

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

---

información

2015

Guía de Mercado

Portugal



*prom*  
perú

**CONTENIDO**

1.	Resumen ejecutivo .....	3
2.	Información general .....	3
3.	Situación económica y de coyuntura .....	4
3.1	Análisis de las principales variables macroeconómicas .....	4
3.2	Evolución de los principales sectores económicos .....	4
3.3	Nivel de competitividad .....	5
4.	Comercio exterior de bienes y servicios .....	5
4.1	Intercambio comercial de bienes Portugal-mundo .....	5
4.2	Comercio Exterior de Servicios .....	6
4.3	Intercambio comercial Perú-Portugal .....	6
5.	Acceso al mercado .....	8
5.1	Medidas arancelarias y no arancelarias .....	8
6.	Oportunidades comerciales .....	10
6.1	Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales .....	10
6.2	Productos con Potencial Exportador .....	11
7.	Tendencias del consumidor .....	15
8.	Cultura de negocios .....	16
9.	Links de interés .....	17
11.	Bibliografía .....	18

## 1. Resumen ejecutivo

Portugal tiene una población de 10,8 millones de habitantes y un PBI que representa el 0.3% del PBI mundial. Según la revista The Global Competitiveness Index 2013–2014, esta economía ocupa el puesto número 51 en competitividad global, con lo cual ha descendido dos lugares en el último año.

Una de las características más relevantes de la estructura económica portuguesa en las últimas décadas es el elevado peso del sector servicios. En 2012 este representó un 75% del PBI y un 60% del empleo. La industria manufacturera, en cambio, formada por pequeñas y medianas empresas representó solo 14,7% del PBI.

La caída de los ingresos disponibles para el gasto, el incremento de los impuestos y el elevado nivel de deuda doméstica a ralentizado el consumo en los últimos dos años. El consumidor portugués se caracteriza por tener una mayor preocupación por la adquisición de productos saludables como los suplementos nutricionales, y un mayor acercamiento a la cultura ibérica, lo que ha permitido la adopción de patrones de moda y costumbres como beber café y comprar productos importados, excluyendo el vino y el queso (que rara vez se eligen de procedencia extranjera).

La balanza comercial de Perú con Portugal ha sido negativa en los últimos dos años. Las exportaciones por sectores económicos muestran que el descenso de envíos a Portugal se debe a la gran caída de productos tradicionales, entre estos el zinc, café, y algodón. Con respecto a las exportaciones de productos no tradicionales, estas reflejaron una contracción de 1,5% en 2014, con respecto a 2013, debido a los menores envíos de productos agropecuario, maderas y papeles, metal mecánico, sidero metalurgico, pieles y cueros y textiles.

Entre los productos de mayor ingreso y de calificación estrella en Portugal tenemos a los maíces, vinos y a la alivia común para el sector agro; Suéteres, jerséis, pullovers, prendas para bebés de algodón y camisas y blusas para mujeres de algodón para el sector textil; Preparaciones de aceite de petróleo, accesorios de vehículos y cajas de cambio para el sector manufacturas diversas; y camarones y langostinos, atunes y pez espada congelado para el sector pesquero.



## 2. Información general

La República de Portugal está formada por un territorio continental situado en el sudoeste de Europa y dos archipiélagos situados en el océano Atlántico: Madeira y Azores. Su zona continental limita con España, al este y al norte y con el océano Atlántico al sur y al oeste. En total, el país tiene un área de 92 391 km<sup>2</sup>, de los cuales 91 951 km<sup>2</sup> son de la zona continental y 440 km<sup>2</sup> son de zona marítima.

Tiene una población de 10 781 459 habitantes. El 66% se encuentra entre los 15 y 64 años. El idioma oficial es el Portugués y la moneda es el Euro. Lisboa es la capital y es la ciudad más poblada con más de 2 millones de habitantes. Igualmente, es la ciudad más grande y el principal centro económico y puerto marítimo. El territorio está dividido en 18 distritos continentales y 2 regiones autónomas, estos se subdividen a su vez en 308 municipios y 4 260 franquicias, otras ciudades importantes son Oporto, la segunda mayor ciudad y Aveiro.

Portugal es miembro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y de la Unión Europea (UE). Es un estado democrático cuyo presidente es elegido por sufragio universal directo con un mandato de cinco años. Desde el 9 de marzo de 2006 gobierna Aníbal António Cavaco Silva, como presidente, y Pedro Passos Coelho como primer ministro.

### 3. Situación económica y de coyuntura<sup>1</sup>

Portugal se encuentra sumido desde principios de 2009 en la crisis económica más grave desde el fin de la dictadura en 1974. El país sufre una profunda recesión, como consecuencia del desplome de la demanda exterior y las condiciones financieras restrictivas que han afectado a todos los sectores de la economía, sobre todo a las exportaciones y la inversión. Después de tres años consecutivos de recesión, profundizada por las medidas de austeridad (-1,4% en 2013), la economía portuguesa ha mostrado signos de recuperación a fines de 2013, y se prevé que el país volverá a un crecimiento positivo en 2014 (0,99%).

Portugal se ha comprometido ante sus acreedores a bajar su déficit público a 4% en 2014. El país busca reconquistar la confianza de los inversionistas para financiar la carga pesada de su deuda en los mercados financieros y evitar así un segundo plan de rescate.

Con una tasa de desempleo que ha aumentado hasta situarse en más de 16%, afectando a 36% de los jóvenes menores de 25 años, un incremento de las desigualdades y la erosión del poder adquisitivo, las tensiones sociales se han hecho evidentes en Portugal.

#### 3.1 Análisis de las principales variables macroeconómicas

Como se observa en el Cuadro N° 1 Portugal terminó 2014 con una tasa de inflación negativa del 0,3 % respecto al cierre de 2013, la primera vez que cierra un ejercicio con caída de precios desde la recesión de 2009, cuando bajaron un 0,8 %. Los especialistas han alertado de que la continuada caída de precios puede llevar al país a entrar en un peligroso proceso de deflación, que implicaría el recorte de inversiones, paro, menor consumo, menor actividad y una mayor dificultad para reembolsar deudas.

Cuadro N° 01

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014p	2015p
Crecimiento real del PBI (%)	-1.25	-3.23	-1.41	0.99	1.55
PBI per cápita (US\$)	22 417	20 065	20 995	21 748	22 089
Tasa de inflación (%)	3.56	2.78	0.44	-0.30	1.06
Tasa de desempleo (%)	12.68	15.53	16.18	14.20	13.51

Fuente: FMI Elaboración: PromPerú

Según estimaciones oficiales, en 2015 se redujo la inflación proyectada a 1%, la cual no tendría ningún efecto en la recuperación del consumo privado. Según el Fondo monetario la mejora económica se vería reflejada con mayor intensidad en 2015, con un incremento en el PBI per cápita, el cual ascendería a US\$ 22 089.

#### 3.2 Evolución de los principales sectores económicos<sup>2</sup>

Una de las características más relevantes de la estructura económica portuguesa en las últimas décadas es el elevado peso del sector servicios. Los servicios, en particular el turismo, desempeñan un papel cada vez más importante. El sector terciario aporta cerca de 75% del PIB, y emplea a más de 60% de la población activa.

La industria manufacturera es moderna y está formada por pequeñas y medianas empresas. Sus principales sectores de actividad son la metalurgia, la ingeniería mecánica, el textil y la construcción. Además, el país ha incrementado su presencia en el sector automovilístico europeo y posee una industria de fabricación de moldes importante a nivel mundial. Es importante destacar que los nuevos sectores, con mayor incorporación tecnológica, han ganado peso y

<sup>1</sup> Fuente Banco Santander: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/portugal/politica-y-economia>

<sup>2</sup> Fuente Banco Santander: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/portugal/politica-y-economia>

ritmo de crecimiento, destacando los automóviles y sus componentes, electrónica, energía, sector farmacéutico y las industrias relacionadas con nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La agricultura, es poco productiva ya que esta poco mecanizada, representando un poco más del 2% del PIB portugués y empleando al 11% de la población. Los principales productos son los cereales, las frutas, las verduras y el vino. La exportación del vino de Oporto representa 1,4% de las exportaciones totales y permite al país situarse entre los diez principales exportadores del vino del mundo.

Portugal cuenta con grandes recursos naturales. El sector de explotación minera (cobre, estaño) representa el 6% del PIB y el país es uno de los principales exportadores de mármol. Los bosques portugueses cubren una gran parte de las necesidades de corcho mundiales.

### 3.3 Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Portugal y para otros países similares.

Cuadro N° 02

Ranking de Facilidad para hacer negocios 2015							
Criterios	Portugal	Perú	Chile	Francia	Colombia	Brasil	España
Facilidad de hacer negocios	25	35	41	31	34	120	33
Apertura de un negocio	10	89	59	28	84	167	74
Manejo permiso de construcción	58	87	62	86	61	174	105
Acceso a electricidad	47	86	49	60	92	19	74
Registro de propiedades	25	26	45	126	42	138	66
Obtención de crédito	89	12	71	71	2	89	52
Protección de los inversores	51	40	56	17	10	35	30
Pago de impuestos	64	57	29	95	146	177	76
Comercio transfronterizo	29	55	40	10	93	123	30
Cumplimiento de contratos	27	100	64	10	168	118	69
Insolvencia	10	76	73	22	30	55	23

Fuente: Doing Business 2015, Elaboración: PromPerú

Portugal destaca en la facilidad para hacer negocios (puesto 31) y en las operaciones de comercio transfronterizo (puesto 25). Sin embargo, tiene una baja calificación en cuanto a obtención de crédito, aunque es una característica que comparten varias economías europeas.

## 4. Comercio exterior de bienes y servicios

### 4.1 Intercambio comercial de bienes Portugal-mundo

En 2014, las exportaciones de bienes de Portugal al mundo sumaron US\$ 64 mil millones, cifra que significó un incremento del 2,0% respecto a 2013. El principal mercado destino fue España (US\$ 15 mil millones / 24% de participación). De otro lado, las importaciones tuvieron un crecimiento en promedio anual moderado de 0,8% y el principal mercado proveedor de bienes a Portugal fue España (US\$ 11 mil millones / 32%).

Cuadro N° 03

Intercambio Comercial de Bienes Portugal-Mundo (miles de millones de US\$)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var.% Prom 14/10	Var % 14/13
Exportaciones	49	59	58	63	64	7.0	2.0
Importaciones	76	80	72	76	78	0.8	3.2

Balanza Comercial	-27	-21	-14	-13	-14	N/A	N/A
Intercambio Comercial	124	139	131	138	142	3.4	2.6

Fuente: TradeMap, Elaboración: PromPerú

## 4.2. Comercio Exterior de Servicios

Portugal registró un superavit en la balanza comercial de servicios dado el continuo crecimiento de sus exportaciones desde 2010, los cuales registraron una leve caída el 2014 del 4,8% con respecto a 2013. Por otro lado se presentó una ligera fluctuación de las importaciones, las cuales se incrementaron 0,6% en promedio anual durante el periodo 2010-2014.

Cuadro N° 04

Intercambio Comercial de Servicios Portugal-Mundo (miles de millones de US\$)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var.% Prom 14/10	Var % 14/13
Exportaciones	7	9	8	10	9	7.2	-4.8
Importaciones	7	7	6	6	7	0.6	7.7
Balanza Comercial	0	2	2	3	2	N/A	N/A
Intercambio Comercial	13	16	14	16	16	4.1	0.2

Fuente: TradeMap, Elaboración: PromPerú

## 4.3 Intercambio comercial Perú-Portugal

De acuerdo al Cuadro N° 05, la balanza comercial de Perú con Portugal ha sido negativa en los últimos tres años. Las exportaciones a esta economía han descendido a un ritmo de 10,6% en promedio anual. En el caso de las importaciones, estas registran tasas de crecimiento superiores al 15%, en promedio anual, durante los últimos cinco años.

Cuadro N° 05

Intercambio Comercial Perú-Portugal (millones de US\$)							
Indicadores	2010	2011	2012	2013	2014	Var.% Prom 14/10	Var % 14/13
Exportaciones de Perú Portugal	34	40	38	23	22	-10.6	-7.1
Importaciones de Perú desde Portugal	25	27	42	42	46	16.3	9.4
Balanza Comercial	9	13	-4	-19	-24	N/A	N/A
Intercambio Comercial	59	66	80	65	68	3.5	3.5

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

El descenso de los envíos peruanos a Portugal se debe a las menores exportaciones de productos tradicionales, explicado principalmente por el rubro agrícola tradicional (US\$ 207 mil / -41,0% con respecto a 2013) y en particular por el café el cual registró una importante caída (US\$ 153 mil / -50,2%).

Las exportaciones no tradicionales han registrado una variación negativa de 1,5%, explicado por los menores envíos de productos agropecuarios (US\$ 5 millones / -16,5%), maderas y papeles (US\$ 1 mil / -81,0%), metal-mecánico (US\$ 12 mil / -70,8%), pieles y cueros (US\$ 281 mil / -26,2%), sidero-metalúrgico (US\$ 1 millón / -44,6%), textiles (US\$ 237 mil / -62,7%) y Varios (US\$ 5 mil / -87,5%). Sin embargo, la caída de dichos sectores fue contrarrestada por el crecimiento en las exportaciones de productos de minería no metálica (US\$ 214 mil / +293%), Pesqueros (US\$ 8 millones / +29,9%) y productos químicos (US\$ 6 millones / +5,2%).

Cuadro N° 06

Exportaciones a Portugal por Sectores Economicos (miles de US\$)
---

SECTOR	2012	2013	var % 14/13
<b>TOTAL TRADICIONAL</b>	<b>1 531</b>	<b>207</b>	<b>-86.5</b>
<b>Mineros</b>	<b>1 180</b>	<b>-</b>	<b>-100.0</b>
Zinc Refinado	1 180	-	-100.0
<b>Agrícolas</b>	<b>352</b>	<b>207</b>	<b>-41.0</b>
Algodón	6	-	-100.0
Café	307	153	-50.2
Pieles frescas	39	54	39.5
<b>TOTAL NO TRADICIONAL</b>	<b>21 772</b>	<b>21 441</b>	<b>-1.5</b>
Agropecuario	6 401	5 346	-16.5
Maderas y Papeles	5	1	-81.0
Metal-mecánico	41	12	-70.8
Minería no metálica	55	214	293.0
Pesquero	6 080	7 900	29.9
Pieles y Cueros	381	281	-26.2
Químico	5 902	6 208	5.2
Sidero-metalúrgico	2 231	1 237	-44.6
Textil	635	237	-62.7
Varios (inc. joyería)	41	5	-87.5
<b>TOTAL</b>	<b>23 304</b>	<b>21 648</b>	<b>-7.1</b>

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

Entre los principales productos no tradicionales exportados a Portugal destacan las jibias, globitos, calamares y potas congeladas (US\$ 3 millones / +78,4%), uvas frescas (US\$ 3 millones / +8,5%), Oxiclورو e hidroxiclورو de cobre (US\$ 2 millones / -0.1%) e insecticidas a base de compuestos de cobre (US\$ 2 millones / +24,2%). Asimismo, el aceite de olivo (+ US\$ 894 mil), los hilados de pelo fino (+ US\$ 22 mil) y la harina de maca (+ US\$ 43 mil) ese comportaron como uno de los productos más dinámicos exportados a Portugal.

Cuadro N° 07

Principales productos no tradicionales exportados a Portugal (miles de US\$)									
SUBPARTIDA	DESCRIPCION	2010	2011	2012	2013	2014	Var % Prom	Var % 14/13	Part % 2014
1604190000	Conservas de pescado entero o en trozos	-	-	-	-	3 272	-	-	15%
0307490000	Jibias, globitos, calamares y potas congeladas	934	2 682	10 375	1 831	3 266	36.8	78.4	15%
0806100000	Uvas frescas	1 238	2 232	1 476	2 675	2 901	23.7	8.5	14%
2827410000	Oxiclورو e hidroxiclورو de cobre	2 513	5 127	2 642	2 480	2 478	-0.4	-0.1	12%
3808929100	Insecticidas a base de compuestos de cobre	925	2 009	1 013	1 282	1 591	14.5	24.2	7%
2842909000	Demás sales de los ácidos inorgánicos	1 069	1 871	1 590	1 076	1 135	1.5	5.5	5%
1604141000	Atunes entero o en trozos	-	57	74	1 518	637	-	-58.0	3%
0713399900	Los demás frijoles	356	341	465	337	486	8.1	44.2	2%
7907009000	Las demás manufacturas de cinc	236	185	190	137	456	18.0	233.1	2%
0713399100	Pallares excepto para siembra	13	4	223	1 250	394	134.9	-68.4	2%
	Resto	18 584	18 999	15 554	9 187	4 825	-28.6	-47.5	23%
	<b>Total</b>	<b>25 866</b>	<b>33 507</b>	<b>33 602</b>	<b>21 772</b>	<b>21 441</b>	<b>-4.6</b>	<b>-1.5</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT, Elaboración: PromPerú

## 5. Acceso al mercado

### 5.1 Medidas arancelarias y no arancelarias

#### Medidas arancelarias

Portugal aplica las políticas arancelarias de la Unión Europea por ser un país miembro. El comercio dentro del territorio de la UE está exento de aranceles. No obstante, cabe señalar que todo el bloque hace uso de la nomenclatura TARIC<sup>3</sup> para las actividades comerciales. Si el país exportador no es miembro de la UE, las tarifas arancelarias se calculan en base Ad-valorem sobre el valor CIF de las mercaderías, según las Tarifas Arancelarias Generales.

El promedio de los aranceles NMF cobrados por la UE, y por ende Portugal, es de 5,5% en general. A continuación se muestran datos importantes de los aranceles por grupo de productos de acuerdo al Perfil Arancelario de la Unión Europea 2013 elaborado por la OMC:

- Frutas, legumbres y otras plantas: El arancel promedio NMF es 10,7% y el 19% de los productos se encuentran desgravados.
- Café y té: Arancel promedio NMF de 6,2% y el 27% de productos no pagan aranceles.
- Pescados y mariscos: El 9% de estos alimentos se encuentran exentos del pago de derechos y el promedio NMF es de 11,8%.
- Productos químicos: El arancel NMF promedio es 4,6% y el 21% están desgravados.
- Prendas de vestir: Es el sector con menos beneficios, todos los productos pagan aranceles y el promedio NMF es 11,5%.
- Textiles: El 2% de los productos textiles están exentos de aranceles y el promedio NMF está alrededor de los 6,6%.
- Manufacturas (n.e.p<sup>4</sup>): El arancel promedio NMF es de apenas 2,7% y el 21% de los productos manufacturados no paga impuestos.

En el caso de los principales productos peruanos con valor agregado exportados a Portugal, todos se benefician de la exención en el pago de aranceles, lo que le otorga al Perú una valiosa posición competitiva como proveedor, en especial para el caso de los alimentos (de origen agropecuario y pesquero).

Cuadro N° 08

Portugal: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel MNF	Preferencia Arancelaria
1	1604190000	Conservas de pescado entero o en trozos	-	España (56%) Alemania (24%) China (18%)	7%	0%
2	0307490000	Jibias, globitos, calamares y potas congeladas	5	España (52%) India (21%) China (6%)	20%	0%
3	0806100000	Uvas frescas	3	España (54%) Chile (21%) Sudáfrica (6%)	12%	0%

<sup>3</sup> Arancel integrado comunitario en línea -TARIC: Es una base de datos en la que se integran los aranceles, nomenclaturas arancelarias y legislación comercial de la UE. (Fuente: Comisión Europea)

<sup>4</sup> No especificado en otra partida



4	2827410000	Oxicloruro e hidroxocloruro de cobre	2	India (57%) España (1%) España (41%)	3%	0%
5	3808929100	Insecticidas a base de compuestos de cobre	12	Francia (14%) Reino Unido (12%) Bélgica (33%)	4%	0%
6	2842909000	Demás sales de los ácidos inorgánicos	-	Reino Unido (29%) España (20%) España (60%)	5%	0%
7	1604141000	Atunes entero o en trozos	-	Indonesia (11%) Ecuador (10%) Madagascar (54%)	24%	0%
8	0713399900	Los demás frijoles	2	Bélgica (6%) Mozambique (5%) España (46%)	0%	0%
9	7907009000	Las demás manufacturas de cinc	9	Italia (18%) Alemania (12%) Madagascar (54%)	5%	0%
10	0713399100	Pallares excepto para siembra	2	Bélgica (6%) Mozambique (5%)	0%	0%

Fuente: TradeMap, Elaboración: PromPerú

### **Medidas no arancelarias**

Los productos que ingresen a Portugal deben cumplir en su totalidad con las regulaciones estipuladas por la legislación y política de comercio exterior de la UE. No obstante, a pesar de libre comercio con terceros países sean la regla general en vigor en la Comunidad, tomando excepcional antes de la emisión de las operaciones de los documentos de importación y exportación todavía hay algunas situaciones en las que se necesitan. Estos documentos podrán adoptar las siguientes formas: las licencias (en el caso de los productos sujetos a restricciones) Explicaciones (para los bienes sujetos al sistema de vigilancia estadística previa) y certificados (donde la ley exige, como sucede con la mayoría de los productos agrícola).

La Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales<sup>5</sup> (Dirección de Servicios de licencias) es la autoridad competente para expedir los documentos mencionados anteriormente, no se borra la mercancía sin la presentación de la misma se admiten.

Los principales productos restringidos y prohibidos son: armas de fuego y municiones, fuegos artificiales, literatura de contenido constitucional, pornografía, alimentos, estupefacientes, medicamentos, mascotas o productos hechos de animales, especies en extinción y piratería o productos falsificados.

El empaque, embalaje y etiquetado, debe estar de acuerdo con la legislación europea sobre prevención de riesgos y protección del medio ambiente, en Eur-lex (el acceso al derecho de la Union Europea) se encontrará las normativas para el seguimiento y control de los mismos. Asimismo, a nivel comunitario existe una protección sobre ciertos alimentos, por ello está penado legalmente cualquier intento que pueda inducir al engaño del consumidor o la copia de algún producto. El reglamento completo de empaque, embalaje y etiquetado manejado en la UE se encuentra en. <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:ES:PDF>.

<sup>5</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/customs/index\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/customs/index_es.htm)

Del mismo modo, se puede encontrar información valiosa sobre el etiquetado y embalaje de acuerdo a cada tipo de producto en:

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/index\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_es.htm).

Las últimas tendencias en el mercado europeo señalan una preferencia de los consumidores por envases con propiedades ecológicas, que sigan nuevas tecnologías y respeten el uso de los recursos naturales, de preferencia que sean de tipo liviano y que muestren cualidades distintivas en su diseño.

En materia de normas sanitarias y fitosanitarias, la autoridad encargada de supervisar la seguridad alimentaria y garantizar la protección del consumidor, medio ambiente y salud pública es la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria<sup>6</sup> (EFSA). Esta autoridad es la encargada de proporcionar el asesoramiento científico que repercute en la inocuidad de los alimentos. Del mismo modo, realiza controles de muestreo y análisis a través de los que se analizan la composición de los productos a fin de observar sustancias indeseables y fuentes de proteínas. Para países fuera de la UE, las condiciones zoonosológicas de los productos que pretenden ingresar al bloque se rigen bajo disposiciones referidas a verificaciones veterinarias, normas sanitarias, una lista de los países desde los que se permite importar e inspecciones del control de enfermedades.

Los impuestos son administrados por la Oficina de Impuestos de portuguesa. La tasa del IVA = Impuesto sobre el Valor Añadido (llamado Umsatzsteuer (USt)) es de 17.3%. Se aplica una tasa reducida del IVA, equivalente a 7% para alimentos, transporte público, libros y revistas, entre otros productos. Las exenciones al pago de impuestos se dan en transacciones y servicios financieros, servicios médicos y educativos, así como transacciones cubiertas por el impuesto sobre la propiedad.

Otros impuestos especiales se imponen sobre la venta de vehículos, la cerveza y el juego, así como sobre las transmisiones patrimoniales (especialmente seguros y transportes de bienes de carretera). Los Estados y Federación comparten casi el 50% de lo recaudado de los principales impuestos, y se destina un menor porcentaje para los Ayuntamientos.

## 6. Oportunidades comerciales

### 6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Perú cuenta actualmente con un Acuerdo Comercial con la Unión Europea, el cual entró en vigencia en marzo de 2013. Este acuerdo forma parte de una estrategia comercial integral que busca convertir al Perú en un país exportador, consolidando más mercados para sus productos, desarrollando una oferta exportable competitiva y promoviendo el comercio y la inversión para brindar mayores oportunidades económicas y mejores niveles de vida, así como certidumbre, estabilidad y seguridad jurídica para el comercio y las inversiones.

Gracias al mismo se ha obtenido acceso preferencial para el 99,3% de los productos agrícolas y el 100% de los productos industriales. Los productos de interés del Perú como espárragos, paltas, café, frutos del género *capsicum*, alcachofas, entre otros, ingresan al mercado europeo libre de aranceles desde la fecha de vigencia del acuerdo.

Los aranceles preferenciales aplicados para distintos productos de la oferta exportable peruana pueden ser ubicados en la página web del SIICEX ([www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)), en la sección de aranceles preferenciales.

---

<sup>6</sup> <http://www.efsa.europa.eu/>

## 6.2. Productos con Potencial Exportador

A continuación se presenta una lista de productos peruanos potenciales, de los sectores agropecuario, textil, pesca y manufacturas diversas, para la exportación hacia Portugal.

Entre los productos de mayor ingreso y de calificación estrella en Portugal tenemos a los maíces, vinos y a la alubia común para el sector agro; Suéteres, jerséis, pullovers, prendas para bebés de algodón y camisas y blusas para mujeres de algodón para el sector textil; Preparaciones de aceite de petróleo, accesorios de vehículos y cajas de cambio para el sector manufacturas diversas; y camarones y langostinos, atunes y pez espada congelado para el sector pesquero.

Cuadro N° 08

Sector Agro					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Miles US\$)	Arancel Perú (TLC-2015)	Participación Competidores -2014
100590	Los demás maíces	Estrella	397,471	0%	Ucrania (36%) Canadá (13%) Francia (9%)
220429	Los demás vinos y mostos de uva.	Estrella	85,854	0%	España (97%) Finlandia (1%) Italia (1%)
071333	Alubia común, seca desvainada	Estrella	56,334	0%	China (20%) Estados Unidos (20%) Argentina (15%)
200990	Mezclas de jugos, sin fermentar y sin alcohol, incluso azucarados.	Estrella	52,045	0%	Irlanda (74%) España (17%) Dinamarca (4%)
180632	Los demás chocolates, en bloques, en tabletas o en barras sin rellenar	Estrella	44,407	0%	España (48%) Alemania (27%) Republica Checa (4%)
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	Estrella	40,866	0%	Brasil (50%) España (37%) Países Bajos (13%)
200490	Las demás legumbres u hortalizas y las mezclas de hortalizas	Estrella	28,675	0%	España (58%) Bélgica (26%) Alemania (8%)
070990	Las demás hortalizas frescas o refrigeradas	Estrella	28,629	0%	España (91%) Países Bajos (4%) Alemania (2%)

Fuente: TradeMap Elaboración: Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Los portugueses son ávidos consumidores de café, de acuerdo con la Asociación Industrial Comercial del Café (CIAC) un 80% de la población disfruta de al menos una taza de café al día generalmente después de las comidas o en el medio de la tarde. Según la investigación de Euromonitor International, los hábitos de consumo de café están cambiando, con más gente que prefiere beber café en casa.

En conjunto con el futuro incierto del mercado de trabajo, los bajos salarios obligan cada vez más a los portugueses a ser más cautos en cuanto al gasto. En respuesta a los nuevos patrones de consumo, supermercados nacionales han introducido varios planes de descuento en el precio de los alimentos frescos, que forman la base de los hábitos alimenticios de los consumidores portugueses. El comercio minorista en Internet de productos comestibles se expandió en Portugal a lo largo de 2013 y 2014. Continente y Jumbo son las principales tiendas en línea. La mayoría de ellos ofrecen la entrega gratuita.

Cuadro N° 09

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Miles US\$)	Arancel Perú (TLC-2015)	Participación Competidores - 2014
611020	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares	Prometedor	121,260	0%	España (52%) Francia (9%) Italia (9%)
611120	Prendas y complementos de vestir, de punto de algodón, para bebés	Prometedor	41,384	0%	España (38%) Irlanda (14%) Francia (12%)
620630	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas, de algodón	Prometedor	30,927	0%	España (62%) India (8%) Francia (8%)
611011	Suéteres jersey, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto	Prometedor	25,736	0%	España (40%) Italia (34%) Francia (9%)
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	Prometedor	19,513	0%	España (59%) Italia (11%) Francia (11%)
611241	Trajes de baño (una o dos piezas), de punto de fibras sintéticas, para	Prometedor	15,870	0%	España (24%) Francia (19%) Brasil (11%)
610821	Bragas de punto de algodón, para mujeres o niñas	Prometedor	14,384	0%	España (20%) Italia (20%) Francia (19%)
610610	Camisas, blusas, blusas camiseras y polos, de punto de algodón, para m	Prometedor	11,468	0%	España (50%) Francia (19%) Italia (9%)
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares	Prometedor	11,312	0%	España (52%) Italia (34%) Francia (8%)
610831	Camisones y pijamas, de punto de algodón, para mujeres o niñas	Prometedor	11,307	0%	España 830%) Irlanda (27%) Alemania (13%)

Fuente: TradeMap Elaboración: Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Los consumidores portugueses están comprando cada vez más en línea, ya que esto les brinda flexibilidad de poder hacerlo desde cualquier lugar y horario. Cada vez más diversas compañías de ropa y calzado optan por las ventas online. El comercio retail por Internet no es sólo un canal cada vez más influyente, sino que también es una poderosa herramienta para aumentar las ventas. De hecho, las marcas esperaban atraer a más consumidores a sus tiendas físicas a través de su canal online ampliamente para anunciar productos y promociones.

Dada la aun vulnerable situación económica y recuperación frágil en el país, los hábitos de consumo de prendas de vestir y calzado se enfocaron en la búsqueda de los precios más bajos posibles, así como en los descuentos y promociones de estos productos.

Cuadro N° 10

Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Miles US\$)	Arancel Perú (TLC-2015)	Arancel Competidores -2014
030613	Camarones, langostinos, quisquillas	Estrella	227,068	0%	España (42%) India (14%) Mozambique (8%)
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrella	128,422	0%	España (65%) Tailandia (13%) Indonesia (8%)
030357	Peces espada, congelados	Estrella	30,872	0%	España (37%) Indonesia (21%) Vietnam (10%)
160419	Preparaciones y conservas de los demás pescados enteros o en trozos.	Estrella	28,662	0%	España (50%) Alemania (29%) China (14%)
160420	Las demás preparaciones y conservas de pescados	Estrella	26,325	0%	España (49%) Corea del Sur (19%) China (15%)
030342	Atunes de aleta amarilla congelados, excluido filete, hígado, huevas y	Prometedor	19,852	0%	Senegal (53%) España (37%) Tailandia (5%)
030251	Fresco o refrigerado Bacalaos	Prometedor	18,320	0%	Suecia (44%) Países Bajos 817%) España (15%)
030739	Mejillones, congelados, secos, salados o en salmuera.	Prometedor	12,292	0%	España (52%) Nueva Zelanda (46%) Canadá (1%)
030419	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados : Fr	Prometedor	11,393	0%	España (35%) Países Bajos (18%) Suecia (15%)
030381	Escualos congelados	Prometedor	11,041	0%	Namibia (47%) España (30%) Panamá (7%)

Fuente: TradeMap Elaboración: Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Portugal, similar al de otros países del Mediterráneo, es un país con una fuerte industria de la pesca, lo cual se refleja en la cantidad de pescados y mariscos consumidos por la población.

Para algunos consumidores, es parte de su dieta semanal, mientras que otros consumen sólo por sus beneficios nutricionales. La verdad es que el pescado es una importante fuente de nutrición para todos, y su consumo está estrechamente relacionado con la cultura y el gusto personal. Según Euromonitor International, en los países sur europeos tienden a consumir mucho más pescado, sobre todo frescos, que el resto de Europa occidental. Así, Portugal muestra el mayor consumo per cápita de pescado fresco y envasado en Europa Occidental, en 49.9kg cápita en 2014.

Cuadro N° 11

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2014 (Miles US\$)	Arancel Perú (TLC-2015)	Participación Competidores -2014
870899	Las demás partes y accesorios de vehículos automóviles	Estrella	1,476,419	0%	España (36%) Alemania (32%) Francia (9%)
870840	Cajas de cambio	Estrella	384,784	0%	Alemania (41%) Francia (37%) España (13%)
401110	Neumáticos nuevos de caucho del tipo utilizado en automóviles	Estrella	300,074	0%	España (59%) Países Bajos (12%) Alemania (6%)
392690	Las demás manufacturas, de plástico.	Estrella	292,258	0%	Alemania (31%) España (25%) Italia (9%)
300210	Sueros específicos de animales o de personas inmunizados y demás campo	Estrella	209,742	0%	Alemania (36%) Bélgica (19%) Suiza (12%)
390110	Polietileno de densidad inferior a 0,94	Estrella	202,397	0%	España (34%) Bélgica (15%) Qatar (10%)
340220	Preparaciones tenso activas acondicionadas para la venta al por menor	Estrella	197,813	0%	España (55%) Reino Unido (16%) Italia (7%)
732690	Las demás manufacturas de hierro o acero	Estrella	181,078	0%	España (53%) Alemania (13%) Francia (7%)
854231	Circuitos integrados : Circuitos electrónicos integrados : Procesadores y controladores, i	Estrella	166,421	0%	Alemania (59%) Francia (13%) España (7%)
481159		Estrella	153,932	0%	España (64%)

Papel y cartón, coloreados o decorados en la superficie o impresos, recubiertos, impregnados

Italia (15%)

Suecia (7%)

Fuente: TradeMap Elaboración: Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Tras cuatro años de austeridad, debido a la crisis financiera y económica, el nivel de venta de automóviles en Portugal muestra una recuperación notable para 2014 y en lo que va de 2015, inclusive según Yahoo Finance, algunos no dudan en pagar precios altos para modelos de alta gama y de marcas reconocidas.

De acuerdo con la Asociación Europea de Fabricantes de Automóviles (ACEA), Portugal registró la mayor recuperación en el mercado europeo de automóviles en el primer semestre de 2015, con un incremento de 32,8% en la venta de autos nuevos para particulares, seguido de Irlanda (+ 25,4%) y España (+22%). Sin embargo, cabe notar que este crecimiento es relativo, la talla del mercado portugués es modesta, con 100 656 unidades vendidas en seis meses la recuperación del mercado no ha contrarrestado aun totalmente la brusca caída de las ventas durante la crisis (-30% en 2011 y -40% en 2012).

La recuperación refleja la confianza de los consumidores. El nivel de ventas se vuelve a acercarse al promedio de los últimos quince años y la preferencia de los portugueses por las marcas alemanas es incontestable, ya que representan 36% de las ventas.

## 7. Tendencias del consumidor

Las largas jornadas laborales han dado lugar a cambios en el consumo. En el pasado las compras se realizaban con el fin de asegurar varias comidas durante la semana. En la actualidad, las compras se hacen en un plazo más corto, con menos tiempo disponible y con una sola comida en mente. El presupuesto es también un factor. La posibilidad de comprar una comida completa que ya está preparada por menos de 4 euros es el factor subyacente en la tendencia actual y ha dado lugar a una creciente preferencia por las comidas pre-cocidas. Otras opciones de ahorro de tiempo, tales como pedir una comida para llevar no son muy populares, ya que el costo se incrementa.

La mayoría de los platos portugueses mezclan varios condimentos e ingredientes diferentes. La carne casi siempre se acompaña de patatas fritas, mientras que el pescado se sirve con verduras y patatas cocidas, generalmente cubiertas con aceite de oliva. El más famoso ingrediente es el bacalao, que es la base para cientos de platos, pero con bajos niveles de consumo debido a precios muy altos.

Los portugueses prefieren hacer sus compras en un centro comercial en lugar de en las tiendas tradicionales, lo cual se explica por una mayor variedad de la oferta, una amplia variedad de centros comerciales, y los precios se perciben como inferiores.

Según Euromonitor Internacional el gasto en el consumo de alimentos por distribuidores al por menor los portugueses llevarán a cabo sus compras dando prioridad a diversas tiendas al por menor, seguido de bodegas modernas o minimarkets, supermercados, tiendas tradicionales, hipermercados, etc.

El comportamiento de consumo de los portugueses está influenciado en mayor medida por: La publicidad (TV, radio, debido a los viajes por carretera), relación calidad-precio y servicio post-venta para los coches y electrodomésticos, el precio (sobre todo para la comida y los artículos de higiene), los símbolos de estatus social (ropa, moda, coches), el aspecto medioambiental es aún secundario pero está haciéndose más importante entre los jóvenes (están más receptivos a las campañas de concienciación en los medios), y la marca, asociada a este aspecto del estatus.

El incremento de los impuestos, especialmente del IVA (21%), y el nivel elevado de las deudas en las familias portuguesas (120% de los ingresos) limitan considerablemente el consumo. La mayoría de los portugueses son conservadores, leales a las marcas (especialmente para la ropa y menos para la comida). Son consumidores impulsivos, aunque menos en los últimos tiempos, ya que el nivel de la deuda doméstica ha alcanzado unas cotas alarmantes que están haciendo que el consumo descienda.

En lo que se refiere a la preferencia por los productos nacionales o por los extranjeros, la situación está cambiando. Excluyendo el vino y el queso (que los portugueses rara vez eligen de procedencia extranjera), se prefiere en general los productos importados. Se ha lanzado recientemente una campaña de concienciación para que los portugueses confíen más en los productos nacionales.

Cuadro N° 09

Participación del Gastos de consumo por categoría de productos (en % de los gastos totales)	
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	24,2%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	18,9%
Transporte	10,0%
Ocio y cultura	7,7%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	6,5%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4,5%
Salud	4,4%
Ropa y calzado	4,2%
Comunicación	2,9%
Hoteles, cafés y restaurantes	2,8%
Educación	1,2%

Fuente: Banco Santander

## 8. Cultura de negocios

Portugal, es un país soberano miembro de la Unión Europea, constituido como un estado democrático de derecho. Su territorio, con capital en Lisboa, está situado en el sudoeste de Europa, en la Península Ibérica. Por este motivo supone uno de los mercados de importación y exportación más importante de España. Hacer negocios en Portugal es sencillo, sobre todo desde la entrada del Euro, pero debemos tener en cuenta algunos aspectos culturales importantes. En esta parte podemos encontrar algunas instrucciones para hacer negocios en este país.

- ✓ El idioma, tener en cuenta que los portugueses entienden más o menos el español pero no será una lengua que usen para hacer negocios, sobre todo en la capital. Los portugueses hablan bien el inglés.
- ✓ Vestir de etiqueta para los negocios en Portugal. Los hombres y mujeres de negocios visten elegantemente en actos sociales y cenas de negocios, impera la formalidad. Normalmente, en la empresa sólo suelen intercambiar tarjetas de visitas los directivos y ejecutivos.
- ✓ Los peores meses para hacer viajes de negocios son los que coinciden con las vacaciones de verano: julio y agosto. Horario de oficina: De 09.00 a 13.00 y de 15.00 a 19.00 de lunes a viernes.
- ✓ El comercio exterior portugués representa un papel destacado en la economía del país, aportando por término medio entre un 55% y un 70% del PIB en el transcurso de la última década (más del 67% en 2002). El peso relativo del comercio con la UE en el conjunto se halla cerca del 80%, tras haber crecido muy significativamente en los últimos años.
- ✓ Aunque una de las ventajas de Portugal es seguramente su diversidad, no cabe duda de que la capitalidad de Lisboa es crucial en el ámbito del turismo de negocios. Además de su recinto ferial y de sus espacios acondicionados para reuniones y encuentros de menor tamaño, destaca claramente el Centro de Congresos de Lisboa, situado en las proximidades de Belém.



- ✓ España es, a gran distancia del resto, el primer proveedor de Portugal y uno de sus primeros clientes, y el comercio bilateral, tradicionalmente favorable a España, ha experimentado un crecimiento y diversificación ininterrumpido desde 1986, con notables oportunidades para los productos españoles.
- ✓ La documentación escrita es extraordinariamente formal, utilizando expresiones como "Excelentísimo Señor" precedido del apellido de la persona.
- ✓ En las conversaciones se recomienda evitar hablar de política y ante todo evitar establecer comparaciones con España. Cualquier comparación de este estilo debe realizarse en un contexto hacia España de situaciones que requieran una mejora o con las que se esté en desacuerdo. De esta forma, se muestra, como sucede en cualquier otro país, imperfecciones de España que podrían acercar posturas comunes que viven ambos países.
- ✓ Los habitantes de Portugal muestran un especial orgullo por regiones y ciudades como Sintra, El Algarve, Estoril o Cascaes, entre otras. Además, la afición futbolística es especialmente intensa. Citar triunfos de los principales clubes de fútbol como Sporting de Lisboa, Oporto o Benfica supone un reconocimiento público y un refuerzo del ego personal de su interlocutor.

## 9. Links de interés

Cuadro Nº 10

Entidad	Enlace
Oficina de Promoción del Comercio y la Inversión	<a href="http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/invest.html">http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/invest.html</a>
Oficina Federal de Estadística	<a href="https://www.destatis.de/">https://www.destatis.de/</a>
Banco Central de Portugal	<a href="https://www.bportugal.pt/en-US/Pages/inicio.aspx">https://www.bportugal.pt/en-US/Pages/inicio.aspx</a>
Acceso al Derecho de la Unión Europea	<a href="http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm">http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm</a>
Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)	<a href="http://www.efsa.europa.eu/">http://www.efsa.europa.eu/</a>
Aduanas de la Unión Europea	<a href="http://europa.eu/legislation_summaries/customs/index_es.htm">http://europa.eu/legislation_summaries/customs/index_es.htm</a>
Barreras comerciales en la Unión Europea	<a href="http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm">http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm</a>
Biblioteca Nacional de Portugal	<a href="http://www.bnportugal.pt/">http://www.bnportugal.pt/</a>

## 10. Eventos Comerciales

Cuadro Nº 11

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
<b>AutoClásico 2015</b>	Manufacturas diversas (accesorios de automóviles)	Oporto	Del 2 al 4 de octubre del 2015	<a href="http://www.eventomotor.com/">http://www.eventomotor.com/</a>
<b>Alimentaria Horexpo Lisboa 2015</b>	Feria alimentaria	Lisboa	Del 22 al 24 de noviembre del 2015	<a href="http://alimentariahorexpo.fil.pt/">http://alimentariahorexpo.fil.pt/</a>
<b>SISAB 2016</b>	Agrícola	Lisboa	Del 29 de febrero al 1 de marzo del 2015	<a href="http://www.sisab.org/website/">http://www.sisab.org/website/</a>
<b>SIL- Salão Imobiliário de Portugal 2015</b>	Inmobiliario	Lisboa	Del 30 de septiembre al 4 de octubre del 2015	<a href="http://www.imobiliario.fil.pt/?lang=pt&amp;page=info_geral/info_geral.jsp">http://www.imobiliario.fil.pt/?lang=pt&amp;page=info_geral/info_geral.jsp</a>
<b>Intercasa Concept 2015</b>	Diseño de interiores y decoración	Lisboa	Del 3 al 11 de octubre del 2015	<a href="http://www.intercasa.fil.pt">www.intercasa.fil.pt</a>

<b>Exponoivos 2016</b>	Moda	Oporto	Del 15 al 17 de enero del 2015	<a href="http://www.exponoivos.pt/">http://www.exponoivos.pt/</a>
<b>Modtissimo septiembre 2015</b>	Industria textil	Oporto	Del 27 de septiembre al 3 de octubre del 2015	<a href="http://modtissimo.com/">http://modtissimo.com/</a>

## 11. Bibliografía

- FMI
- Euromonitor International: Country Profile
- SUNAT
- Trade Map
- Reporte de Competitividad Mundial de la OMC
- Ferias internacionales: [www.nferias.com](http://www.nferias.com)

Actualizado al 13.08.2015