

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS



**Guía Multisectorial de Mercado:**

**PORTUGAL**



**CONTENIDO**

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

## 1. Resumen ejecutivo

Tras varios años de vivir en recesión, en 2015, el instituto nacional de estadísticas de Portugal, indicó que dicha economía registró un crecimiento de 1,5% respecto al año previo. Este crecimiento se le atribuye al buen comportamiento de la demanda interna, impulsada por el consumo público y privado; así como a la formación bruta de capital fijo y al incremento de las exportaciones bienes y servicios.

La población bordea los 10 millones de habitantes, de los cuales, más de la mitad son económicamente activos. La distribución de la población en el territorio revela una elevada concentración en la zona costera, principalmente, en Lisboa y Oporto.

Gracias a la firma del acuerdo comercial entre Perú y la Unión Europea, de la cual Portugal es miembro, se tiene una ventaja comparativa para poder ofrecer nuestra oferta exportable, principalmente productos no tradicionales, así como de servicios.



## 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 que supera los 10 millones de habitantes. El idioma oficial es el Portugués y la moneda es el Euro. Lisboa es la capital y la ciudad más poblada con más de 2 millones de habitantes. Asimismo, 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, que se subdividen en 308 municipios y 4 260 freguesias.

Es un estado democrático cuyo presidente es elegido por sufragio universal con un mandato de cinco años.

## 3. Situación económica y de coyuntura

### 3.1 Análisis de las principales variables macroeconómicas

**Cuadro N° 01: Principales Variables Macroeconómicas**

Indicadores Económicos	2012	2013	2014	2015	2016*
Crecimiento del PBI (%)	-4,0	-1,6	0,9	1,6	1,5
PBI per cápita (US\$)	20 589	21 514	22 123	18 984	19 611
Tasa de inflación (%)	2,8	0,4	-0,2	0,6	1,3
Tasa de desempleo (%)	15,5	16,2	13,9	12,3	11,3

Fuente: FMI \* Proyectado Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

Luego de un periodo de recesión, se espera que la economía portuguesa siga creciendo durante 2016, ya que a pesar de las deudas tanto públicas como privadas, el clima de negocios se muestra favorable debido al euro débil, al bajo precio del petróleo y la política monetaria actual del Banco Central Europeo. De otra parte, aunque hay una mejora, el nivel de desempleo se mantiene alto, afectando mayoritariamente a jóvenes menores de 25 años. Además, se han intensificado las desigualdades entre el norte y sur del país, decantando en tensiones sociales.

La divisa oficial de Portugal es el Euro (EUR). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y los soles peruanos (PEN).

1,00 USD	=	0,867471 EUR
US Dollar	↔	Euro
1,00 PEN	=	0,262568 EUR
Peruvian Sol	↔	Euro

Fuente: XE Conversor

### 3.2 Evolución de los principales sectores económicos

El sector servicios tiene una elevada participación dentro de la economía portuguesa. En 2015, este sector representó 76% del PBI y empleó al 68% de la población activa. La agricultura, silvicultura y pesca representaron apenas un 2% del PBI, mientras que la industria, construcción y energía representaron un 22% del PBI.

Por otra parte, es importante destacar que en los últimos años, además de la diversificación de servicios en la economía, se ha producido un cambio significativo en la especialización de la industria transformadora y tecnológica. Entre estas destacan: la industria

automovilística y sus componentes, electrónica, energía, sector farmacéutico y las industrias relacionadas con nuevas tecnologías de información y comunicación.

### 3.3 Nivel de competitividad

Respecto al año anterior, Portugal mantiene la misma posición del ranking de facilidad de hacer negocios, entre 185 países, que elabora el Banco Mundial. A continuación, se hace un comparativo entre Portugal, Perú y otras economías similares.

**Cuadro N° 02: Ranking de facilidad para hacer Negocios 2016**

Criterios	Portugal	Perú	Francia	Italia	España
Facilidad de hacer negocios	23	50	27	45	33
Apertura de un negocio	13	97	32	50	82
Manejo permiso de construcción	36	48	40	86	101
Acceso a electricidad	25	64	20	59	74
Registro de propiedades	27	35	85	24	49
Obtención de crédito	97	15	79	97	59
Protección de los inversores	66	49	29	36	29
Pago de impuestos	65	50	87	137	60
Comercio transfronterizo	1	88	1	1	1
Cumplimiento de contratos	20	69	14	111	39

Fuente: Doing Business 2016

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

## 4. Comercio exterior de bienes y servicios

### 4.1 Intercambio comercial de bienes Portugal-mundo

Luego de una recuperación por dos años consecutivos, en 2015, el comercio entre Portugal y el mundo ha descendido. Sin embargo, de acuerdo a estimaciones de Euromonitor Internacional, se espera que para el presente año haya una mejora de 6,7%.

**Cuadro N° 3: Intercambio Comercial Portugal – Mundo**

Millones de US\$

Comercio Exterior	2011	2012	2013	2014	2015	Var % Prom.	Var% 15/14
Exportaciones	59,588	58,141	62,794	63,886	55,241	-1.9	-13.5
Importaciones	82,924	72,506	75,714	78,295	66,658	-5.3	-14.9
Balanza Comercial	-23,335	-14,366	-12,920	-14,409	-11,417	-16.4	-20.8
Intercambio Comercial	142,512	130,647	138,508	142,181	121,899	-3.8	-14.3

Fuente: TradeMap

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

### 4.2 Intercambio comercial Perú-Portugal

La balanza comercial de Perú con Portugal ha sido negativa en los últimos cuatro años. Aunque, en 2015, destacan los envíos nacionales hacia este mercado, esto gracias a los despachos del sector minero (zinc / +US\$ 5 millones).

**Cuadro N° 4: Intercambio Comercial Portugal – Perú**

Millones de US\$

Comercio Exterior	2011	2012	2013	2014	2015	Var % Prom.	Var% 15/14
Exportaciones	40	38	23	21	27	-9	26.9
Importaciones	27	42	42	46	48	15.9	4.2
Balanza Comercial	13	-4	-19	-25	-21	-	-15.7
Intercambio Comercial	66	80	65	68	75	3.2	11.4

Fuente: TradeMap

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

De otra lado, las exportaciones no tradicionales se incrementaron ligeramente, respecto a 2014. Y es que si bien el sector siderometalúrgico tuvo un repunte de 382%, este fue opacado por las caídas del sector pesquero (-33,7%) y químico (-29,3%).

**Cuadro N°5: Exportaciones por Sectores Económicos**

Millones de US\$

SECTOR	2014	2015	Var. % 15/14
<b>TRADICIONAL</b>	<b>0.2</b>	<b>5.9</b>	<b>2765.8</b>
MINERO	0.0	5.3	-
AGRÍCOLA	0.2	0.6	197.9
<b>NO TRADICIONAL</b>	<b>21.3</b>	<b>21.3</b>	<b>0.2</b>
SIDERO-METALÚRGICO	1.2	5.9	382.0
PESQUERO	7.9	5.2	-33.7
AGROPECUARIO	5.2	5.2	0.2
QUÍMICO	6.2	4.4	-29.3
PIELES Y CUEROS	0.3	0.2	-40.9
METAL-MECÁNICO	0.0	0.2	387.3
MADERAS Y PAPELES	0.0	0.1	13366.7
MINERÍA NO METÁLICA	0.2	0.1	-71.3
TEXTIL	0.2	0.1	-77.1
VARIOS (inc. joyería)	0.0	0.0	211.4
<b>Total general</b>	<b>21.5</b>	<b>27.3</b>	<b>26.9</b>

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

En la misma línea, dentro de los principales productos no tradicionales enviados hacia Portugal, destaca el dinamismo presentado por: cinc sin alear (+US\$ 5 millones), conservas de atún (+US\$ 234,3%), óxidos e hidróxidos de cobre (+153,8%) y demás pulpos congelados (+155,1%). De otra parte, se debe señalar que los 10 primeros productos exportados, representan en conjunto poco más del 80% del total no tradicional, lo que muestra la poca diversificación de la oferta exportable hacia este mercado.

**Cuadro N° 6: Principales productos no tradicionales**

Millones US\$

Partida	Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	Var% Prom.	Var% 15/14	% Part. 15
7901120000	Cinc sin alear, con un contenido inf. Al 99.9% en peso	7	5	1	0	5	-7.2	-	24
0806100000	Uvas frescas	2	1	3	3	3	4.3	-3.2	12
1604141000	Conserva de atunes enteros o en trozos	0	0	2	1	2	147.5	234.3	10
2827410000	Oxidloruro e hidroxidloruro de cobre	5	3	2	2	2	-20.3	-16.6	10
0307490000	demás jibias, calamares y pota congeladas	3	10	2	3	2	-8.7	-42.8	9
3808929100	Fungicidas a base de compuestos de cobre	2	1	1	2	1	-20.4	-49.3	4
2825500000	Óxidos e hidróxidos de cobre	0	0	0	0	1	43.8	153.8	3
0307590000	Demás pulpos congelados, secos, salados o en salmuera	0	0	1	0	1	24.1	155.1	2
2842909000	Demás sales de los ácidos o peroxácidos inorgánicos	2	2	1	1	0	-29.2	-58.5	2
1509100000	Aceite de oliva virgen	0	0	1	0	0	-	47.2	2
	Otros	12	11	8	9	5	-21.7	-47.0	22
	<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>-10.7</b>	<b>0.2</b>	<b>100</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPerú

## 5. Acceso al mercado

### 5.1 Medidas arancelarias y no arancelarias

#### Medidas arancelarias

Portugal, como miembro de la UE, aplica las mismas tasas de aranceles aduaneros sobre los productos importados. Para mayor información sobre aranceles de importación para productos específicos provenientes de Perú, se sugiere visitar el sitio web de EXPORT HELPDESK – Mi Exportación: [http://exporthelp.europa.eu/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/index_es.html)

De otra parte, cabe mencionar que existen contingentes arancelarios, que pueden ser de dos tipos. Los primeros son los contingentes arancelarios preferenciales, que se acuerdan a través de convenios comerciales y acuerdos preferenciales entre la UE y determinados países. Esto significa que un volumen predeterminado de mercancías procedentes de un país específico puede importarse en la UE con un arancel más favorable. En segundo lugar están los contingentes arancelarios autónomos, que pueden abrirse para algunos

sectores económicos con el fin de estimular la competencia dentro de la UE. Estos suelen concederse a materias primas, productos semielaborados o elementos cuya cantidad dentro de la UE es insuficiente.

**Cuadro N° 7: Preferencias arancelarias para los principales productos no tradicionales**

Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Participación Principales competidores	Arancel NMF	Preferencia Perú
790112	Cinc en bruto sin alear	1	España (1%)	2.5%	0%
080610	Uvas frescas	3	España (43%); Chile (25%); Italia (10%)	11.5%	0%
160414	Conserva de atunes enteros o en trozos	11	España (64%); Mauricio (8%); Papua Nueva Guinea (7%)	15%	0%
282741	Oxicloruro e hidroxocloruro de cobre	5	India (39%); España (1%)	3.2%	0%
030749	Jibias, calamares y pota congelada	8	España (42%); India (18%); China (11%)	20%	0%
380892	Insecticidas, raticidas y demás antirroedores, fungicidas, herbicidas e inhibidores de gérmenes	9	España (34%); Reino Unido (17%); Francia (16%)	6%	0%
282550	Óxido e hidróxido de cobre	2	EE.UU. (67%); Alemania (8%); Países Bajos (7%)	3.2%	0%
030759	Pulpos congelados, secos, salados o en salmuera	10	España (41%); Marruecos (34%); México (6%)	8%	0%
284290	Las demás sales de los ácidos o peroxácidos inorgánicos	-	Países Bajos (30%); España (25%); Reino Unido (12%)	5.5%	0%
150910	Aceite de oliva virgen	9	España (80%); Túnez (6%); Marruecos (2%)	US\$ 1 325.7 / Ton.	0%

Fuente: SUNAT / TRADEMAP / Market Access Map

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

### Medidas no arancelarias

Al igual que pasa con los aranceles, Italia aplica las normas comunitarias de la UE en su tratamiento comercial con terceros países. Todo producto debe cumplir con los requisitos de la UE que pueden clasificarse en:

- Requisitos sanitarios y fitosanitarios: la normativa en materia de seguridad alimentaria sirve para proteger la salud humana, animal, y el medio ambiente, así como los intereses de los consumidores. Para mayor información visite el siguiente link: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt\\_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=ES)
- Requisitos medioambientales: para proteger el medio ambiente, las mercancías importadas deben cumplir una serie de requisitos específicos como: productos químicos, sustancias que agotan la capa de ozono, gases fluorados de efecto invernadero, especies en peligro de extinción y residuos. Para mayor información sobre estas normas, puede revisar el siguiente link: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt\\_RequisitosMedioambientales.html&docType=main&languageId=ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt_RequisitosMedioambientales.html&docType=main&languageId=ES)
- Requisitos técnicos: estos buscan proteger los derechos de los consumidores, y es que las mercancías importadas en la UE deben cumplir con los requisitos específicos. Los principales requisitos se refieren a seguridad de los productos, normalización técnica, envasado y etiquetado. Para mayor información sobre estas normas, puede revisar el siguiente link: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt\\_RequisitosTecnicos.html&docType=main&languageId=ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt_RequisitosTecnicos.html&docType=main&languageId=ES)
- Normas de comercialización: los productos importados en la UE (principalmente los alimentos), deben cumplir algunos requisitos relativos a la calidad. Para mayor información, puede revisar el siguiente link: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt\\_NormasDeComercializacion.html&docType=main&languageId=ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt_NormasDeComercializacion.html&docType=main&languageId=ES)
- Restricciones a la importación: Estas se dan en función del país de origen y del tipo de producto (agrícola, textil y siderúrgico). Para conocer más sobre este tema puede visitar el siguiente link: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt\\_RestriccionesALaimportacion.html&docType=main&languageId=ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt_RestriccionesALaimportacion.html&docType=main&languageId=ES)

### 5.2 Otros impuestos Aplicados al Comercio

- Impuesto al Valor Agregado (IVA): las tasas aplicadas dependen de la tipología de los bienes:
  - Estándar (26%): se aplica a todos los bienes o servicios que no se beneficien de tasas reducidas siguientes.
  - Reducido (6% - 10%): para bienes que cubren necesidades básicas como comida, productos farmacéuticos, entre otros.

- Impuestos Especiales: se imponen sobre bienes de nocivos para la salud del consumidor o que contaminan el medio ambiente (alcohol, tabaco, hidrocarburos, etc.). Mayor información, ingrese a: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt\\_ImpuestosEspeciales.html&docType=main&languageId=ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_ImpuestosEspeciales.html&docType=main&languageId=ES)

## 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. Con este se obtuvo acceso preferencial a más del 99% de productos agrícolas y al 11% de productos industriales. Además, este acuerdo forma parte de una estrategia comercial 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.

### 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 mercado portugués. 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

**Cuadro N° 8: Potencial Exportador – Sector Agropecuario**

Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Portugal 2015	Arancel Perú	Competidores Arancel
080450	Guabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Estrella	43	0%	Brasil – 0%
					España – 0%
					Países Bajos – 0%
200490	Las demás legumbres u hortalizas y las mezclas de estas.	Estrella	27	0%	España - 0%
					Bélgica – 0%
					Alemania - 0%
070960	Pimientos del genero capsicum o del genero pimienta	Estrella	17	0%	España - 0%
					Alemania - 0%
					Países Bajos – 0%
080550	Limonos citrus, citrus limomun	Estrella	16	0%	España - 0%
					Brasil – 12.6%
					Sudáfrica – 9.4%
080520	Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos o secos.	Estrella	65	0%	España – 0%
					Sudáfrica – 0%
					Uruguay – 16%

Fuente: Trademap/ Market Acces Map / Taric.

Inteligencia de Mercados - PROMPERU

De acuerdo a un informe elaborado por la Comisión Europea, desde que inició la crisis en ese continente, se ha visto un cambio en los hábitos de alimentación de casi un cuarto de la población portuguesa: menor consumo de frutas y verduras contra mayor consumo de carne, pescado, huevos y grasas. En ese mismo sentido, de acuerdo a Kantar World Panel<sup>1</sup>, durante los dos primeros meses de 2016, se ha visto un modesto crecimiento de menos de 1% en la compra de alimentos, respecto al mismo periodo de 2015 (7% en el caso de frutas y verduras).

## Sector Pesquero

**Cuadro N° 9: Potencial Exportador – Sector pesquero**

Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Portugal 2015	Arancel Perú	Competidores Arancel
030284	Fresco o refrigerado, Bacalaos	Estrella	32	0%	España – 0%
					Grecia – 0%
					Turquía – 0%
030627		Prometedor	14	0%	España - 0%

<sup>1</sup> [www.kantarworldpanel.com/pt](http://www.kantarworldpanel.com/pt)

	Los demás camarones y langostinos, sin congelar				China – 20%
					Irlanda - 0%
030739	Filetes de pescado congelados	Prometedor	10	0%	España - 0%
					Nueva Zelanda – 12.7%
					Canadá – 12.7%

Fuente: TradeMap

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

En lo referente a los productos pesqueros, el consumo promedio per cápita de estos productos es de 57 kg (aprox.). Esta es una clara característica de la dieta mediterránea de los países europeos del sur. En la misma línea, se debe indicar que el Bacalao es el pescado más consumido, teniendo que importar este producto para poder satisfacer la demanda interna.

### Sector Confecciones

**Cuadro N° 10: Potencial Exportador – Confecciones**  
Millones de US\$

Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones Portugal 2015	Arancel Perú	Competidores Arancel
620342	Pantalones, pantalones con peto, pantalones cortos, de algodón, para hombres o niños	Estrella	155	0%	España – 0%
					Bangladesh – 0%
					Pakistán – 0%
620462	Pantalones, pantalones con peto, pantalones cortos, de algodón, para mujeres o niñas	Estrella	158	0%	Bangladesh - 0%
					España – 0%
					China - 12%
611030	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y similares, de fibras artificiales	Estrella	117	0%	China - 12%
					España - 0%
					Bangladesh – 0%
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	Estrella	75	0%	España - 0%
					China - 12%
					Turquía – 0%
620520	Camisetas de algodón, para hombres o niños	Estrella	74	0%	España – 0%
					China - 12%
					India – 9.6%

Fuente: TradeMap

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

De acuerdo a la Asociación Textil y de la Vestimenta de Portugal (ATP<sup>2</sup>, por sus siglas en portugués), esta industria es una de las más importantes del país, pues representa 10% del total de exportaciones, 19% del empleo dentro de las industrias transformadoras, y 8% del volumen de negocios de esta misma.

### 7. Tendencias del consumidor

Gran parte de la población son fieles a una marca, sobre todo en lo referente a ropa y alimentos. Sin embargo, son consumidores impulsivos, aunque el gasto de consumo ha disminuido en los últimos años, debido a la crisis y al incremento del IVA.

De otra parte, a excepción de los vinos y los quesos hechos en el país luso, la población tiene preferencia por productos extranjeros. Aunque, el gobierno busca cambiar esto, mediante una campaña de concientización y confianza en los productos nacionales.

De otra parte, se importante señalar que el comportamiento de consumo de los portugueses se ve influenciado en mayor medida por: la publicidad, la relación calidad-precio y servicio post-venta, el precio (sobre todo para la comida), y los signos de estatus social (como la marca). Aunque aún no es muy importante, el aspecto medioambiental se está haciendo cada vez más importante entre los jóvenes, que son los más receptivos a las campañas de este tipo.

### 8. Cultura de negocios

La primera reunión es en tono muy formal. Por lo que la cita debe de hacerse con un mes de anticipación como mínimo. Se recomienda no realizar visitas durante el desarrollo de algún evento comercial (ferias), pues no habrá tiempo suficiente para poder conversar.

Las personas no son siempre puntuales. No debe de tutearse, si es que no se indica lo contrario. Además, es muy usual que las negociaciones se cierren durante una comida, en especial los almuerzos.

En general, los principios más apreciados en los negocios son la cortesía, las relaciones formales, la confianza mutua y el respeto.

### 9. Links de interés

Entidad	Enlace
---------	--------

<sup>2</sup> <http://www.atp.pt/>



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

Nombre del Evento	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
TEKTONIKA	Materiales para la construcción	Lisboa	Mayo 2016	<a href="http://www.tektonica.fil.pt/">http://www.tektonica.fil.pt/</a>
Intergal	Alimentación	Batalha	Octubre 2016	<a href="http://www.exposalao.pt/index.php?page=int&amp;pageid=2&amp;subpage=0&amp;tf=1&amp;fid=30">http://www.exposalao.pt/index.php?page=int&amp;pageid=2&amp;subpage=0&amp;tf=1&amp;fid=30</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)