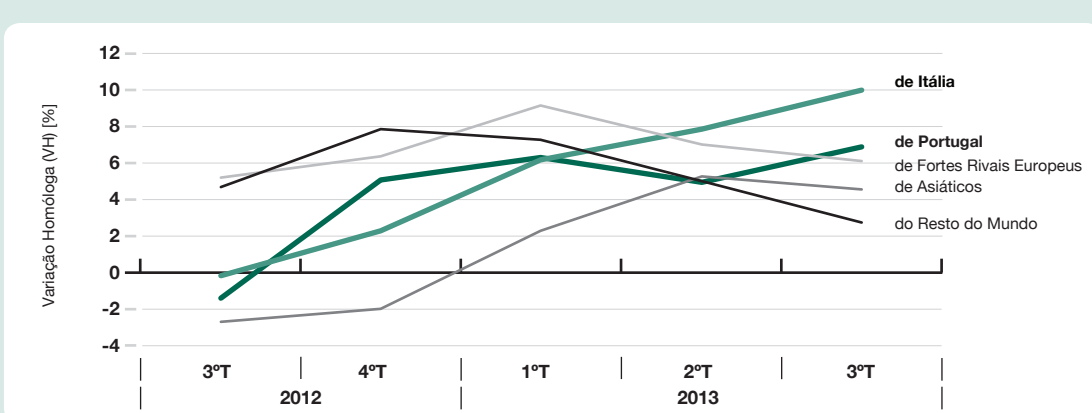
30 Exportação portuguesa de calçado



31 Importação de Calçado por origem

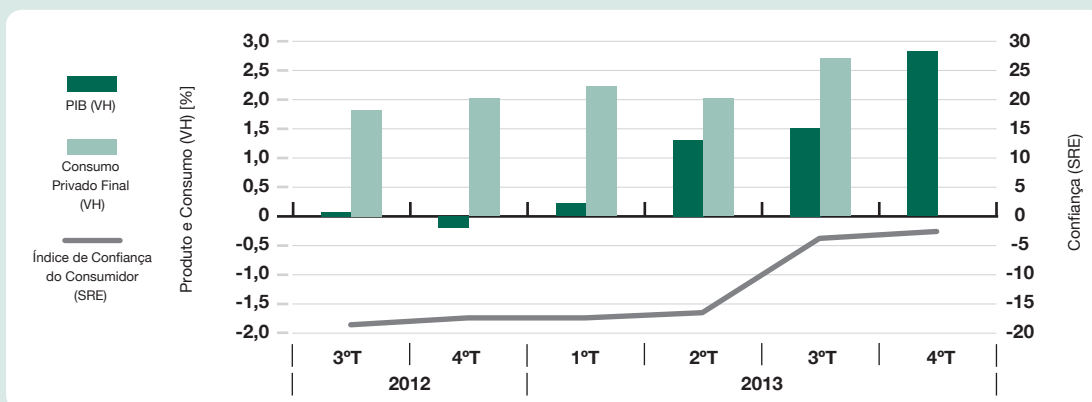
3º Trimestre 2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	651	100%	7,08 €	6,5%
Portugal	40	6%	16,34 €	6,9%
Itália	56	9%	32,29 €	10,0%
Espanha	-	-	-	-
Fortes Rivais Europeus ²	168	25%	16,25 €	6,1%
Asiáticos ³	338	53%	4,55 €	4,5%
Resto do Mundo	48	7%	21,57 €	2,7%

32 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado

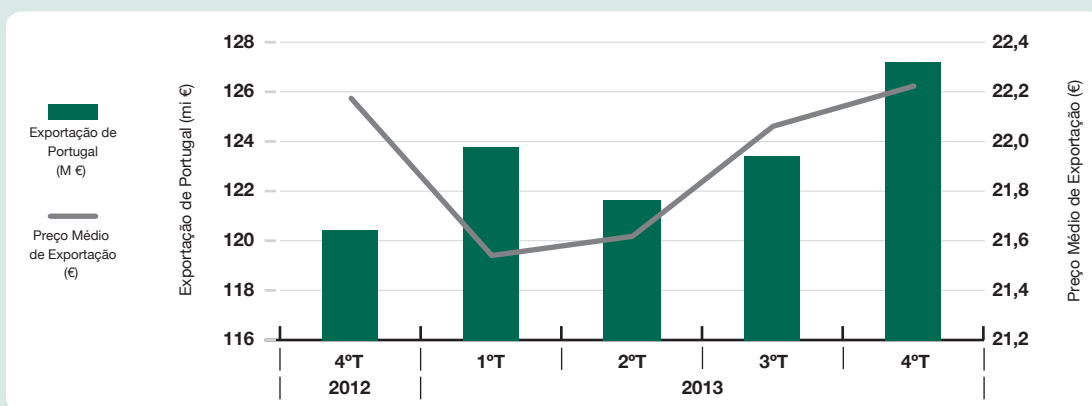


¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França | ³ Engloba todas as origens do continente asiático

33 Macrocontexto



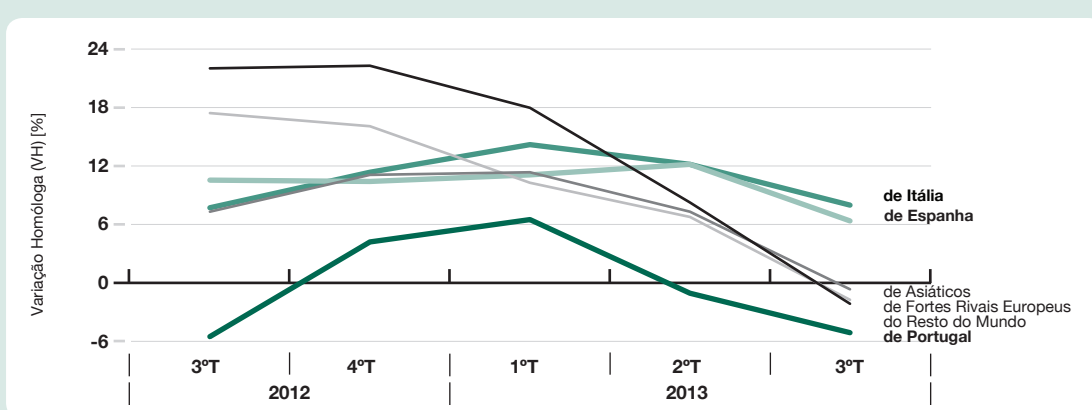
34 Exportação portuguesa de calçado



35 Importação de Calçado por origem

3º Trimestre 2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	1.180	100%	8,57 €	0,0%
Portugal	30	3%	25,08 €	-5,0%
Itália	119	10%	45,74 €	8,1%
Espanha	42	4%	25,25 €	6,4%
Fortes Rivais Europeus ²	241	21%	23,34 €	-1,6%
Asiáticos ³	643	56%	5,60 €	-0,7%
Resto do Mundo	105	7%	24,11 €	-2,1%

36 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado



Portugal com o passo trocado no Reino Unido

Se o Consumo Privado tem conseguido passar sempre por cima do pessimismo dos consumidores e até de quebras do Produto, a robustez do crescimento deste, no 4º trimestre, não deixará de traduzir-se em elevados níveis de crescimento do Consumo e de otimismo nos primeiros trimestres de 2014.

Aliás, as mais recentes previsões (EEF Winter, Fevereiro 2014) apontam para a aceleração do crescimento económico em 2014 (2,5%) ainda mais robusto do que em 2013, embora a velocidade do Consumo privado possa estacionar no elevado nível de 2013 (2,4%).

A evolução da exportação do calçado português parece não ter acompanhado a boa dinâmica do Consumo Privado, com registos contraditórios entre a estacionaridade e o decréscimo até ao fim do 3º trimestre, porventura em reação ao aumento do preço em euros.

Recorde-se porém, que sendo o Reino Unido um potente *trader* de calçado (TOP13 exportador, mas irrelevante na produção) o seu nível de importações deve ser considerado (pelo menos directamente) autónomo em relação à macroeconomia.

Embora haja números contraditórios na estatística inglesa, a estatística da exportação anual portuguesa para o Reino Unido até ao 3º trimestre evidencia uma evolução melhor do que a sua média nos últimos 3 anos, mas muito abaixo da média do crescimento das exportações totais de calçado no mesmo período (F16).

Independentemente dessas discrepâncias, e embora todos os fornecedores considerados na análise tenham baixado de desempenho no 3º trimestre, se não já antes, o tradicionalmente importante mercado do Reino Unido continua a parecer especialmente difícil para o posicionamento do calçado português. Quer quando se confronta com os preços mais altos da Itália (82% mais elevados), quer quando concorre com preços similares, como é o caso da Espanha (F35).

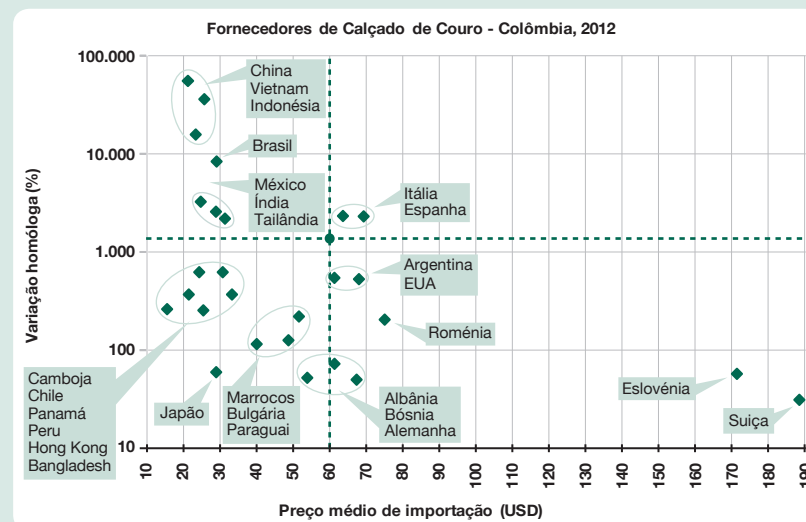
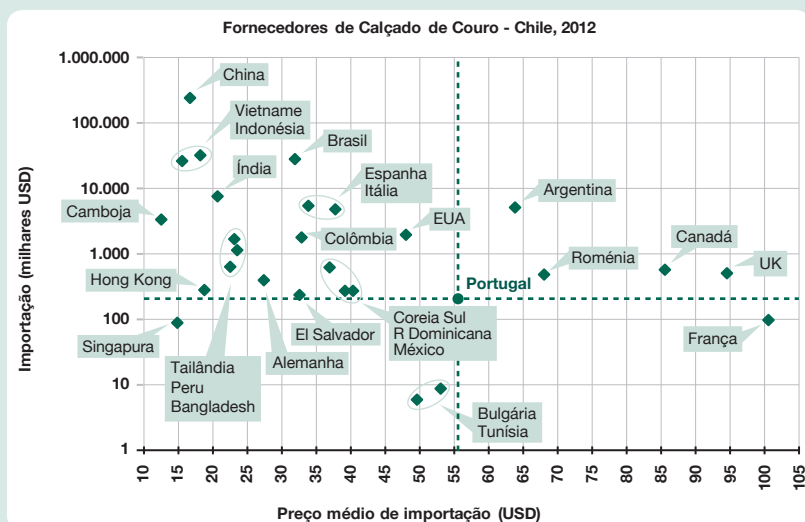
¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França
³ Engloba todas as origens do continente asiático

Colômbia e Chile em Foco: FOOTgrafia



		Chile	Portugal	Colômbia
População total	M pess	17,6	10,5	42,4
na Capital	M pess	5,2	2,8	9,0
densidade	pess/km2	22,4	115,4	42,4
crescimento último ano	%/ano	1,0	-0,3	1,3
urbana/total	%	88,9	61,6	75,0
15-64 anos/total	%	68,0	66,6	65,3
activa /total	%	59,5	51,5	60,3
primária/activa	%	11,2	10,5	16,9
terceária/activa	%	65,8	63,8	62,2
desempregada/activa	%	6,1	15,6	12,5
Produto PIB	biUSD	269,9	212,3	369,6
PIB per capita PPP'05	kUSD	15,3	21,3	9,1
crescimento 2012	%/ano	6,0	-3,5	4,2
crescimento 2014*	%/ano	4,5	0,04	4,3
inflação IPC	%/ano	3,0	2,8	3,2
100» [des]igualdade » 0	Gini	52,1	nd	56,7
primário/PIB	%	4,8	2,4	6,5
terceário/PIB	%	73,1	74,6	56,0
Consumo privado/PIB	%	57,3	65,7	61,5
Exportação /PIB	%	29,1	38,7	18,3
Importação /PIB	%	27,9	39,3	19,7

Perceção mundial		Chile	Portugal	Colômbia
Competitividade Global* 2013-14	posição	34	51	69
instituições	posição	28	46	110
infraestruturas	posição	46	22	92
ambiente macroeconómico	posição	17	124	33
eficiência do mercado de bens	posição	36	72	102
dimensão do mercado	posição	42	50	31
sofisticação dos negócios	posição	54	57	63
Facilidade de Fazer Negócios* 2013	posição	34	31	43
Negociar com o exterior	posição	40	25	94
força contratual	posição	64	24	155
Perceção da Corrupção* 2013	posição	22	33	94
		Chile	Portugal	Colômbia
Capital		Santiago		Bogotá
distância de Portugal	km	10.217		7.526
Export para / Import de	%	3,5		0,1
peso cliente/ Export Total.pt	%	0,2		0,1
peso fornecedor/ Import total.pt	%	0,5		0,04
ranking cliente /clientes.pt	posição	45		65
ranking fornecedor /fornecedores.pt	posição	72		29
variação Export para	%/ano	7,7		50,1
variação Import de	%/ano	-51,7		14,3

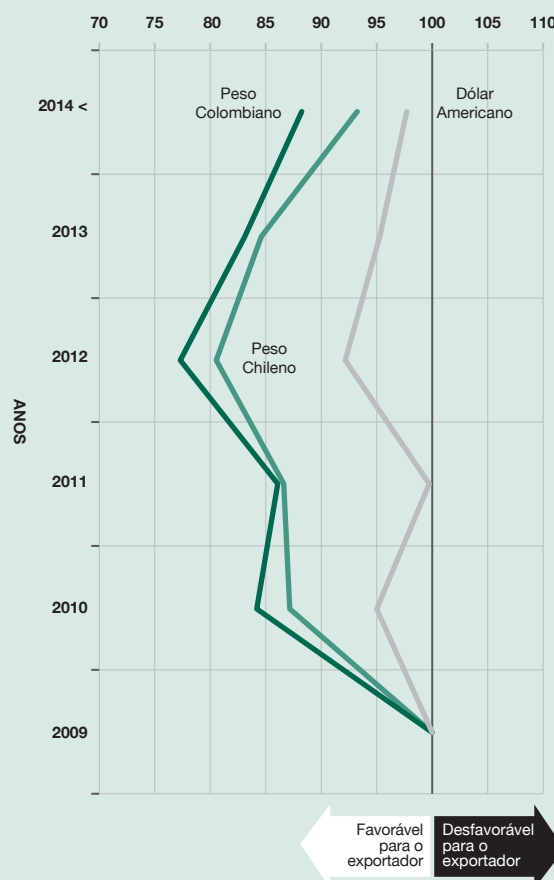


Perspetivas para o calçado de couro

- Na geografia da América do Sul, Colômbia e Chile são roteiros muito tentadores para a projeção de Portugal e do seu calçado de couro.
- Comércio bilateral mínimo recorda que atractividade linguística não basta para ignorar a deseconomia da distância. Para massa comercial crítica pode ajudar a adjacência do Peru (a prazo) e o Panamá - 2º maior nó logístico e de *trading* mundial, a seguir a Hong Kong.
- TOP31 para a Colômbia e TOP42 para o Chile em dimensão de mercado no mundo (World Forum), superior à de Portugal (posição 50). Ambos com uma dinâmica económica acima dos 4%, não inflacionista e de baixo risco-país político.
- No Chile encontra um ambiente local de negócio próximo ou melhor do que em Portugal. O que não acontece ainda na Colômbia, apesar do seu modelo de inspiração ser o Chile e estar entre os TOP10 campeões mundiais na progressão desse ambiente entre 2005-2011 (Banco Mundial).
- Economias ainda menos abertas ao exterior do que Portugal, estão hiper-activas na concretização de Acordos de Livre Comércio fora da área latino-americana. Entre outros, com uma grande aposta do Chile na China (desde 2005), e da Colômbia nos EUA (2012) e na União Europeia (2013).
- Tradicionalmente na área de influência do Dólar americano, dominante no comércio das *commodities* em que abundam, e no forte Investimento Directo Estrangeiro que atraem. Para o exportador português, alerta à evolução EUR/USD.
- Urbanização muito acima da nossa, e concentrada em grandes centros urbanos, que polarizam poder de compra *per capita* muito superior à média do país e, fora das capitais, a crescer mais rapidamente que o país (Mckinsey).
- Deslocação aérea entre cidades razoavelmente confiável, evita penosidade e insegurança das vias terrestres.
- Para servir bem o mercado da Colômbia conte com um sobre-custo, mesmo comparado a nível regional (Chile e Peru), resultante do sub-desenvolvimento logístico, deficiente suporte judicial e corrupção.
- Perceção do exportador sobre o preço no consumidor em função do seu preço FOB aponta um multiplicador entre 1,6 e 2.

Importação Calçado Couro 2012 por origens		Chile	Colômbia
Mundial	M USD	403,4	136,7
Preço médio de importação	USD	41,06	57,01
crescimento médio 2007-12	% (USD)	17,1	22,3
Portugal	M USD	0,2	1,3
quota	%	0,05	0,98
Preço médio de importação	USD	55,64	59,60
crescimento médio 2007-12	% (USD)	140,0	113,1
China			
quota	%	64,2	40,9
Preço médio de importação	USD	16,78	20,37
crescimento médio 2007-12	% (USD)	18,0	24,5
Brasil			
quota	%	7,4	6,2
Preço médio de importação	USD	31,94	29,35
crescimento médio 2007-12	% (USD)	9,0	15,9
Espanha			
quota	%	1,4	1,7
Preço médio de importação	USD	33,88	63,90
crescimento médio 2007-12	% (USD)	22,7	17,9
Itália			
quota	%	1,2	1,7
Preço médio de importação	USD	37,77	69,57
crescimento médio 2007-12	% (USD)	34,26	22,8

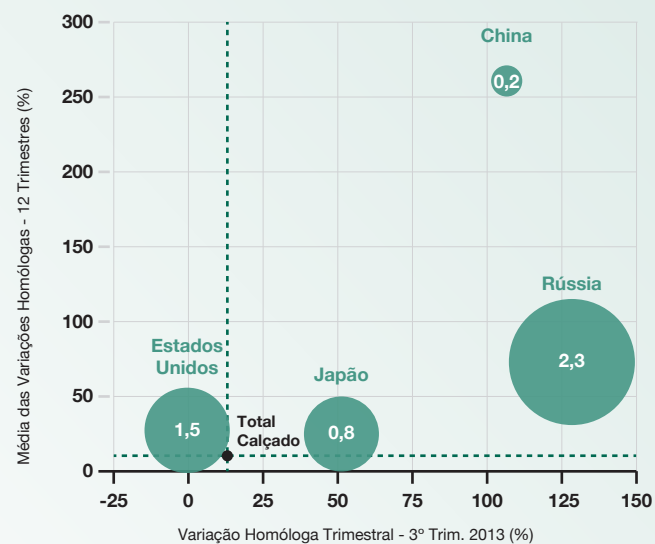
Evolução da taxa de câmbio média da moeda local face ao Euro



- Pensar regional é útil numa estratégia de inovação de longo curso para o calçado. Mas, em escala europeia, recorde que a distância entre Bogotá e Santiago do Chile é maior do que entre Portugal e Moscovo, 3 vezes até Paris.
- A economia de introdução de consumos finais importados é favorecida pela concentração demográfica nas mega-capitais - Santiago do Chile e Bogotá - e noutras cidades, como Medellín e Cali, com a dimensão da Grande Lisboa (na ordem dos 2,4 milhões). Só estas 3 metrópoles colombianas serão responsáveis por 40% do crescimento do país até 2025 (Mckinsey).
- Se tomar a Colômbia como âncora, está no centro geográfico das Américas e na mesma escala económica e demográfica da África do Sul. Mas as importações de calçado português são apenas 1/8 das sul-africanas, que fica ainda mais distante de Portugal.
- A Colômbia é dos principais centros de moda da América Latina, com 2 picos. Em Bogotá em Fevereiro (IFLS-International Footwear and Leather Show) referenciado pelos exportadores italianos; e em Medellín em Julho (Colombia Moda), foco recente da ofensiva da moda francesa, e atraindo mais de 10 mil visitantes não colombianos.
- Acordo Colômbia-União Europeia eliminou direitos do calçado a partir de Agosto 2013.
- No segmento de preço português (60-70 USD/par), apesar da recuperação, Portugal tem apenas metade das limitadas quotas (1,7%) da Itália e Espanha. Há calçado local que rivaliza aqui com marcas de prestígio e lojas próprias, como a Bosi e a Velez (Euromonitor).
- Para calçado de couro europeu de marca e preço superior, o mercado-alvo colombiano é estimado em 2,5% das famílias, 285 mil com rendimento anual acima dos 65 mil USD, mais 36 mil acima dos 150 mil USD (Euromonitor), na ordem de 1,14 milhões de pessoas.
- Mais 1,5 milhões estão ainda acima da média e rapidamente virão aumentar este exclusivo segmento, onde não jogam os TOP10 fornecedores asiáticos e latino americanos de calçado aqui ativos.
- A interioridade e a altitude de Bogotá criam uma atmosfera favorável a um *dress code* mais amigo do calçado de couro. Os vários centros comerciais da capital estão muito estratificados por estatuto social, com as marcas estrangeiras de moda crescentemente no *franchise*.

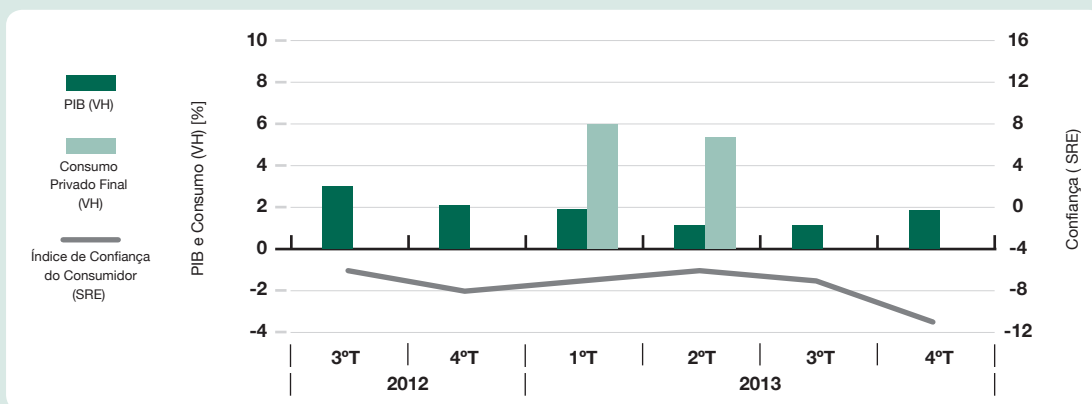
Grandes desafios à Exportação

37 Exportação Portuguesa de Calçado

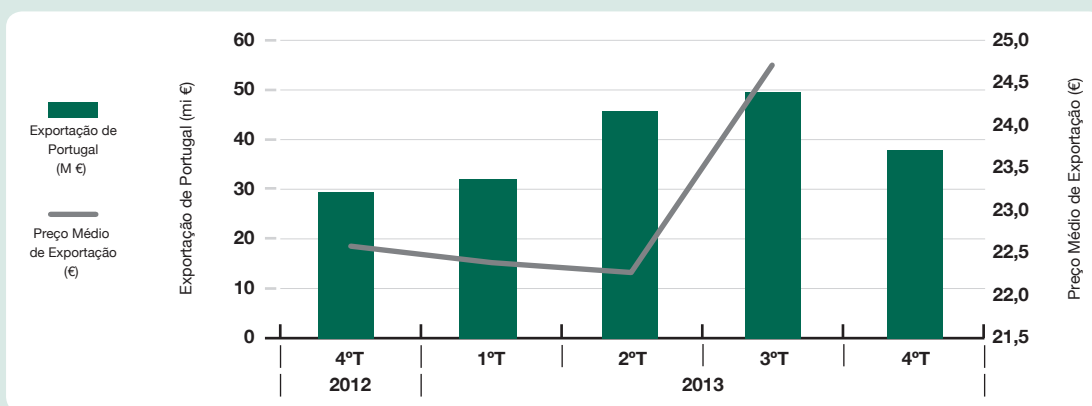


Valores nos círculos indicam o peso do mercado na exportação portuguesa e a dimensão dos círculos é proporcional a esse peso.

38 Macrocontexto



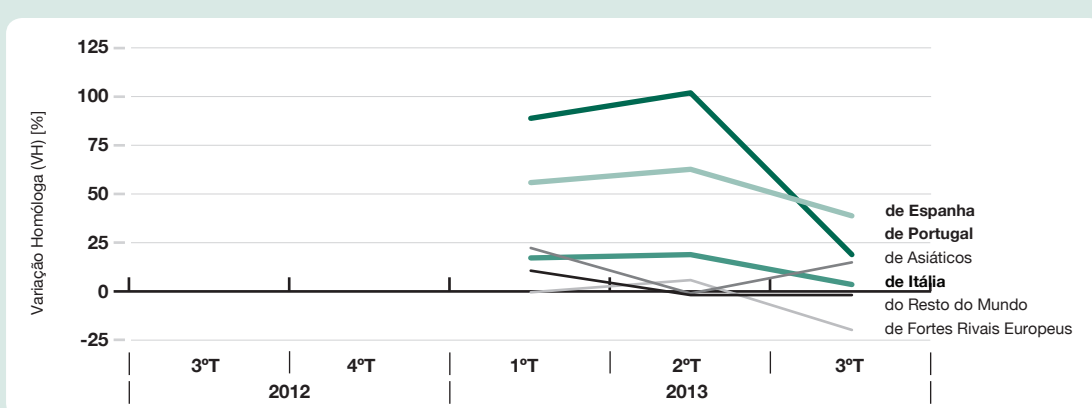
39 Exportação portuguesa de calçado



40 Importação de Calçado por origem

3º Trimestre 2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	653	100%	\$ 14,45	11,4%
Portugal	12	2%	\$ 39,90	18,3%
Itália	65	8%	\$ 66,66	3,3%
Espanha	6	1%	\$ 43,38	38,4%
Fortes Rivais Europeus ²	6	1%	\$ 38,98	-20,2%
Asiáticos ³	482	78%	\$ 12,47	14,3%
Resto do Mundo	83	11%	\$ 23,68	-1,8%

41 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado



Crimeia pode estragar o calçado?

O crescimento do Produto no 4º trimestre aparenta inverter a desaceleração dos dois últimos. Mas o pessimismo do consumidor agrava-se, podendo anunciar o fim da exuberância do crescimento do Consumo privado (conhecido aqui com muito atraso).

Todavia, as últimas previsões disponíveis (EEF de Inverno, Fevereiro 2014) apontam para um crescimento económico em 2014 (2,3%) superior ao de 2013, e um ritmo de crescimento do Consumo privado (4,2%) apenas ligeiramente abaixo.

A exportação anual de calçado português no 4º trimestre manteve crescimento em relação ao ano homólogo anterior, ainda que menos robusto que no 3º trimestre (F39), não obstante o aumento de preço.

A Rússia aliás estava, no 3º trimestre, a crescer mais do que a sua média nos últimos 3 anos e acima do crescimento médio da exportação portuguesa de calçado.

Veremos se o maior pessimismo emergente no mercado, e o agravamento da situação geopolítica na zona, não comprometerá as perspetivas da exportação portuguesa.

Até ao fim do 3º trimestre o desempenho homólogo de Portugal superou todos os rivais salvo a Espanha (F40). Esta, apesar de um preço 9% mais elevado, cresceu mais do dobro do calçado português.

¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França

³ Engloba todas as origens do continente asiático

Aproveitar melhor o que sobra dos asiáticos

Quarto trimestre consecutivo de aceleração do crescimento do PIB, finalmente acompanhado por aceleração do Consumo Privado, embora as expectativas do consumidor possam prenunciar no 4º trimestre menos otimismo. Mas as últimas previsões (EEF Winter, Fevereiro 2014) apontam para um crescimento em 2014 (2,9%) bem superior ao de 2013.

Ao contrário do andamento da economia americana, no ano terminado no 4º trimestre a exportação portuguesa de calçado manteve-se praticamente idêntica ao valor do ano de 2012, mas em desaceleração quando comparada com o ano fechado no 3º trimestre. Nesse sentido a exportação foi mais sensível à menor confiança do consumidor americano, e à subida do preço de exportação (em €), do que à nítida melhoria da macroeconomia dos EUA.

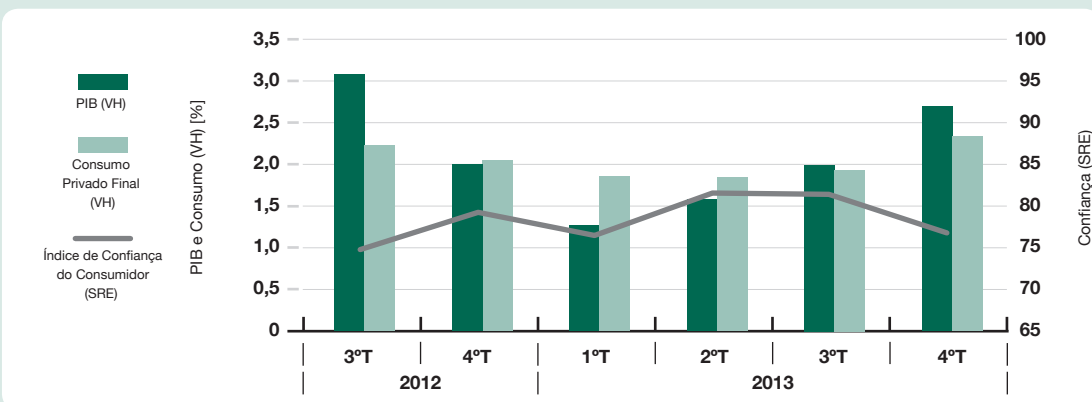
Até ao 3º trimestre a exportação para este mercado tinha crescido menos do que a média dos últimos 3 anos, mas mais do que a média do total das exportações portuguesas (F37).

Diferentemente, as estatísticas de 2013 da importação americana (convertida em €) oriunda de Portugal evidenciam um franco crescimento comparado com 2012 (F44), possivelmente devido a desincronização do factor de conversão cambial e/ou ao crescimento agressivo dos custos de importação que entram no valor aduaneiro americano.

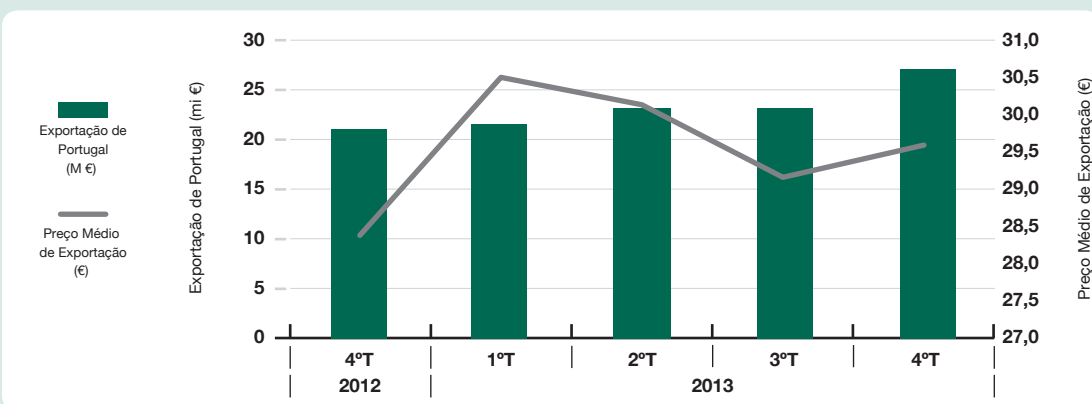
Como quer que seja, o desempenho de Portugal foi muito superior ao dos rivais Espanha e Itália. Como o seu preço médio era 10% mais barato que o espanhol e 37% mais baixo que o italiano, poderemos estar perante o reconhecimento pelo mercado de um maior *value for money* a favor do calçado português. Embora as quotas deste trio de concorrentes sejam muito reduzidas num mercado monopolizado pelo calçado asiático, a quota portuguesa continua insignificante e aparentemente abaixo das possibilidades no seu tipo de calçado.

EUA

42 Macrocontexto



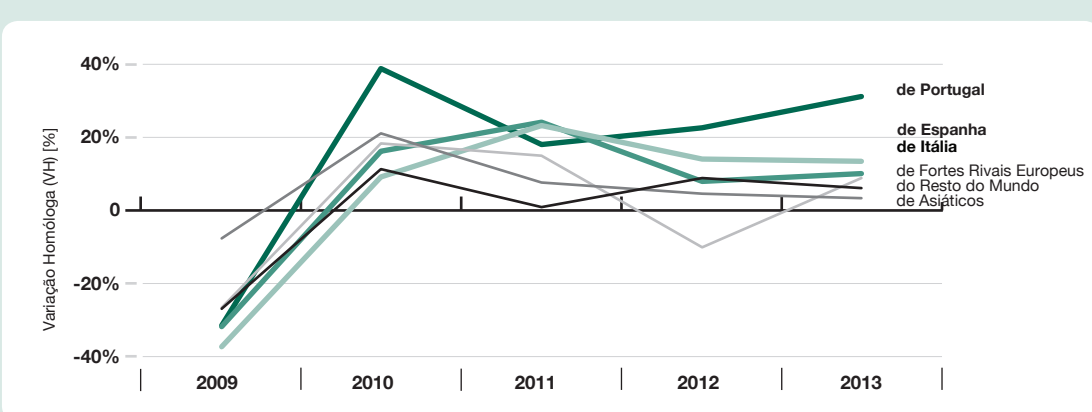
43 Exportação portuguesa de calçado



44 Importação de Calçado por origem

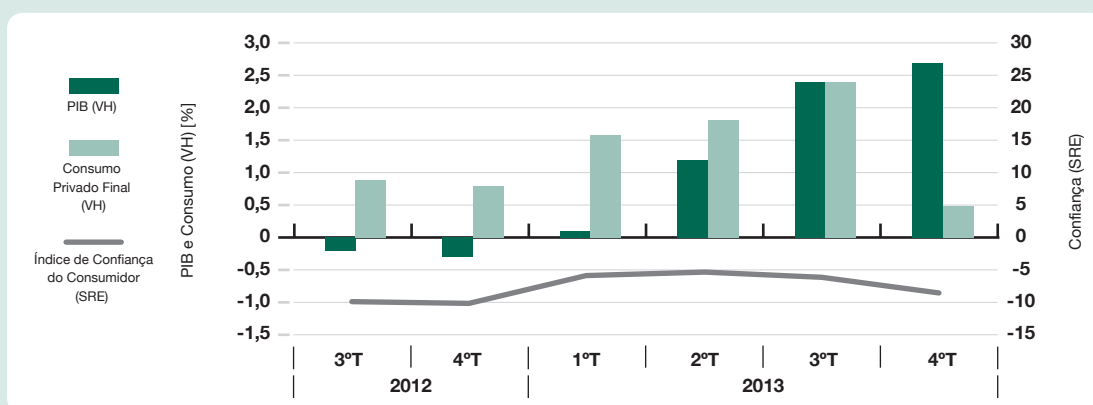
2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	25.317	100%	\$ 10,83	3,8%
Portugal	85	0%	\$ 52,54	31,0%
Itália	1.347	5%	\$ 81,71	10,1%
Espanha	191	1%	\$ 55,37	13,5%
Fortes Rivais Europeus ²	84	0%	\$ 41,75	8,8%
Asiáticos ³	22.306	88%	\$ 9,87	3,1%
Resto do Mundo	1.304	5%	\$ 23,47	6,0%

45 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado

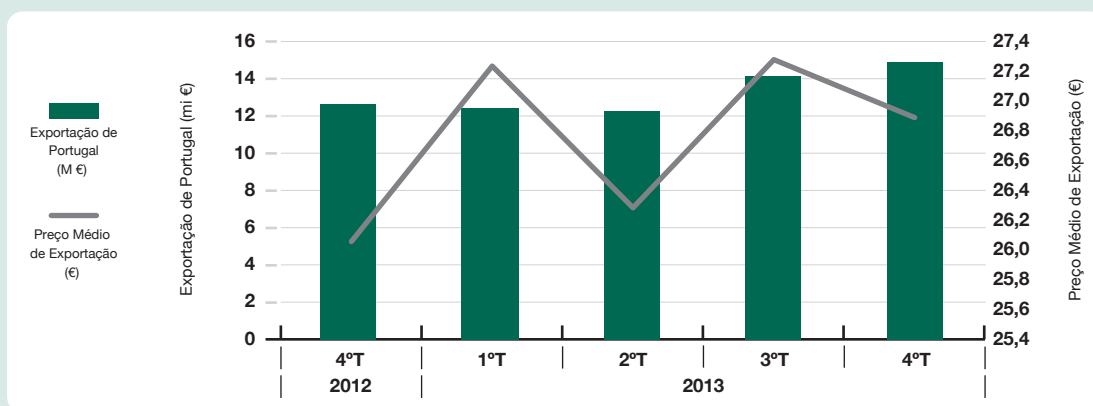


¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França | ³ Engloba todas as origens do continente asiático

46 Macrocontexto



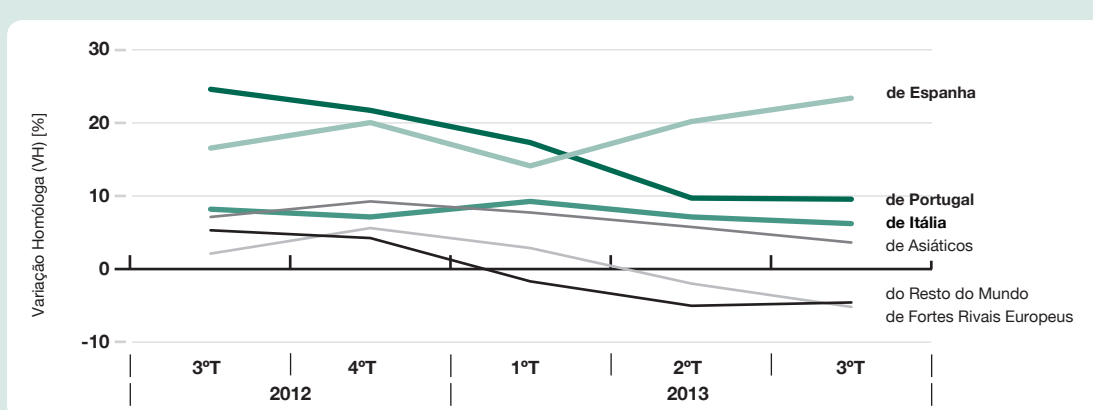
47 Exportação portuguesa de calçado



48 Importação de Calçado por origem

2013	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	1.611	100%	\$ 9,46	3,6%
Portugal	14	1%	\$ 64,86	9,5%
Itália	112	7%	\$ 133,40	6,2%
Espanha	15	1%	\$ 50,46	23,4%
Fortes Rivais Europeus ²	17	1%	\$ 61,70	-5,2%
Asiáticos ³	1.398	87%	\$ 8,34	3,6%
Resto do Mundo	56	3%	\$ 54,82	-4,6%

49 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado



Refluxo do consumo requer cuidado com preços

Habitado a uma persistente deflação, o consumidor japonês não se deixou impressionar pela aparente consistência do aumento do PIB e do Consumo Privado até ao fim de 2013. Apesar do incentivo à antecipação do consumo, por se saber que o imposto sobre o consumo aumentará de 5 para 8% no 2º trimestre de 2014, o pessimismo do consumidor agravou-se no 4º trimestre e o crescimento do Consumo Privado terá já caído abissalmente.

As últimas previsões (EEF Winter, Fevereiro 2014) apontavam para um crescimento em 2014 igual ao de 2013 (1,6%), com desaceleração ao longo do ano. Mas o crescimento do Consumo Privado deverá cair de 2% para 0,5%, mais pronunciadamente no 2º semestre de 2014, em virtude da resistência dos empregadores ao aumento dos salários.

Comparando com o crescimento nos últimos 3 anos a exportação para o Japão estava a crescer no 3º trimestre mais, e aliás mais do que o crescimento médio da exportação global portuguesa. Mas depois do crescimento anual no 3º trimestre, as exportações anualizadas de calçado português, em euros, diminuíram no 4º trimestre, o que está alinhado com a súbita depressão do Consumo Privado.

Em US dólares, porém, as importações de calçado português pelo Japão até ao 3º trimestre tinham estabilizado depois de 3 trimestres a desacelerar, ficando acima do crescimento da Itália, mas muito abaixo da Espanha, o que poderá reflectir os diferenciais de preços (29% acima do calçado espanhol, e 51% abaixo do Italiano).

¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França | ³ Engloba todas as origens do continente asiático

A longa marcha: chegar à imagem Itália

O PIB Chinês não evidencia um padrão previsível de crescimento, e no 4º trimestre voltou a abrandar de ritmo embora a confiança do consumidor tenha recuperado para terreno positivo (F51). As últimas previsões (EEF Winter, Fevereiro 2014) apontavam para uma ligeira diminuição do crescimento económico em 2014 (7,4%).

Não há previsões para o Consumo Privado, mas a política oficial de fundo continua a ser no sentido de incentivar o consumo interno através dos salários.

Crescimento das exportações anualizadas de calçado português, a partir do início de 2013, insensível às pequenas flutuações do ritmo de crescimento económico e da confiança do consumidor. No 4º trimestre o crescimento da exportação pareceu abrandar (F51), mas há que aguardar 2014 para saber se é ou não uma nova tendência.

Com o consumidor chinês de alto rendimento pouco sensível às vicissitudes macroeconómicas, uma eventual alteração do ritmo da exportação portuguesa estará provavelmente dependente de uma alteração estrutural da competitividade relativa dos seus rivais directos neste segmento.

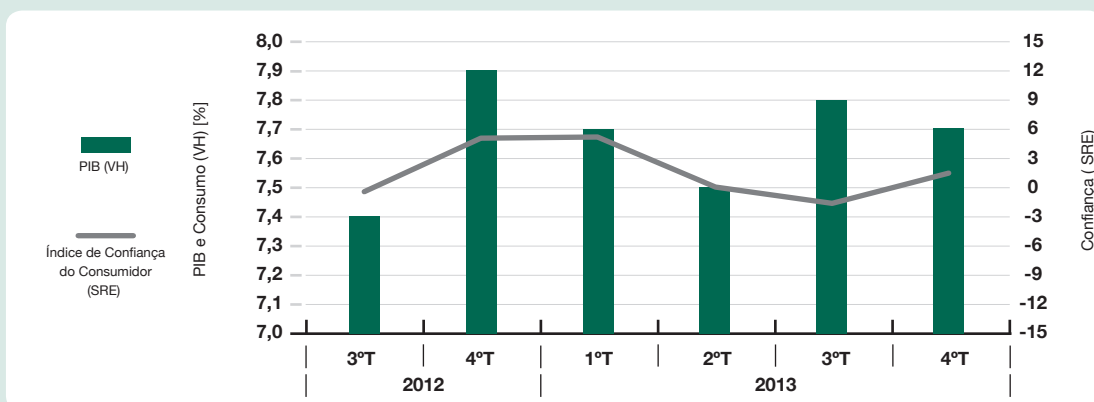
Em 2012 (últimas estatísticas da importação chinesa) todas as fontes fornecedoras de calçado sofreram uma quebra abrupta, salvo Portugal, que acelerou acima de toda a concorrência, nomeadamente da Itália e, sobretudo, da Espanha (F53).

Sendo as quotas de Portugal e Espanha comparáveis e bastante reduzidas, e o preço médio de Portugal (em USD) 15% mais baixo que o da Espanha (F52), aparentemente o consumidor chinês está-se a aperceber que a origem espanhola não vale o diferencial de preços.

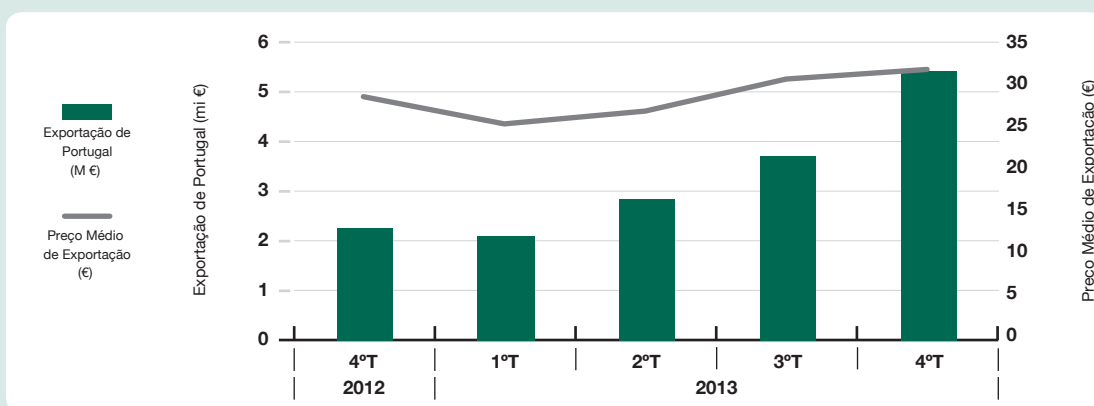
Já o preço italiano é mais de 3 vezes o preço português, o que mostra que a Itália joga num segmento de clientela diferente, em que o preço não conta, e o facto de o seu crescimento ter sido menor terá mais a ver com a quota incomparavelmente maior de que ali dispõe (F52).

CHINA

50 Macrocontexto



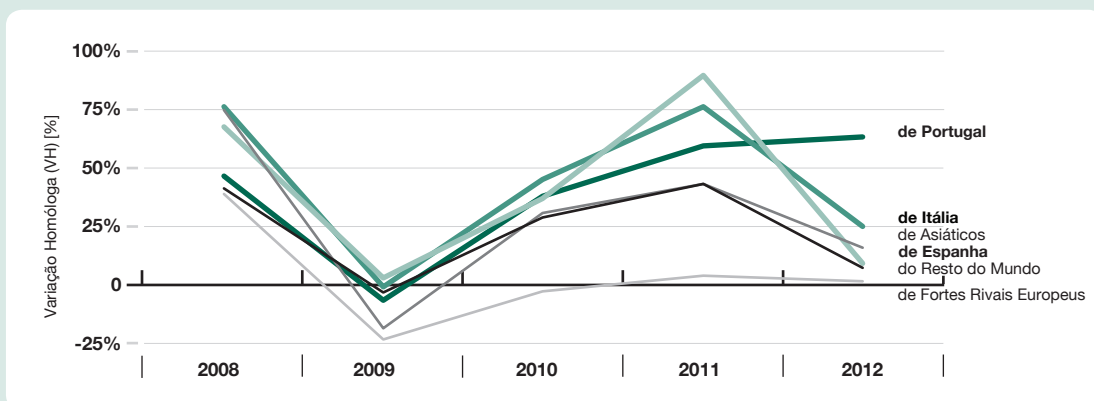
51 Exportação portuguesa de calçado



52 Importação de Calçado por origem

2012	Importação (M €)	Quota	Preço Médio	Varição Homóloga ¹
MUNDO	1.522	100%	\$ 30,24	18,1%
Portugal	28	2%	\$ 61,91	63,4%
Itália	469	31%	\$ 206,83	25,0%
Espanha	46	3%	\$ 72,47	9,0%
Fortes Rivais Europeus ²	10	1%	\$ 38,60	1,6%
Asiáticos ³	875	57%	\$ 20,06	15,6%
Resto do Mundo	96	6%	\$ 30,60	7,3%

53 Variação Homóloga¹ das Importações de Calçado



¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França

³ Engloba todas as origens do continente asiático

Mercado Doméstico



Nova corrida em Portugal, com Espanha de novo à frente

Continua em Portugal o processo de recuperação económica iniciado no princípio de 2013, em termos de Consumo Privado e da confiança do consumidor, e que é já visível no crescimento homólogo do PIB, pela primeira vez desde 2010, no 4º trimestre.

As mais recentes previsões macroeconómicas (EEF Winter, Fevereiro 2014) antevêm para 2014 a inflexão da evolução tanto no PIB (de -1,6% para +0,8%), como no Consumo Privado, mas deixando esta variável apenas no limiar do crescimento (+0,1%).

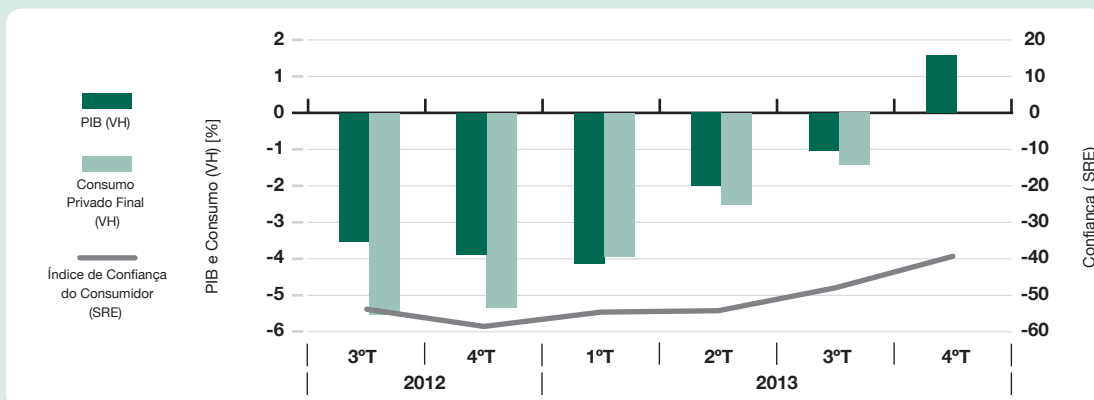
Desde o 4º trimestre de 2012 o negócio doméstico da fileira em que o calçado se inclui tem já mostrado crescimento, e no 4º trimestre de 2013 a faixa dos industriais que se queixam da insuficiência de encomendas domésticas já se reduziu (F6). Não é de estranhar que desde o 2º trimestre as importações de calçado já tenham crescido em termos homólogos, e no 4º trimestre em passo já mais acelerado (F55), o que logicamente terá motivado a retoma das queixas dos industriais do Sector contra a concorrência das importações (F6).

As importações de todas as proveniências têm, por isso, amortecido os seus ritmos de quebra, e as importações espanholas, que dominam esmagadoramente o mercado da importação, já apresentaram um claro crescimento positivo no ano terminado no 3º trimestre (F56).

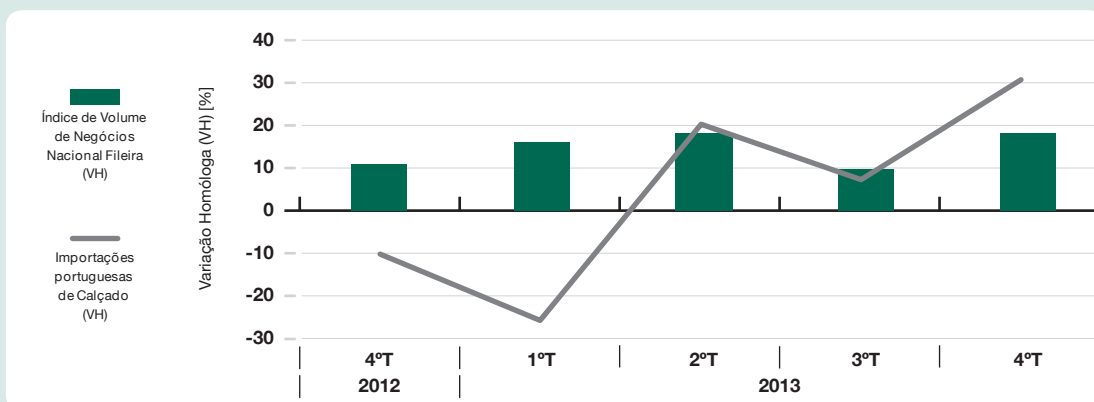
Neste contexto, os preços do calçado no consumidor, descontada a sazonalidade, evidenciam uma tendência ascendente e com a exceção (normal) do 4º trimestre, as expectativas dos industriais do Sector sobre os preços domésticos são também no sentido do aumento (F57). Evidência, porventura de forma exagerada, da aspiração de recuperarem urgentemente as margens no negócio doméstico depois de uma longa crise de consumo.

6. MERCADO DOMÉSTICO

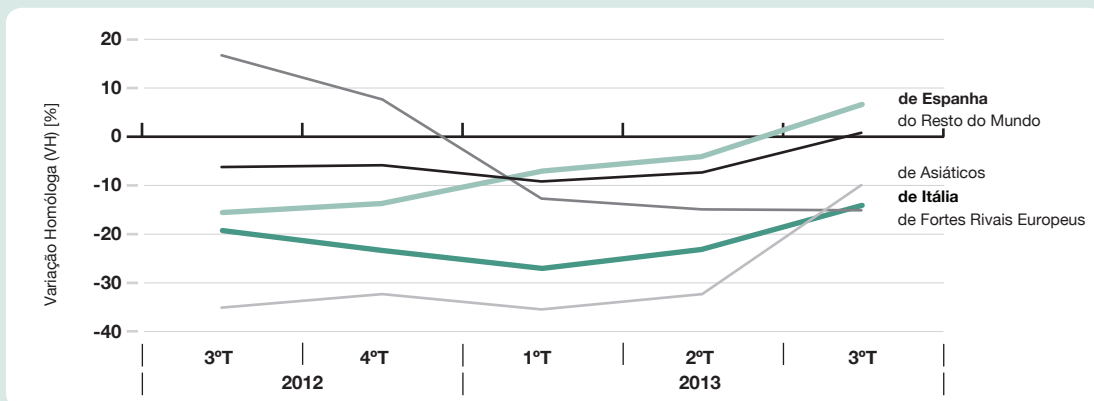
54 Macrocontexto



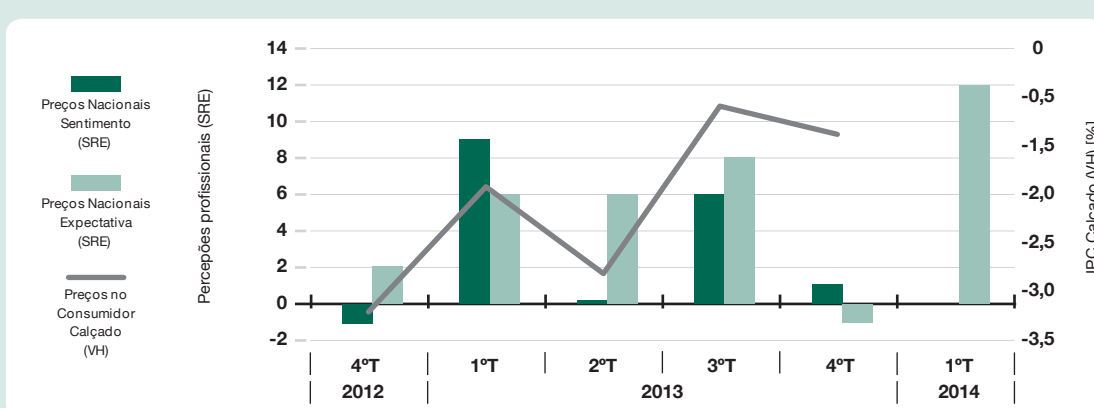
55 Negócio e importações



56 Fornecedores mundiais de calçado



57 Preços



¹ Variação homóloga da média móvel de 4 trimestres das importações (M €) | ² Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França | ³ Engloba todas as origens do continente asiático

A P I C C A P S

Anexos



Flashboard A

Os números do Calçado e da fileira

Dinâmica do Negócio do Calçado	Métrica	2012		2013				2014		Apreciação Anual	Apreciação Trimestral	
		3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT			
1	Indicador Avançado de Sentimento APICCAPS	nº índice	-1,5	-0,5	2,5	3,8	3,6	3,0			●	●
2	Indicador Avançado de Expectativa APICCAPS	nº índice	-5,8	5,2	18,3	2,7	15,2	9,9			●	●
3	Estado Negócios Sentimento	sre pp	-18,0	-11,0	-13,0	3,0	-7,0	8,0			●	●
4	Estado Negócios Expectativa	sre pp	-29,0	-18,0	-9,0	-6,0	2,0	16,0	5,0		●	●
5	Encomendas Totais Sentimento	sre pp	9,0	-7,0	0,0	7,0	-8,0	10,0			●	●
6	Encomendas Totais Expectativa	sre pp	-6,0	-3,0	7,0	24,0	4,0	8,0	7,0		●	●
7	Evolução da produção Sentimento	sre pp	12,0	-8,0	-6,0	8,0	2,0	3,0			●	●
8	Evolução da produção Expectativa	sre pp	0,0	8,0	14,0	21,0	7,0	0,0	8,0		●	●
9	Utilização Capacidade Produtiva Sentimento	sre pp	-10,0	-20,0	-20,0	-5,0	-4,0	-5,0			●	●
10	Emprego Sentimento	sre pp	2,0	-2,0	6,0	5,0	7,0	15,0			●	●
11	Emprego Expectativa	sre pp	-10,0	3,0	-1,0	-1,0	-2,0	8,0	6,0		●	●
12	Índice de Preços na Produção Industrial incl. Calçado	VH (%)	3,5	3,8	1,6	1,7	0,8	0,9			●	●
13	Índice de referência do custo do couro bovino ajustado ¹	VH (%)	9,7	6,1	9,2	7,4	3,3	1,7			●	●
14	Empréstimos concedidos Calçado - saldos	VH (%)	-7,6	-4,9	-3,2	1,0	2,3	2,3			●	●
15	Empréstimos em incumprimento Calçado - rácio de crédito vencido	%	13,8	14,5	14,9	14,1	14,9	13,7			●	●
16	Taxa de juro para empréstimos (até 1 M Euros) a sociedades não financeiras	%	7,0	6,7	6,6	6,5	6,4	6,1			●	●
17	Perceção: nenhuma ameaça	%	23	13	22	17	24	23			●	●
18	Perceção: preço das matérias primas	%	37	30	39	39	34	42			●	●
19	Perceção: insuficiência encomendas estrangeiras	%	47	54	47	47	40	36			●	●
20	Perceção: insuficiência encomendas nacionais	%	26	27	21	25	23	20			●	●
21	Perceção: concorrência de importações	%	24	24	21	21	21	25			●	●
22	Perceção: dificuldade de abastecimento das matérias primas	%	24	34	24	32	24	22			●	●
23	Perceção: escassez de mão de obra qualificada	%	3	10	7	13	19	13			●	●
24	Perceção: dificuldades financeiras	%	13	15	9	7	6	5			●	●
25	Perceção: legislação laboral	%	4	5	3	7	11	9			●	●
26	Perceção: escassez de mão de obra	%	0	2	3	8	9	8			●	●
27	Perceção: condições climáticas	%	6	2	10	10	3	3			●	●
28	Perceção: condicionamento no acesso ao mercados externos	%	0	0	0	6	1	2			●	●
29	Perceção: situação cambial	%	0	0	0	1	1	0			●	●
30	Perceção: legislação fiscal	%	3	6	10	6	10	9			●	●
31	Perceção: outras	%	10	9	7	11	6	11			●	●

● Melhor ● Igual ● Pior

Benchmarking da fileira com a UE		Métrica	2012		2013				2014		Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
			3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT	1ºT	2ºT		
32	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado [EU-27]	VH (%)	-6,0	-3,1	-4,2	3,0	-1,6	4,3			●	●
33	Índice de Volume de Negócios incl. Calçado ²	VH (%)	-5,8	5,2	7,8	7,7	4,1	15,2			●	●
34	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH (%)	0,4	4,7	4,4	8,2	1,3	5,3			●	●
35	Volume de Negócios Externo incl. Calçado - Portugal ²	VH (%)	-6,9	2,7	5,2	3,8	2,4	13,9			●	●
36	Volume Negócios no mercado EU-27 do Calçado - União Europeia [EU-27]	VH (%)	-15,2	-10,4	-13,2	-3,2	-6,1	1,2			●	●
37	Volume Negócios Nacional incl. Calçado - Portugal ²	VH (%)	-2,0	11,1	16,2	18,3	9,8	18,0			●	●
38	Índice de Produção Industrial incl. Calçado - União Europeia [EU-27] ³	VH (%)	-2,0	-3,1	-2,3	-0,7	-0,8				●	●
39	Índice de Produção Industrial incl. Calçado - Portugal	VH (%)	-4,0	6,1	6,1	10,3	6,1	8,8			●	●
40	Índice de Emprego incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH (%)	-1,6	-2,5	-2,3	-3,0	-2,2	-0,7			●	●
41	Índice de Emprego incl. Calçado - Portugal ²	VH (%)	0,2	1,7	2,5	1,7	2,9	2,8			●	●
42	Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH (%)	0,4	-0,2	0,6	0,5	1,1				●	●
43	Índice de Horas Trabalhadas incl. Calçado - Portugal ²	VH (%)	-1,4	5,2	0,3	3,7	7,1	10,4			●	●
44	Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - União Europeia [EU-27]	VH (%)	5,7	5,9	4,0	2,8	2,1				●	●
45	Índice de Remuneração por unidade produzida incl. Calçado - Portugal ²	VH (%)	1,4	-4,2	-1,8	-4,5	-2,4				●	●
Empréstimos em incumprimento Calçado - rácio de crédito vencido												
46	Exportação Comércio Internacional / Índice Previsão.APICCAPS	VH (%)	-1,4	18,8	5,6	1,8	12,4	10,3	4,4	6,2	●	●
47	Encomendas Externas Sentimento	sre pp	10,0	-4,0	-2,0	8,0	-4,0	14,0			●	●
48	Encomendas Externas Expectativa	sre pp	-9,0	-1,0	8,0	27,0	5,0	6,0	12,0		●	●
49	Preços Externos Sentimento	sre pp	2,0	0,0	8,0	8,0	6,0	4,0			●	●
50	Preços Externos Expectativa	sre pp	2,0	5,0	2,0	12,0	10,0	2,0	5,0		●	●
51	Preços no Consumidor Calçado - União Europeia [EU-27]	VH (%)	1,7	0,9	0,0	0,6	0,2	0,3			●	●
Mercado Doméstico												
52	Importações portuguesas de Calçado	VH (%)	-19,4	-10,0	-25,4	20,2	7,5	30,6			●	●
53	Preços no Consumidor Calçado - Portugal	VH (%)	-3,8	-3,2	-1,7	-2,7	-0,7	-1,0			●	●
54	Preços Nacionais Sentimento	sre pp	-3,0	-1,0	9,0	0,0	6,0	1,0			●	●
55	Preços Nacionais Expectativa	sre pp	-6,0	2,0	6,0	6,0	8,0	-1,0	12,0		●	●

¹ PPI Commodity Price Index (EUA) , ajustado pelo câmbio USD-EUR

² A variação do 4º trimestre de 2013 face ao trimestre homólogo apenas compara os meses de Outubro e Novembro, um vez que não existem dados disponíveis para Dezembro

³ A variação do 3º trimestre de 2013 face ao trimestre homólogo apenas compara os meses de Julho e Agosto, um vez que não existem dados disponíveis para Setembro.

Flashboard B

Macroeconomia dos mercados mais relevantes

Macro-motores nas Economias relevantes		Métrica	2012		2013				Apreciação Anual	Apreciação Trimestral
			3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT		
UNIÃO EUROPEIA 27										
1	PIB (volume)	VH cvs(%)	-0,4	-0,7	-0,8	-0,2	0,1	1,0	●	●
2	Consumo privado	VH ncs(%)	-1,1	-0,8	-1,0	-0,3	0,6		●	●
3	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-22,2	-23,9	-21,6	-19,4	-13,1	-11,7	●	●
FRANÇA										
4	PIB (volume)	VH cvs(%)	0,0	-0,3	-0,4	0,5	0,2	0,8	●	●
5	Consumo privado	VH ncs(%)	-0,6	0,1	-0,4	0,5	0,7		●	●
6	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-26,2	-28,5	-29,3	-30,0	-22,7	-22,4	●	●
ALEMANHA										
7	PIB (volume)	VH cvs(%)	0,9	0,3	-0,3	0,5	0,6	1,4	●	●
8	Consumo privado	VH ncs(%)	0,0	0,5	-0,4	1,2	1,5		●	●
9	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-7,9	-10,0	-5,9	-4,2	-3,2	-2,8	●	●
HOLANDA										
10	PIB (volume)	VH cvs(%)	-1,2	-1,5	-1,4	-1,7	-0,8	0,7	●	●
11	Consumo privado	VH ncs(%)	-1,6	-2,7	-2,4	-2,3	-2,7		●	●
12	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-18,0	-23,4	-28,6	-20,3	-18,9	-7,4	●	●
ESPAÑA										
13	PIB (volume)	VH cvs(%)	-1,6	-2,1	-2,0	-1,6	-1,2	-0,1	●	●
14	Consumo privado	VH ncs(%)	-3,3	-3,5	-4,8	-3,1	-1,4		●	●
15	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-35,2	-37,8	-32,7	-28,7	-20,5	-19,4	●	●
REINO UNIDO										
16	PIB (volume)	VH cvs(%)	0,0	-0,2	0,2	1,3	1,5	2,8	●	●
17	Consumo privado	VH ncs(%)	1,8	2,0	2,2	2,0	2,7		●	●
18	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-18,8	-17,6	-17,5	-16,7	-3,8	-2,8	●	●
PORTUGAL										
19	PIB (volume)	VH cvs(%)	-3,5	-3,8	-4,1	-2,0	-1,0	1,6	●	●
20	Consumo privado	VH ncs(%)	-5,5	-5,3	-3,9	-2,5	-1,4		●	●
21	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-53,6	-58,4	-54,3	-53,8	-47,9	-39,1	●	●
RÚSSIA										
22	PIB (volume)	VH cvs(%)	3,8	1,7	2,0	1,3	0,6	1,9	●	●
23	Consumo privado	VH cvs(%)			6,0	5,4			●	●
24	Índice de Confiança do Consumidor	sre pp cvs	-6,0	-8,0	-7,0	-6,0	-7,0	-11,0	●	●
EUA										
25	PIB (volume)	VH cvs(%)	3,1	2,0	1,3	1,6	2,0	2,7	●	●
26	Consumo privado	VH ncs(%)	2,2	2,0	1,9	1,9	1,9	2,3	●	●
27	Índice de Confiança do Consumidor	0 a 100	75,0	79,4	76,7	81,7	81,6	76,9	●	●
JAPÃO										
28	PIB (volume)	VH cvs(%)	-0,2	-0,3	0,1	1,2	2,4	2,7	●	●
29	Consumo privado	VH ncs(%)	0,9	0,8	1,6	1,8	2,4	0,5	●	●
30	Índice de Confiança do Consumidor	Índice-50	-9,9	-10,0	-5,9	-5,2	-6,0	-8,3	●	●
CHINA										
31	PIB (volume)	VH cvs(%)	7,4	7,9	7,7	7,5	7,8	7,7	●	●
32	Consumo privado	VH ncs(%)							●	●
33	Índice de Confiança do Consumidor	Índice-100	-0,5	5,0	5,1	-0,1	-1,7	1,4	●	●

● Melhor ● Igual ● Pior

Flashboard C

Exportação Portuguesa de Calçado por mercados

	Métrica	2012		2013				Apreciação Anual	Apreciação Trimestral	
		3ºT	4ºT	1ºT	2ºT	3ºT	4ºT			
UNIÃO EUROPEIA 27										
1	Exportação em €	mi € (sm4)	1408,3	1457,4	1468,3	1462,2	1492,3	1512,6	●	●
2	taxa de variação da Exportação em €	% (VH, mm4)	-1,33 €	2,5	3,4	2,7	6,0	3,8	●	●
3	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	22,2	22,7	23,1	23,5	23,8	23,6	●	●
FRANÇA (TOP1)										
4	Exportação em €	mi € (sm4)	400,0	424,7	429,1	426,1	430,8	427,7	●	●
5	taxa de variação da Exportação em €	% (VH, mm4)	-2,1	5,3	6,1	6,7	7,7	0,7	●	●
6	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	25,2	25,1	25,4	25,5	25,6	26,0	●	●
ALEMANHA (TOP2)										
7	Exportação em €	mi € (sm4)	294,8	295,6	293,1	299,3	307,6	318,0	●	●
8	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	4,8	3,9	-0,4	1,6	4,4	7,6	●	●
9	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	25,7	25,4	25,1	25,2	25,2	25,6	●	●
HOLANDA (TOP3)										
10	Exportação em €	mi € (sm4)	201,5	208,3	214,3	225,2	234,7	181,3	●	●
11	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	-7,7	-6,8	1,0	4,5	13,8	16,5	●	●
12	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	24,7	24,8	24,9	25,2	25,6	25,7	●	●
ESPAÑA (TOP4)										
13	Exportação em €	mi € (sm4)	162,6	165,0	159,0	161,6	164,1	118,3	●	●
14	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	-7,5	-7,7	-4,5	-6,6	0,8	0,9	●	●
15	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	11,6	12,6	14,0	14,8	15,6	14,7	●	●
REINO UNIDO (TOP5)										
16	Exportação em €	mi € (sm4)	120,3	123,8	121,6	123,4	127,2	99,1	●	●
17	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	-15,2	-2,0	5,3	1,2	6,8	5,7	●	●
18	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	22,3	22,2	21,5	21,6	22,1	22,2	●	●
RÚSSIA (TOP8)										
19	Exportação em €	mi € (sm4)	23,4	29,2	31,5	45,7	49,3	37,8	●	●
20	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	33,0	42,1	63,6	70,1	116,3	110,5	●	●
21	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	23,3	22,6	22,4	22,3	24,7	25,3	●	●
EUA (TOP11)										
22	Exportação em €	mi € (sm4)	20,9	21,5	23,0	23,1	27,0	22,2	●	●
23	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	36,5	50,1	40,9	33,8	19,0	29,2	●	●
24	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	28,7	28,4	30,5	30,1	29,2	29,6	●	●
JAPÃO (TOP15)										
25	Exportação em €	mi € (sm4)	12,5	12,4	12,1	14,1	14,8	11,3	●	●
26	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	30,3	28,4	18,3	7,7	15,6	18,2	●	●
27	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	26,2	26,1	27,2	26,3	27,3	26,9	●	●
CHINA (TOP20)										
28	Exportação em €	mi € (sm4)	2,2	2,1	2,8	3,7	5,4	4,9	●	●
29	taxa de variação da Exportação em €	% (VH,mm4)	439,0	611,3	151,4	175,9	110,7	143,6	●	●
30	Preço Médio de Exportação em €	€ (mm4)	28,9	28,6	25,2	26,7	30,6	31,6	●	●

● Melhor ● Igual ● Pior

Flashboard D

Variação Homóloga da Importação de Calçado, em valor, por origens

	Métrica	P-4	P-3	P-2	P-1	P	Apreciação Anual	
FRANÇA								
	sm4	3ºT12	4ºT12	1ºT13	2ºT13	3ºT13		
1	de Portugal	%	-0,9	4,9	6,1	4,8	6,7	●
2	da Itália	%	-0,1	1,7	5,7	7,5	9,8	●
3	da Espanha	%	-0,3	4,7	4,6	10,4	12,1	●
4	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	%	5,3	5,7	9,0	7,3	6,9	●
5	de Origens Asiáticas Low Cost ²	%	-2,7	-2,0	2,3	5,3	4,5	●
6	do Resto do Mundo ³	%	4,8	7,5	7,4	5,3	3,2	●
ALEMANHA								
	sm4	3ºT12	4ºT12	1ºT13	2ºT13	3ºT13		
7	de Portugal	%	0,5	0,8	-1,3	0,1	-3,8	●
8	da Itália	%	-2,9	-3,8	-2,5	-1,6	-0,9	●
9	da Espanha	%	5,9	12,3	18,7	21,9	16,6	●
10	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	%	11,1	10,7	16,8	15,0	21,5	●
11	de Origens Asiáticas Low Cost ²	%	1,2	-1,8	-0,9	-1,1	-1,5	●
12	do Resto do Mundo ³	%	4,0	0,5	0,7	2,4	3,9	●
HOLANDA								
	sm4	3ºT12	4ºT12	1ºT13	2ºT13	3ºT13		
13	de Portugal	%	-15,3	-15,5	-3,0	6,9	20,4	●
14	da Itália	%	-7,7	-6,1	0,6	-4,5	-3,5	●
15	da Espanha	%	16,4	20,1	33,9	5,4	4,6	●
16	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	%	-3,7	-3,4	4,4	5,6	13,1	●
17	de Origens Asiáticas Low Cost ²	%	-2,8	-3,9	-5,1	-1,7	-1,8	●
18	do Resto do Mundo ³	%	14,0	0,4	-7,9	-4,9	2,8	●
ESPAÑA								
	sm4	3ºT12	4ºT12	1ºT13	2ºT13	3ºT13		
19	de Portugal	%	-13,1	-8,1	-3,2	5,5	16,3	●
20	da Itália	%	-8,4	-7,5	-11,9	-11,1	-9,5	●
21	da Espanha	%						
22	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	%	-3,1	-5,7	-9,9	-10,8	-6,7	●
23	de Origens Asiáticas Low Cost ²	%	-5,3	0,0	2,1	4,2	1,7	●
24	do Resto do Mundo ³	%	-17,6	-13,5	-8,5	-1,6	5,3	●
REINO UNIDO								
	sm4	3ºT12	4ºT12	1ºT13	2ºT13	3ºT13		
25	de Portugal	%	-5,4	4,1	6,4	-1,1	-4,8	●
26	da Itália	%	7,6	11,2	14,2	12,2	8,3	●
27	da Espanha	%	10,6	10,3	11,0	12,2	6,7	●
28	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	%	17,4	15,9	10,3	7,8	-0,3	●
29	de Origens Asiáticas Low Cost ²	%	7,4	11,1	11,5	7,4	-0,7	●
30	do Resto do Mundo ³	%	22,9	23,2	19,1	15,5	14,4	●
PORTUGAL								
	sm4	3ºT12	4ºT12	1ºT13	2ºT13	3ºT13		
31	de Portugal	%						
32	da Itália	%	-19,1	-23,2	-26,9	-23,1	-14,0	●
33	da Espanha	%	-15,5	-13,6	-7,1	-4,1	6,5	●
34	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	%	16,5	7,5	-12,6	-14,9	-15,1	●
35	de Origens Asiáticas Low Cost ²	%	-34,8	-32,2	-35,3	-32,1	-10,0	●
36	do Resto do Mundo ³	%	-6,3	-5,8	-9,3	-7,4	0,7	●

● Melhor ● Igual ● Pior

	Métrica	P-4	P-3	P-2	P-1	P	Apreciação Anual
RÚSSIA							
	sm4	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13	
37	de Portugal			89,0	102,1	18,3	
38	da Itália			17,0	18,8	3,3	
39	da Espanha			56,0	62,8	38,4	
40	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹			-1,2	5,3	-20,2	
41	de Origens Asiáticas Low Cost ²			22,2	-1,6	14,3	
42	do Resto do Mundo ³			10,4	-2,2	-1,8	
JAPÃO							
	sm4	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13	
43	de Portugal	24,7	21,8	17,3	9,7	9,5	●
44	da Itália	8,2	7,0	9,2	7,1	6,2	●
45	da Espanha	16,6	20,1	14,1	20,2	23,4	●
46	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	2,1	5,6	2,9	-2,0	-5,2	●
47	de Origens Asiáticas Low Cost ²	7,1	9,3	7,7	5,8	3,6	●
48	do Resto do Mundo ³	5,2	4,3	-1,7	-5,1	-4,6	●
ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA							
		2009	2010	2011	2012	2013	
49	de Portugal	-31,6	38,9	17,9	22,7	31,0	●
50	da Itália	-32,0	16,3	24,0	7,7	10,1	●
51	da Espanha	-37,4	9,0	23,2	13,8	13,5	●
52	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	-26,8	18,3	15,0	-10,3	8,8	●
53	de Origens Asiáticas Low Cost ²	-7,8	21,1	7,5	4,5	3,1	●
54	do Resto do Mundo ³	-27,1	11,1	0,7	8,8	6,0	●
CHINA							
		2009	2010	2011	2012	2013	
55	de Portugal	-6,6	37,8	59,4	63,4		●
56	da Itália	-0,9	44,8	76,1	25,0		●
57	da Espanha	2,9	36,7	89,6	9,0		●
58	de Outros Fortes Rivais Europeus ¹	-23,5	-2,8	4,1	1,6		●
59	de Origens Asiáticas Low Cost ²	-18,4	30,7	43,1	15,6		●
60	do Resto do Mundo ³	-3,4	28,6	43,3	7,3		●

¹ Engloba Bélgica, Holanda, Alemanha e França

² Engloba todas as origens do continente asiático

³ Engloba todos os outros países fornecedores de calçado não incluídos nas classes de rivais anteriores

**PORTU
GUESE
SHOES**
DESIGNED BY
THE FUTURE