



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL

Portugal

Contenido

1. Resumen ejecutivo	3
2. Información general	4
3. Situación económica y de coyuntura	4
3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas	4
3.2. Evolución de los principales sectores económicos	5
3.3. Nivel de competitividad	5
4. Comercio exterior de bienes	6
4.2. Intercambio comercial de Portugal con el mundo.....	6
4.3. Intercambio comercial de Perú con Portugal.....	7
5. Acceso a mercado	9
5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias	9
5.2. Otros impuestos aplicados al comercio	11
6. Oportunidades comerciales	11
6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales	11
6.2. Productos con potencial exportador	12
7. Tendencias del consumidor	15
8. Cultura de negocios	17
9. Links de interés.....	17
10. Eventos comerciales	18
11. Bibliografía	18

1. Resumen ejecutivo

Portugal ocupa aproximadamente la mitad de la costa atlántica en la península ibérica y más de las tres cuartas partes de la sección orientada al oeste, siendo España, su único vecino inmediato, el resto. El país se extiende solo un máximo de 200 km tierra adentro, pero unos 600 km de norte a sur. Los archipiélagos atlánticos de las Azores y Madeira también pertenecen a Portugal. El terreno es en gran parte interior montañoso, pero hay innumerables valles fértiles. El clima es mediterráneo. Su capital es Lisboa. Asimismo, La República de Portugal tiene un presidente ejecutivo que es elegido por sufragio universal por un período renovable de cinco años y nombra al primer ministro.

A nivel económico, la economía de Portugal se desacelerará nuevamente en 2020. El PIB real crecerá un 1,4% en 2020 después de ganancias del 2,2% en 2019. La moderación refleja una demanda interna más lenta debido a las medidas COVID-19 y las limitaciones en los socios comerciales clave, particularmente en Europa. La inversión se fortalecerá ligeramente, respaldada por una mayor absorción de fondos de la UE. El crecimiento del PIB real en términos trimestrales cayó un 0,7% en el cuarto trimestre de 2019 en términos desestacionalizados. En términos de comercio exterior, las exportaciones de Portugal al mundo acumularon un valor de US\$ 67 mil millones en el 2019, lo cual significó una caída de 9.5% con respecto al año anterior, esta se ve sustentada principalmente por la incertidumbre frente al efecto Brexit y su relacionamiento con los diversos miembros de la UE. No obstante, las exportaciones de Portugal al mundo han crecido en 5.1% en promedio en los últimos cinco años.

Para el caso peruano, las exportaciones de Perú al mercado de Portugal totalizaron un valor de US\$ 45 millones en el 2019, lo cual significó una caída de 3.7% en relación a similar periodo del año anterior. No obstante, para ese mismo año, el intercambio comercial entre ambos países fue de US\$ 100 millones, lo cual significó un crecimiento de 12,8% en relación al año anterior. En los últimos cinco años, las exportaciones peruanas hacia este destino crecieron en 13,7% en promedio.

2. Información general¹



La República de Portugal está formada por un territorio continental situado en el sudoeste de Europa y dos archipiélagos ubicados 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. El país tiene un área de 92.391 km², de los cuales 91.951 km² son de la zona continental y 440 km² son de zona marítima.

Tiene una población de 10,28 millones de habitantes. 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 4260 franquicias, otras ciudades importantes son Oporto, la segunda mayor ciudad y Aveiro.

En relación a la sociedad y la religión, los católicos romanos representan el 81%, otro cristiano 3.3%, otro (incluye judío, musulmán) 0.6%, ninguno 6.8%, no especificado 8.3%. La moneda oficial en Portugal es el euro.

Portugal se ha convertido en una economía diversificada y cada vez más basada en los servicios desde que se unió a la Comunidad Europea, el predecesor de la UE, en 1986. Durante las siguientes dos décadas, los sucesivos gobiernos privatizaron muchas empresas controladas por el estado y liberalizaron áreas clave de la economía, incluidas las financieras y sectores de telecomunicaciones. El país se unió a la Unión Económica y Monetaria en 1999 y comenzó a circular el euro el 1 de enero de 2002 junto con otros 11 miembros de la UE.

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas²

“Las perspectivas económicas de Portugal se enfriarán ligeramente en 2020. La moderación refleja una demanda interna más lenta debido a las medidas COVID-19 y las limitaciones en los socios comerciales clave, particularmente en Europa. La inversión se fortalecerá ligeramente, respaldada por una mayor absorción de fondos de la UE. Las tasas anuales de crecimiento del PIB real serán del 1,6% en 2021, antes de caer a un promedio de alrededor del 1,3% en 2024-2027”.

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
Crecimiento del PBI (%)	1.8	2.0	3.5	2.6	2.2	-8.0
PBI per cápita (US\$)	19 252	19 986	21 483	23 437	23 031	23 731
Tasa de inflación (%)	0.5	0.6	1.6	1.2	0.3	-0.2
Tasa de desempleo (%)	12.4	11.1	8.9	7.0	6.5	13.9

Fuente: FMI (Agosto, 2020) Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú *Estimado³

¹ CIA World Factbook (2020) en: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>.

² Euromonitor (2020) – Country Profile Portugal.

³ IFM (2020) en: <https://bit.ly/2FB85E0>

Asimismo, es necesario destacar que la economía de Portugal se desacelerará nuevamente en 2020. El crecimiento del PIB real se contraría después de las ganancias del 2,2% en 2019. El valor real del consumo final privado aumentó un 2,2% en 2019 y se espera una caída del 3,0% en 2020. Las medidas vigentes retrasan el gasto del consumidor para contener COVID-19, pero deberían recuperarse en 2021. Muchas empresas están luchando por sobrevivir a las medidas de COVID-19 y están cerrando o despidiendo personal, particularmente las PYME que no tienen acceso a las reservas financieras.

La unidad monetaria de Portugal es el euro (EUR). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto⁴:

1 USD = 0,850249 EUR	
Dólares ↔ Euro	
1 USD = 0,850249 EUR	1 EUR = 1,17613 USD
1 PEN = 0,240016 EUR	
Sol peruano ↔ Euro	
1 PEN = 0,240016 EUR	1 EUR = 4,16638 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú. Fecha: 2020-08-03 21:52 UTC

3.2. Evolución de los principales sectores económicos⁵

Según el informe de Euromonitor (2020) refiere que “la participación de la agricultura en el PIB ha estado disminuyendo durante varias décadas. El sector emplea al 5,7% de la fuerza laboral, un número relativamente grande debido a los bajos niveles de productividad laboral. Los agricultores de Portugal son los más pobres de la UE. Se benefician menos de la Política Agrícola Común porque estos fondos se canalizan principalmente a la producción de carne, lácteos y cereales, que es limitada en el país. Los principales productos agrícolas incluyen cítricos, aceitunas, vinos y verduras”.

Por otro lado, el sector servicios representa el 74.0% del PIB. El turismo representa aproximadamente el 10% del empleo y Portugal tiene el potencial de convertirse en un importante destino turístico. El valor real de los ingresos recibidos por los turistas y los viajes de negocios aumentó un 4,7% en 2019 y se esperan ganancias del 2,4% en 2020. El sector de servicios se verá particularmente afectado por las medidas para contener COVID-19, especialmente el comercio mayorista, minorista y turístico.

En relación a las manufacturas, estas representan el 14.9% del PIB y emplea al 18.1% de la fuerza laboral. En el pasado, los fabricantes del país han sobrevivido debido a los bajos salarios. Sin embargo, industrias como la ropa y el calzado enfrentan cada vez más una fuerte competencia de los países asiáticos donde los salarios son más bajos. El acceso al crédito sigue siendo difícil para las pequeñas y medianas empresas y las nuevas empresas.

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 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para Portugal, Perú y otros países similares⁶.

Las economías son clasificadas entre el puesto 1 y 190 en la facilidad para hacer negocio. Una clasificación más alta, es decir, más próxima al 1, significa que las regulaciones en el ámbito de los negocios de esa economía facilitan la apertura de empresas locales y sus actividades. Las clasificaciones se determinan en base a la media de las puntuaciones obtenidas en los 10 indicadores que componen Doing Business. Las puntuaciones se basan en un análisis concluido en mayo de 2019.

⁴ XE en: <https://www.xe.com>

⁵ Euromonitor – Country Profile Portugal (2020)

⁶ Doing Business (2020) en: <https://espanol.doingbusiness.org/es/rankings>

Cuadro N° 02 Facilidad para hacer negocios

Criterios	Portugal	Perú	Francia	Italia	España
Global Rank	39	76	32	58	30
Apertura de un negocio	63	133	37	98	97
Manejo permiso de construcción	60	65	52	97	79
Obtención de electricidad	52	88	17	38	55
Registro de propiedades	35	55	99	26	59
Obtención de crédito	119	37	104	119	80
Protección de los inversionistas minoritario	61	45	45	51	28
Pago de impuestos	43	121	61	128	35
Comercio transfronterizo	1	102	1	1	1
Cumplimiento de contratos	38	83	16	122	26
Resolución de la Insolvencia	15	90	26	21	18

Fuente: Doing Business Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú. (Consultado agosto, 2020)

Del cuadro N° 02, se puede mencionar que el país de Portugal, se encuentra en el puesto N° 39 del Ranking Global. De los cuales destaca en algunos criterios como “comercio transfronterizo”, “resolución de la insolvencia”, “registro de propiedades”, entre otros.

4. Comercio exterior de bienes

4.1 Intercambio comercial de Portugal con el mundo⁷

Las exportaciones representan una proporción modesta pero creciente del PIB. En 2019, la participación de las exportaciones en el PIB fue del 28,2%. Las exportaciones (en dólares) cayeron un 1,8% en 2019 y se espera un crecimiento del 2,4% en 2020.

El crecimiento económico más débil en los socios comerciales de la zona euro debido a COVID-19 pesa sobre el crecimiento. Otros mercados dentro de la UE representaron el 75.8% de todas las exportaciones en 2019. Las exportaciones de Portugal están altamente concentradas entre unas pocas líneas de productos. La maquinaria y el equipo eléctrico junto con el transporte representaron el 31.2% de las exportaciones totales en 2019.

Es importante resaltar que el déficit por cuenta corriente fue del 0,1% del PIB en 2019 y se ampliará al 0,4% en 2020. La fuerte demanda de los socios comerciales no pertenecientes a la UE y las mejoras en la competitividad han ayudado a revertir el desequilibrio en los últimos años. Portugal, sin embargo, es especialmente vulnerable a las nuevas amenazas proteccionistas.

Cuadro N° . 03 – Balanza comercial Portugal -Mundo

Millones de US\$

Comercio Exterior	2015	2016	2017	2018	2019	TCP. % 15/19	Var% 19/18
Exportaciones	55,045	55,372	62,117	74,136	67,056	5.1%	-9.5%
Importaciones	66,909	67,953	78,746	95,629	89,898	7.7%	-6.0%
Balanza Comercial	- 11,864	-12,581	-16,629	-21,493	-22,842	-	-
Intercambio Comercial	121,954	123,324	140,863	169,765	156,955	6.5%	-7.5%

Fuente: TradeMap (Consultado Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

De acuerdo a las cifras publicadas por TRADEMAP, las exportaciones de Portugal al mundo acumularon un valor de US\$ 67 mil millones en el 2019, lo cual significó una caída de 9.5% con respecto al año anterior, esta se ve sustentada

⁷ Euromonitor – Country Profile Portugal (2020)

principalmente por la incertidumbre frente al efecto Brexit y su relacionamiento con los diversos miembros de la UE. No obstante, las exportaciones de Portugal al mundo han crecido en 5.1% en promedio en los últimos cinco años.

Entre los principales destinos de las exportaciones de Portugal destaca el mercado español por US\$ 16 699 millones, lo cual significó un decrecimiento de 10.9%, convirtiéndose en el principal socio de Portugal, seguido de Francia (US\$ 8 714 millones/ -7.7%), Alemania (US\$ 8 020 millones/ -5.8%), Reino Unido (US\$ 4 079 millones/ -13.4%), Estados Unidos (US\$ 3 383 millones/ -7.6%), entre otros mercados. Cabe destacar, que los cinco principales destinos representan el 61% del total exportado por Portugal. Entre los principales productos enviados destacan: los aceites medios y preparaciones de petróleo, automóviles de turismo, partes y accesorios de tractores, aceites ligeros y preparaciones de petróleo, neumáticos, velocímetros y tacómetros, entre otros productos.

Por otro lado, las importaciones de Portugal desde el mundo acumularon un valor aproximado de US\$ 90 mil millones en el año 2019, lo cual significó un decrecimiento de 6.0% con respecto al año anterior. Entre los principales países proveedores al mercado de Portugal destacan: España (US\$ 27 351 millones/ -9.0%), Alemania (US\$ 11 970 millones/ -9.6%), Francia (US\$ 8 806 millones/ +20.7%), Italia (US\$ 4 597 millones/ -9.7%), Países Bajos (US\$ 4 409 millones/ -11.3%), entre otros mercados. Los cinco mercados proveedores representan el 64% del total importado por Portugal. Entre las principales importaciones portuguesas destacan: aceites crudos de petróleo, aviones y demás aeronaves, medicamentos, aceites medios y preparaciones de petróleo, partes y accesorios de tractores, gas natural licuado, entre otros.

4.2. Intercambio comercial de Portugal con Perú⁸

Las exportaciones de Perú al mercado de Portugal totalizaron un valor de US\$ 45 millones en el 2019, lo cual significó una caída de 3.7% en relación a similar periodo del año anterior. No obstante, para ese mismo año, el intercambio comercial entre ambos países fue de US\$ 100 millones, lo cual significó un crecimiento de 12,8% en relación al año anterior. En los últimos cinco años, las exportaciones peruanas hacia este destino crecieron en 13,7% en promedio.

Cuadro N.º 04

Información Comercial: Perú – Portugal (US\$ Millones)							
Indicadores	2015	2016	2017	2018	2019	Var. % Prom. 15/19	Var. % 19/18
Exportaciones de Perú a Portugal	27	22	28	47	45	13.7%	-3.7%
Importaciones de Perú desde Portugal	48	40	40	42	55	3.4%	31.4%
Balanza Comercial	-21	-18	-13	5	-9	-	-
Intercambio Comercial	75	62	68	89	100	7.5%	12.8%

Fuente: SUNAT. (Consultado, Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

Un dato clave que se debe señalar, es que, en el año 2019, el mercado de Portugal, se ubicó en el puesto **N.º 47** como destino de las exportaciones peruanas con una participación de 0.1% del total exportado al mundo. Sin embargo, a nivel no tradicional, Portugal se ubica en el puesto **N.º 32**. No obstante, en ese mismo año un total de 135 empresas exportaron 155 productos (HS10), y cuyo principal envío fue el cinc sin alea con un contenido de cinc por un valor de US\$ 12 millones con una participación del 27% del total exportado en ese año.

Los envíos del sector tradicional registraron un valor de US\$ 6 millones en el año 2019, lo cual significó un crecimiento de 392.7% con respecto al mismo periodo del año previo y una participación de 13% del total exportado en el 2019. Por otro lado, los envíos del sector no tradicional totalizaron un valor de US\$ 40 millones, lo cual significó una caída de 13.7% con respecto al año anterior, asimismo, entre los principales envíos con valor agregado

⁸ SUNAT (2020)

destacan los del sector pesquero por un valor de US\$ 14 millones, seguido del: sidero-metalúrgico (US\$ 13 millones), agropecuario (US\$ 7 millones), químico (US\$ 5 millones), entre otros. Los cinco principales sectores representan el 99% del total exportado no tradicional.

Durante el primer semestre del año 2020, las exportaciones peruanas a Portugal acumularon un valor de US\$ 9 millones, lo cual significó una caída de 63.7%, vale decir, US\$ 15 millones menos que el año anterior. Este decrecimiento se ve sustentado por menos envíos del sector tradicional y no tradicional. Cabe señalar, que las exportaciones con valor agregado sumaron un monto de US\$ 8 millones con lo cual se contrajeron en 60.8%. Sin embargo, un dato positivo que hay que destacar es que las exportaciones del sector agropecuario continuaron creciendo, logrando una variación positiva de 15.6% con respecto al mismo periodo del año 2019, esto se produjo por mayores envíos de uvas y paltas.

Cuadro N.º 05

Exportaciones por sectores económicos (Millones de US\$)			
SECTOR	2018	2019	Var% 19/18
TRADICIONAL	1	6	392.7%
Mineros	0	5	1180.8%
Agrícola	1	1	104.6%
Petróleo y gas natural	0	-	-100.0%
NO TRADICIONAL	46	40	-13.7%
Pesquero	13	14	6.1%
Sidero-Metalúrgico	14	13	-7.6%
Agropecuario	6	7	27.9%
Químico	7	5	-32.1%
Textil	0	0	33.1%
Minería no metálica	0	0	-33.4%
Maderas y papeles	0	0	-21.4%
Pieles y cueros	0	0	38.2%
Metal-mecánico	5	0	-99.4%
Varios (inc. Joyería)	0	0	599.6%
TOTAL, GENERAL	47	45	-3.7%

Fuente: SUNAT. (Consultado, Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

Al cierre de 2019, entre estos principales productos tradicionales exportado a Portugal destacan: el cinc sin alear (US\$ 5 millones/ +1180.8%) y el café sin tostar y sin descafeinar (US\$ 1 millón / +104.0%), entre otros productos. Por otro lado, a nivel de exportaciones no tradicionales destacan: cinc sin alear con un contenido de cinc (US\$ 12 millones/ -7.5%), pota cruda congelada (US\$ 6 millones/ +7.9%), uvas frescas (US\$ 4 millones/ +18.7%), lomo de barrilete cocido congelado (US\$ 2 millones/ +70.2%) y oxiclورو e hidroxiclورو de cobre (US\$ 2 millones/ -46.0%), entre otros productos. Los cinco principales envíos con valor agregado representaron el 66% del total exportado en el año 2019.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro N.º 6, el cual resume los 10 principales productos no tradicionales exportados al mercado de Portugal. Cabe destacar, que se tomó como base de selección los 10 principales productos no tradicionales exportados en el año 2019.

Cuadro N.º 06

Portugal: Principales productos peruanos no tradicionales									
(US\$ Millones)									
Partida	Descripción*	2015	2016	2017	2018	2019	TCP 19/18	Var. % 19/18	Part. % 2019
7901120000	- Cinc sin alear, con un contenido de cinc	5	3	-	13	12	24.7%	-7.5%	31%
0307430000	- Pota cruda congelada	-	-	3	6	6	-	7.9%	16%
0806100000	- Uvas frescas	2	2	3	3	4	10.8%	18.7%	9%
1604190000	- Lomo de Barrilete cocido congelado	0	-	-	1	2	95.1%	70.2%	5%
2827410000	- Oxidocloruro e hidroxidocloruro de cobre	2	3	5	3	2	-3.2%	-46.0%	5%
0306171300	- Colas de langostinos congeladas, con cap	-	-	0	1	2	-	115.9%	4%
0304870000	- Atunes (del género thunnus), listados o	-	0	-	-	1	-	-	3%
1604141000	- Atunes entero o en trozos, excepto pica	2	-	2	1	1	-12.4%	-10.2%	3%
3808929100	- Fungicida a base de compuestos de cobre	1	1	1	1	1	6.9%	-20.2%	3%
0805299000	- Wilkings e híbridos similares de agrios	-	-	1	0	1	-	178.9%	2%
	Resto	8	10	13	15	7	-3.8%	-52.5%	18%
TOTAL, GENERAL		21	19	27	46	40	17.0%	-13.7%	100%

Fuente: SUNAT. (Consultado, Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

5. Acceso a mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias⁹

De acuerdo a lo señalado en el informe de la OMC sobre Política Comercial de la UE (2020) revela que, tras la creación del mercado único, la UE estableció el arancel aduanero común (AAC) para la importación de mercancías procedentes de mercados exteriores. En su forma más básica, establecía la nomenclatura para la clasificación de las mercancías y los tipos de los derechos. A su vez, En 2017 se realizaron más de 1.260 cambios en la nomenclatura -que afectaron principalmente a la carne, los productos químicos, el pescado y las máquinas- para reflejar los cambios del SA de la OMA, frente a unos 27 en 2018, en su mayoría con respecto a la agricultura, los productos químicos y los productos de transporte, y 14 en 2019, que afectaron sobre todo al pescado y a los productos químicos. El Arancel Aduanero Común (TMC) de la Unión Europea se aplica a productos de fuera de la UE. En general, los aranceles no son muy altos, especialmente para productos industriales (4.2% en promedio).

Cabe destacar que la estructura de los aranceles aplicados de la UE no ha sufrido cambios significativos desde el último examen y los tipos son casi idénticos a los anteriores. Por ejemplo, el promedio aritmético global de los aranceles se mantiene en el 6,3%, y la mayor parte de los demás promedios solo ha variado ligeramente, por discrepancias estadísticas. El único cambio notable ha sido el leve aumento del número de líneas arancelarias libres de derechos, que puede atribuirse a las reducciones que se están realizando progresivamente en el marco de la aplicación del ATI II.

A nivel sectorial, la línea agrícola destaca en el análisis arancelario, pues en él se observan tipos considerablemente más elevados, un amplio intervalo arancelario, y la utilización de tipos no ad valorem y de contingentes arancelarios. Se han producido pequeños cambios en el promedio aritmético de los aranceles del sector agrícola y en el intervalo arancelario, debido en gran medida a anomalías estadísticas al calcular los equivalentes ad valorem. El sector de los productos lácteos sigue teniendo los mayores niveles de protección, con aranceles elevados, todos ellos no ad valorem, y sin líneas libres de derechos.

⁹ OMC: Examen de Política Comercial de la UE (actualizado al 07/07/2020)

Por otro lado, en cuanto a los productos no agrícolas, los sectores del pescado y productos de la pesca (con un promedio aritmético del 11,8%) y de las prendas de vestir (11,6%) gozan de la protección arancelaria más alta, frente a un promedio global bajo (4,2%) para el conjunto de los productos no agrícolas. El promedio global del sector de la maquinaria eléctrica registró alguna disminución con respecto al último examen, debido en gran parte a la aplicación del ATI II. Los sectores sujetos a los aranceles que más se apartan de la media, es decir, superiores al 20% en el caso de los productos no agrícolas, son los del pescado y el material de transporte.

Cuadro N° 07

Portugal: Preferencias arancelarias para Perú para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	790112	Cinc sin alear	1	España (1%) Bélgica (1%)	2.50%	0%
2	030743	Pota cruda congelada	4	España (50%) India (22%) China (11%)	6.0%	0%
3	080610	Uvas frescas	3	España (55%) Chile (18%)	14.40%	0%
4	160419	Lomo de Barrilete cocido congelado	-	España (54%) Alemania (32%) Países Bajos (3%)	7.0%	0%
5	282741	Oxicloruro e hidroxicluro de cobre	1	India (11%) España (1%)	3.20%	0%
6	030617	Colas de langostinos congeladas	13	España (39%) Mozambique (13%) India (11%)	12.0%	0%
7	030487	Atunes (del género thunnus), listados	-	España (46%) Vietnam (15%) Ghana (14%)	18.0%	0%
8	160414	Atunes enteros o en trozos, excepto pica	11	España (62%) Ecuador (10%) Mauricio (9%)	24.0%	0%
9	380892	Fungicida a base de compuestos de cobre	12	España (39%) Alemania (19%) Reino Unido (15%)	4.60%	0%
10	080529	Wilkins e híbridos similares de agrios	-	España (99%)	16.0%	0%

Fuente: TradeMap – Market Access Map (Consultado, Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

Los diez principales productos enviados a Portugal ingresan con una tasa preferencial del 0%.

Medidas no arancelarias¹⁰

Al ser parte de la Unión Europea, Portugal emplea normas comunitarias válidas en todo el bloque. Los documentos generalmente requeridos por Portugal en todos los envíos marítimos y aéreos incluyen: la factura comercial, el conocimiento de embarque o la guía aérea y un certificado de origen. Para productos de menos de 1,000 kg o más de 1,000 EUR, una declaración verbal y una factura presentada en la Aduana son suficientes. En el caso de entregas

¹⁰ Examen de Política comercial – Portugal OMC (2020)

y compras dentro de la Comunidad Europea, la declaración de intercambio de mercancías (DEB) o la declaración Intrastat deben enviarse al servicio de aduanas¹¹.

El Código Aduanero Modernizado (MCC) de la Unión Europea simplifica varios procedimientos, tales como: introducción de un entorno sin papel, despacho centralizado y más. Para obtener más información, consulte el sitio web de [Aduanas de la UE](#). También hay más información disponible en el sitio web de aduanas portuguesas.

Como es miembro de la Unión Europea, Portugal aplica las normas comunitarias que son válidas en toda la Unión. La principal barrera no aduanera se refiere a los productos agrícolas y se basa en la PAC (Política Agrícola Común). Como parte de los estándares 'SEGUROS' propugnados por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la Unión Europea ha establecido un nuevo sistema de controles de importación, el 'Sistema de Control de Importaciones' (ICS), cuyo objetivo es asegurar el flujo de mercancías en el momento de su entrada en el territorio aduanero de la UE.

El empaque, embalaje y etiquetado, debe estar de acuerdo con la legislación europea sobre prevención de riesgos y protección del medio ambiente, es el organismo que se encarga de realizar 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.

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 (EFSA). Esta autoridad es la encargada de proporcionar el asesoramiento científico que repercuta en la inocuidad de los alimentos.

Para mayores detalles visite los siguientes links: [Agencia portuguesa de inversión y comercio exterior \(Agencia de Desarrollo Empresarial\)](#), [Ministerio de Asuntos Exteriores](#)

5.2. Otros impuestos aplicados al comercio

El impuesto sobre el valor añadido (IVA) y los impuestos especiales siguen siendo los otros dos tipos principales de cargas o impuestos que gravan las importaciones en la UE. Los derechos especiales se aplican a un grupo básico de productos, principalmente el alcohol, el tabaco y los productos energéticos; mientras que el IVA es aplicable a la mayoría de los productos y servicios, aunque los productos alimenticios suelen estar sujetos a tipos más bajos.

La base impositiva del IVA está, en gran medida, armonizada en toda la UE, pero los tipos y los procedimientos difieren de un Estado miembro a otro. Por lo que respecta al IVA, el tipo normal está fijado en un nivel mínimo del 15%, pero no hay límite máximo; y los Estados miembros pueden tener uno o dos tipos reducidos, cuyo nivel mínimo es del 5%.

6. Oportunidades comerciales

6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales

Al 30 de septiembre de 2019, la UE mantiene en vigor 41 ALC con 72 países. Los ALC de la UE con terceros Estados representan actualmente el 32% del comercio de mercancías de la UE, porcentaje que asciende al 45% si se incluyen los ALC que aún no han entrado en vigor o que se están negociando. Es necesario mencionar que el sistema de preferencias generalizadas (SPG) de la UE, introducido en 1971 y aplicado mediante reglamentos sucesivos del Consejo, ofrece acceso preferencial al mercado de la UE con el objeto de ayudar a los países en desarrollo en sus esfuerzos por reducir la pobreza y promover el desarrollo sostenible y la buena gobernanza.

¹¹ European Commission en: https://ec.europa.eu/taxation_customs/

A nivel peruano, nuestro país cuenta con 20 acuerdos comerciales vigentes que lo conectan con 54 mercados. El Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Perú y Colombia se suscribió el 26 de junio de 2012 en Bruselas, Bélgica. El Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea entró en vigencia el 1° de marzo de 2013. Dentro de los 27 miembros de la UE se encuentra Portugal¹².

6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al país de Portugal. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Portugal (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto “estrella”; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como “prometedor”. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como “consolidado”, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como “estancado”

Sector agropecuario

Sector agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores 2019
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Estrella	66	0%	Brasil (44%) España (37%) Países Bajos (16%)
080550	Limonos "Citrus limón, Citrus limonum" y limas	Estrella	35	0%	Sudáfrica (49%) España (28%) Países Bajos (11%)
070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	Estrella	31	0%	España (77%) Francia (12%) Alemania (4%)
070310	Aceitunas, preparadas o conservadas	Estrella	31	0%	España (97%) Bélgica (1%)
071080	Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas	Estrella	24	0%	España (73%) Bélgica (20%) Francia (3%)
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	Prometedor	18	0%	España (65%) Alemania (15%) Países Bajos (7%)
081090	Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya	Estrella	16	0%	España (62%) Países Bajos (23%) Alemania (8%)
081040	Arándanos rojos	Prometedor	10	0%	España (89%) Países Bajos (8%) Alemania (2%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

12 Acuerdos Comerciales Perú en: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

De acuerdo al portal Caixa Bank Research (2020)¹³ Hay indicios que sugieren que el sector agrícola podría estar entrando en una nueva fase expansiva. Específicamente, se pueden ver cambios en la estructura de propiedad de las granjas, en el capital humano del sector y en su tendencia de crecimiento de la productividad que apunta hacia un aumento en el potencial de crecimiento del sector. El aumento del consumo de alimentos saludables y los esfuerzos del sector para hacerlo más internacional también han jugado un papel importante en el impulso de la actividad agrícola. Entre 2007 y 2018, las exportaciones de bienes agrícolas registraron un crecimiento anual promedio de 9.6%, superior al de las exportaciones totales de bienes (3.4%).

A nivel comercial, Portugal importó US \$ 13.7 mil millones de productos agroalimentarios del mundo: 81% de los cuales se originaron en la UE. Dentro de la UE, España es el principal proveedor, ya que el 44% de las importaciones totales se originaron en el país vecino. Asimismo, las importaciones de hortalizas, ciertas raíces y tubérculos crecieron en el último año con aprox. 24.9%, mientras que, para las frutas, el aumento fue de aprox. 18%. Las frutas cítricas y los melones se encuentran entre los favoritos y el valor de importación fue de US\$ 879.83 millones. Portugal importa la mayoría de las frutas de España (US\$ 450,63 millones), seguido de Brasil (US \$58,72 millones) y Angola (US\$ 2,93 millones).

Portugal también está importando cantidades significativas de carne, con un aumento de las importaciones de carne respecto al año anterior con un 13,3%. El valor total de importación de carne en 2019 fue de US \$ 1.25 mil millones, y los principales proveedores fueron España, Países Bajos y Reino Unido.

Sector pesquero

Sector pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores 2019
160419	Preparaciones y conservas de pescado, enteros o en trozos	Estrella	29	0%	España (54%) Alemania (32%) Países Bajos (3%)
030499	Congelados de carne de pescado	Prometedor	11	0%	España (49%) Ecuador (12%) Chile (11%)
160415	Preparaciones y conservas de caballa, enteros o en trozos	Prometedor	4	0%	Francia (46%) España (26%) Países Bajos (14%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

En relación al informe de The Best Food Importers¹⁴ (2020) tradicionalmente Portugal es una potencia naval y ha tenido una fuerte tradición en el sector pesquero y es uno de los países con mayor consumo de pescado per cápita. A pesar de la importante producción nacional, el mercado local portugués no puede satisfacer la necesidad de la población y las importaciones de pescado y mariscos están creciendo. Los principales proveedores de Portugal son, por supuesto, España, con más del 35%, seguido de Rusia (alrededor del 15%) y los Países Bajos (10%).

¹³ Ibis World en: <https://www.ibisworld.com/>

¹⁴ Ibis World en: <https://www.ibisworld.com/>

Sector textil y confecciones

Sector Textil y Confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores 2019
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	207	0%	España (45%) Bangladesh (10%) Italia (8%)
620342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón	Estrella	175	0%	España (58%) Alemania (8%) Bangladesh (8%)
611020	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de algodón	Estrella	148	0%	España (47%) Italia (10%) Bangladesh (10%)
611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras	Estrella	141	0%	España (61%) China (12%) Italia (8%)
610510	Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños	Estrella	56	0%	España (48%) Bangladesh (12%) Francia (10%)
620630	Camisas, blusas y blusas camiseras, de algodón, para mujeres o niñas	Estrella	36	0%	España (55%) Países Bajos (13%) Italia (8%)
611595	Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de algodón	Estrella	33	0%	España (37%) China (14%) Italia (10%)

Fuente: TradeMap (Consultado, Agosto 2020). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

La industria textil y de artículos deportivos de Portugal participa activamente en la lucha contra el coronavirus. En una campaña coordinada, los fabricantes de textiles ahora están suministrando a los hospitales equipos necesarios con urgencia. La estructura vertical de la industria textil portuguesa permite el desarrollo de estas telas directamente en el sitio, en cooperación con hilanderías y fábricas de tejidos. El instituto de investigación Citeve como socio tecnológico está llevando a cabo varias pruebas de materiales para cumplir con la alta técnica y requisitos médicos de los productos.

El consumidor quiere productos personalizados, de entrega rápida y sostenibles. Observamos que el comercio minorista decrece y el comercio on-line (el e-commerce) aumenta creando la transformación de "Retail" a "eTail". Las tendencias de la moda cambian constantemente – queda lejos la idea de dos campañas de moda al año. El uso de las redes sociales ha contribuido enormemente a esta transformación.

Sector manufacturas diversas

Sector Manufacturas Diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2019 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores 2019
870829	Partes y accesorios de carrocerías de tractores, vehículos automóviles para transporte	Estrella	381	0%	España (48%) Alemania (23%) República Checa (5%)
732690	Manufacturas de hierro o acero	Estrella	222	0%	España (47%) Alemania (16%) Francia (6%)
847989	Máquinas y aparatos mecánicos	Estrella	165	0%	Alemania (26%) España (20%) Italia (14%)
701090	Bombonas "damajuanas", botellas, frascos, bicales, tarros, envases tubulares	Estrella	136	0%	España (71%) Italia (13%) Francia (8%)
730890	Construcciones y partes de construcciones, de fundición, hierro o acero	Estrella	131	0%	España (59%) Alemania (11%) China (7%)
392190	Placas, láminas, hojas y tiras, de plástico	Estrella	103	0%	España (32%) Alemania (18%) Italia (17%)
843149	Partes de máquinas o aparatos de las partidas 8426, 8429 u 8430	Estrella	89	0%	Francia (28%) España (17%) Italia (10%)
790111	Cinc en bruto, sin alear, con un contenido de cinc >= 99,99% en peso	Estrella	35	0%	España (58%) Perú (26%) Países Bajos (6%)
730840	Material de andamiaje, encofrado, apeo o apuntalamiento	Estrella	34	0%	España (61%) Malta (9%) China (7%)
392062	Placas, láminas, hojas y tiras, de poli"tereftalato de etileno" no celular y sin esfuerzo	Estrella	33	0%	Bélgica (24%) India (13%) Alemania (12%)

Fuente: TradeMap (*Consultado, Agosto 2020*). Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

La industria manufacturera portuguesa quiere transmitir un mensaje al resto del mundo: Portugal ofrece todo lo que hacen los países fuertes en fabricación. La fabricación se ve reforzada por las asociaciones y ferias de trabajadores metalúrgicos del país. La producción manufacturera de Portugal para 2019 fue de \$ 27.79B, una disminución de 5.09% con respecto a 2018.

Una de sus asociaciones clave es AIMMAP, que apoya a las industrias metalúrgica y de ingeniería mecánica. La organización representa a 1.300 empresas y tiene 28 divisiones. Cada división actúa como enlace con otras organizaciones europeas. Cuando se trata de máquinas herramienta, Portugal importa más de lo que exporta, pero dentro de la membresía de AIMMAP hay empresas con capacidad para exportar. Sin embargo, la mayoría de los

demás son suministrados por mercados como Alemania y España.

7. Tendencias del consumidor

De acuerdo al portal Grande Consumo (2020) destaca algunas tendencias de consumo en Portugal¹⁵:

- Las compras en línea se están volviendo cada vez más comunes y el consumo de alimentos en línea ahora es una realidad. Además de estar anclado en los hábitos de las generaciones digitales (como Millennials y Generación Z), este proceso también está relacionado con el deseo de consumir de manera conveniente.
- A pesar de la necesidad de un consumo rápido y la gran inmediatez de este proceso, el consumidor portugués de productos alimenticios también valora el proceso de producción de los alimentos que consume, vigilando a las empresas que producen los alimentos que come.
- El establecimiento de la confianza está fuertemente relacionado con los problemas ambientales, ya que el consumidor actual es cada vez más consciente de su responsabilidad social, privilegiando a las empresas que muestran preocupación por su impacto ambiental y social.
- El aumento en la compra de algunos productos orgánicos y biológicos es una demostración, en sí misma, de esta nueva tendencia en el consumo internacional, que también ha marcado los hábitos portugueses.
- Más conscientes que nunca del papel de los alimentos para una vida saludable, los consumidores portugueses están privilegiando su calidad de vida, aplicando algunos principios relacionados con esta prioridad al elegir productos.
- Existe la voluntad de pagar más por los productos que consideran que pueden ser beneficiosos para su salud. En esta secuencia, la tendencia es hacia una mayor segmentación en el consumo, evitando los tipos de alimentos que están asociados con ciertas patologías, para un aumento en el consumo de alimentos propuestos en dietas saludables y restrictivas.
- Otro de los hábitos de consumo que los portugueses aplican cada vez más es el de las compras ponderadas. De hecho, alrededor del 75% de los portugueses dicen que consultan los folletos y los comparan antes de ir al supermercado.
- Una de las tendencias en el consumo de alimentos es la experiencia. Esto significa que, más que solo querer consumir algo para el producto en sí, los portugueses están buscando productos que tengan significado y que, a la larga, creen buenos recuerdos.
- El 61% de la población usa internet al menos una vez por semana
- Las personas gastan el 4.5% de sus ingresos en muebles y mantenimiento del hogar.
- Se proyecta que los ingresos en el segmento de Alimentos y Bebidas alcanzarán los US \$ 91 millones en 2020. Se espera que los ingresos muestren una tasa de crecimiento anual (TCP. % 2020-2024) del 7,1%, lo que da como resultado un volumen de mercado proyectado de US \$ 119 millones para 2024.

¹⁵ Retails economics en: <https://www.retaileconomics.co.uk/>

8. Cultura de negocios ¹⁶

Hacer negocios en Portugal es sencillo, 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 las empresas sólo suelen intercambiar tarjetas de visitas los directivos y ejecutivos.
- El primer contacto es el más formal. En Portugal, las relaciones de negocio están muy personalizadas y normalmente el interlocutor será siempre el mismo. Concierte la cita con un mes de antelación, evite Junio (hay muchos días de vacaciones públicas), Agosto (vacaciones de colegios) y Diciembre (Navidad y final del año financiero). Evite visitar a su contacto durante una feria comercial. Sin duda, él estará muy ocupado con muchos clientes y estará menos disponible para escucharle. Horario de oficina: De 09.00 a 13.00 y de 15.00 a 19.00 de lunes a viernes.
- Evite mostrarse con un comportamiento frío hacia su interlocutor. Cuando la relación prosigue, los portugueses tienden a considerarle como un amigo.
- En el mundo de los negocios, se intercambian regalos sobre todo en Navidad cuando es costumbre regalar chocolates, vino, libros, etc.
- Las tarjetas de visita se intercambian al principio y al final de la primera cita, sin ningún procedimiento formal. Las posiciones se escriben a menudo en inglés.
- 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.
- 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.
- 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 N.º 12. Links de Interés de Portugal**

Entidad	Enlace
Oficina Federal de Aduana de Portugal	https://www.portaldasfinancas.gov.pt/at/html/index.html
Agencia para la Inversión y Comercio Exterior de Portugal	http://www.portugalglobal.pt/ES/Paginas/index.aspx
Oficina Federal de Estadística	https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main
Banco Central de Portugal	https://www.bportugal.pt/

¹⁶ Santander (2019)

Acceso al Derecho de la Unión Europea	https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=es
Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)	http://www.efsa.europa.eu/
Aduanas de la Unión Europea	https://url2.cl/lqVwt

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

10. Eventos comerciales¹⁷

Cuadro N.º 13. Ferias en Portugal

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Salón inmobiliario de Portugal	Inmobiliaria, Comercio Financiera	Lisboa	jueves 8 al domingo 11 octubre 2020	http://www.inmobiliario.fil.pt/
Portojoia	Joyería, Joyas, Maquinaria para joyería	Oporto	jueves 24 al domingo 27 septiembre 2020	http://portojoia.exponor.pt/
Expo cosmético 2020	Belleza, Moda, Salud, Cosmética	Oporto	sábado 3 al lunes 5 octubre 2020	http://www.expocosmetica.exponor.pt/
BTL-La Feria Internacional de Turismo	Alimentación, Equipamiento oficina, Gastronomía	Lisboa	miércoles 3 al domingo 7 marzo 2021	https://btl.fil.pt/

Fuente: Nferias. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

11. Bibliografía

- Acuerdos Comerciales del Perú: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/>
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Diario El Peruano en: <https://url2.cl/A5j2D>
- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Market Access Map: www.macmap.org
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Santander Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- TradeMap: <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- World Trade Atla: <http://www.gtis.com/gta/>
- World Trade Organization: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tpr_s.htm

¹⁷ A raíz del COVID-19 y el cierre de fronteras muchas ferias pueden estar sujetas a modificación o incluso canceladas hasta nuevo aviso. En otros casos muchas de las ferias y ruedas pasan a formato virtual.