

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2015

Guía de Mercado

De servicios en  
Portugal



*prom*  
perú

**CONTENIDO**

1. Resumen ejecutivo .....	2
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 y servicios .....	6
4.1 Intercambio comercial de bienes Portugal-mundo .....	6
4.2 Comercio Exterior de Servicios .....	6
4.3 Intercambio comercial Perú-Portugal .....	7
5. Acceso al mercado .....	8
5.1 Medidas arancelarias y no arancelarias .....	8
6. Oportunidades comerciales .....	11
7. Tendencias del consumidor .....	16
8. Cultura de negocios .....	17
9. Links de interés .....	18
11. Bibliografía .....	19

**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).

Las importaciones de servicios de Portugal aumentaron 0,6% en promedio anual en los últimos cinco años. Estas compras totalizaron US\$ 7 mil millones en 2014, lo que representó un aumento del 7,7% con respecto al año anterior.

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% el 2014, con respecto al 2013, debido a los menores envíos de productos agropecuario, maderas y papeles, metal mecánico, sidero metalúrgico, pieles y cueros y textiles.



## 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 del 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.

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



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 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

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



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 Nº 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 al 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 Nº 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 al 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-metalurgico (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
Piel	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%), Oxidocloruro e hidroxidocloruro 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	oxidocloruro e hidroxidocloruro 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 TARIC3 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%

<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



3	0806100000	uvas frescas	3	España (54%) Chile (21%) Sudáfrica (6%)	12%	0%
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 Unidos (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.

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



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 Unión 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:P DF>.

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. Oportunidades en el sector software

---

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



Según OberCom, el número de hogares con accesos a Internet en Portugal ha aumentado constantemente en los últimos años incrementándose 0.2 puntos porcentuales entre el 2012 y 2013, de 57,0% a 57,2%. En cuanto a los tipos de conexión, los hogares portugueses están conectados en su mayoría por cable (28,5%), ADSL de banda ancha (11,1%) y las fibras ópticas (9,9%).

La mayoría de los usuarios de Internet portugueses utilizan Internet diariamente (72,9%), pero sólo el 38,5% el acceso a través de dispositivos móviles (teléfono móvil, smartphone o tablet). El uso de Internet se realiza de forma equilibrada por sexos (51,0% de los varones y el 49,0% de los usuarios femenino), pero no en términos de edad (la tasa de uso disminuye considerablemente al aumentar la edad) y la educación (la tasa de utilización sube dramáticamente con nivel de educación superior).

El nivel de producción de tecnologías de información en Portugal representa cerca del 3% del PBI portugués, por otro lado el nivel de producción de la industria del software representa menos al 0.1% del PBI portugués.

## 6.2. Oportunidades en el sector editorial

En Portugal, la industria de la información y la comunicación que engloba las actividades de edición, cinematográficas, de grabación, de sonido y edición de música, de radio y televisión, de telecomunicaciones, de consultoría y programación informática representan el 6% en la producción nacional. Por su parte, el segmento de la “edición de libros, periódicos y otras publicaciones periódicas”, el 7% de la producción de la industria, y el 0,41 % de la producción total.

Según la embajada económica y comercial de la embajada de España en Lisboa, se constata la tendencia decreciente del consumo aparente de los productos editoriales debido al progresivo descenso de la producción doméstica en los últimos años.

El sector editorial portugués está formado por 1.301 empresas, de las cuales la mayoría pertenecen al subsector de la edición de revistas y otras publicaciones periódicas. El segmento del libro cuenta con 420 empresas, mientras que 346 se dedican principalmente a la edición de periódicos y 535 a la edición de revistas y otras publicaciones periódicas.<sup>7</sup>

El Depósito Legal es la obligación que tiene el editor o productor, de registrar y depositar la obra literaria producida en Portugal (o en el extranjero, en caso de que el editor tenga su domicilio en Portugal) en la Biblioteca Nacional. Para el sector editorial portugués, el depósito legal constituye una de las fuentes fundamentales de información cuantitativa sobre la producción de libros. De acuerdo con los datos proporcionado por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC), el número de títulos publicados a cierre del 2013 fueron 19 060, 11,3% más que el 2012. Cifra que confirma que los registros anuales en el depósito legal portugués ha seguido una evolución creciente desde el 2008 en el cual el número de títulos publicados fue de 18.000.

El sector editorial portugués se caracteriza por tener un alto grado de concentración, que se traduce en la presencia de un reducido número de empresas de gran tamaño y un elevado grupo de operadores con una producción reducida. Este proceso de concentración de la oferta se ha intensificado en los últimos años, en los que se han producido varias operaciones corporativas de relevancia. La amenaza de nuevos entrantes es una fuerza competitiva directamente relacionada con las barreras de entrada al sector. Aunque en un primer momento, se podría pensar que las barreras de entrada del sector editorial son bajas, el

<sup>7</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Portugal



fenómeno de concentración dificulta, en gran medida, la aparición de nuevos competidores con un tamaño suficiente para condicionar la intensidad competitiva en el mercado.

El precio de los libros en Portugal varía según tema de estudio y autor. En Portugal se encuentran alrededor de 596 librerías de las cuales entre las más principales se tienen a: Ler Devagar, Bertrand, Fabula Urbis, Livraria berMundo do livro, etc. Ubicados en Lisboa y en la mayoría de regiones al interior del país.

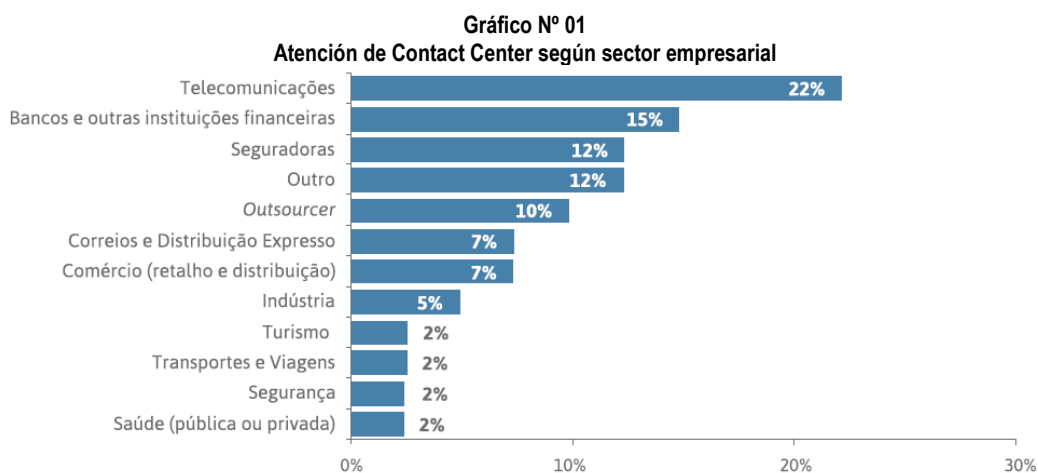
### 6.3. Oportunidades en el sector centros de contacto

La Asociación Portuguesa de Contact Center es una asociación comercial compuesta por 48 empresas, que representan 12 sectores de la economía, con la misión de desarrollar de manera sostenible el mercado "call y contact centers" en Portugal.

Las 49 empresas miembros son: 3C - Centro de Contacto, cerebro activo, AdvanceCare, Altitude Software, Avaya, Banco BIC, BANIF, Bosch Communication Center, CGD, collab, CONTACT, Crédito Agrícola, CTT - Correios de Portugal, DHL Express, Dimension Data, EDP Soluciones Comerciales, Egor, Europ Assistance, Genesys, GMtel, GO Telecom, G9 Telecom, Asistencia Interpartner, Jerónimo Martins, Kelly Services, Konecta Portugal, LeasePlan, Manpower, Mcall, Medicare, Metlife, Millennium bcp, Montepío Geral, EN, Banco Nuevo, Prosegur, Plantronics, PT Contacto, Randstad, RHmais, Santa Casa de la Misericórdia Lisboa, SantanderTotta, LOGO Seguros, SITEL Portugal, Teleperformance Portugal, Tranquilidad, Transcom, Vodafone y Zurich - Asistencia Aide.

Más del 50% de las empresas operadoras del servicio operan en telecomunicaciones, instituciones financieras y aseguradoras. Por otro lado, según estadísticas de APCC el 54% de entidades que brindan este servicio se ubican en Lisboa, seguido de Porto (15%) y Setubal (12%).

Un estudio realizado por la Asociación portuguesa de contact center caracterizando el benchmarking del sector el 2014 demuestra que mantiene una mejora continua en los últimos años brindando servicios de calidad, una mayor satisfacción al cliente. Sin embargo, los principales desafíos se encuentran en la búsqueda de un equilibrio entre rapidez y resolución, cantidad y calidad. En este sentido también se anticipa las preferencias y necesidades de las nuevas generaciones por la cual es menester apoyarse en canales interactivos de self care (Sitios web, visual VRP, APPs, etc).

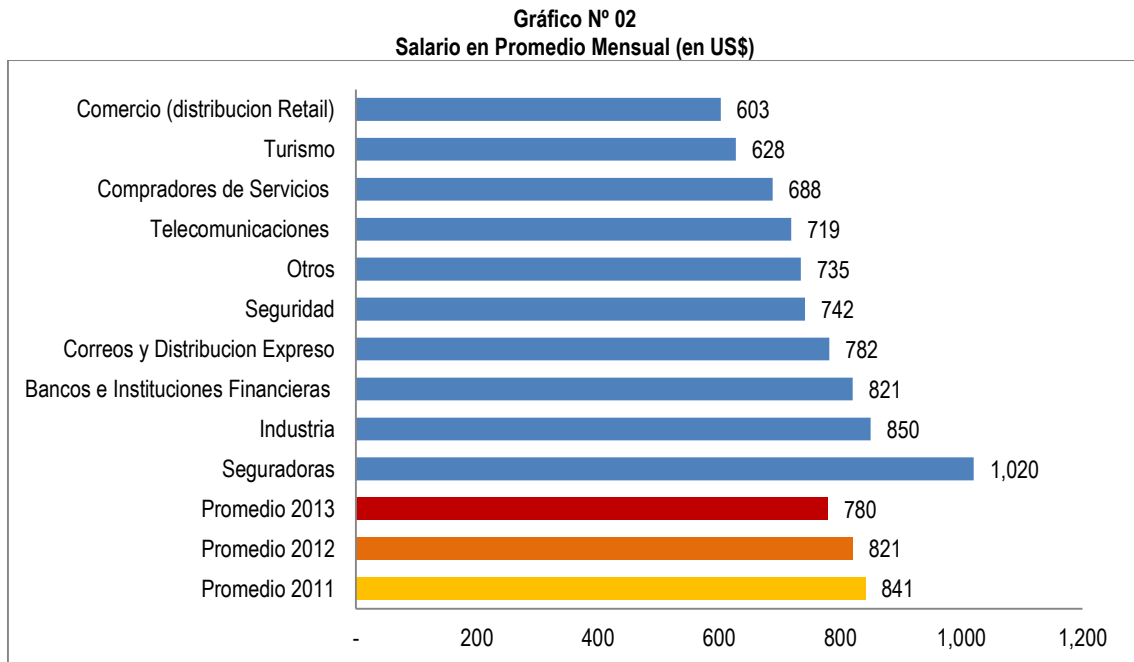


Fuente: Asociación portuguesa de contact center.



En cuanto a los canales disponibles de atención en contact center tenemos que el 100% de ellos se encuentran disponibles en línea telefónica, el 80% en e-mail, 49% en telefonía móvil y el 49% en IVR self-service. A su vez el número de operadores ascendió de 8 553 el 2012 a 13 557 el 2013.

El salario medio mensual de los operadores por sector de actividad de puede presenciar en el siguiente gráfico:



Fuente: Asociación portuguesa de contact center.

#### 6.4. Oportunidades en el sector logística

Los usuarios de servicios logísticos corresponden a las empresas portuguesas exportadoras e importadoras y los montos facturados por el uso de estos servicios están relacionados directamente con el comportamiento de las exportaciones e importaciones del país. Como se mencionó anteriormente, el intercambio comercial de servicios de Portugal ha registrado un crecimiento promedio de 4,1% en los últimos cinco años, dando lugar a una mayor demanda de los servicios logísticos.

Por otro lado el gobierno portugués continua trabajando con el plan de inversión de 50 000 millones de euros en infraestructuras hasta 2018. Dicho plan tiene como objetivo el acceso a nuevas oportunidades de negocio abiertas en Portugal con la construcción plataformas logísticas y de la línea de tren de alta velocidad que unirá Lisboa con Madrid y con Vigo.

En Portugal se ha venido trabajando por mejorar los indicadores globales de competitividad; según el Banco Mundial, en 2014 el puntaje que el país obtuvo en el índice de desempeño logístico (LPI) de 3.56 puntos sobre 5, mejorando en 0.06 puntos desde el último estudio realizado en 2012 y ubicándose en el puesto número 31 entre 160 países participantes en el estudio. Esto se traduce en que, si bien se ha mejorado diversos aspectos de la cadena logística portuguesa que afectan la competitividad del país, los esfuerzos no han sido suficientes y es necesario seguir trabajando en la gestión de la logística, en la mejora de un perfil logístico que permita avanzar de una manera efectiva en la conexión con los mercados internacionales



y de esta manera situarse al nivel competitivo de sus principales socios comerciales al interior y al exterior de la Unión Europea.

Es importante resaltar la existencia de puntos de concentración de cargas importantes en Portugal, que normalmente coinciden con los puntos de origen de redes de transporte (aeropuertos, puertos marítimos y estaciones férreas), los cuales presentan dificultades en el tratamiento de mercancías por no contar con instalaciones donde puedan desarrollar funciones complementarias ya que su localización está en función del bajo valor del suelo lo que trae como consecuencia instalaciones desordenadas, con malas condiciones de acceso y de comunicación.

La dispersión territorial anteriormente mencionada produce otra desventaja que imposibilita la reducción de costos de operación de las empresas obtenida al compartir servicios comunes entre varias empresas vecinas, en otras palabras la imposibilidad de la creación de clusters.

Adicionalmente, resaltando los avances en cuanto al sistema logístico portugués durante los últimos años que contribuyeron a posicionarse como un socio competitivo al interior de la Unión Europea y a nivel global posicionándose como número 31 a nivel mundial en cuanto al desempeño logístico, según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2014, el gran desarrollo de la infraestructura ha sido uno de los factores más importante para su evolución, la utilización de vías férreas ha marcado la diferencia en los costos de transporte de mercancía por lo que es interesante entrar a analizar los sistemas y modelos de transporte portugueses susceptibles de ser adaptados en el sistema de distribución colombiano para obtener una ventaja frente a este nuevo socio comercial.

## 6.5. Oportunidades en el sector franquicias

En 2013 había 500 marcas que operan en franquicia en el mercado nacional, habiendo marcado la tendencia creciente de los conceptos en el sector servicios, así como las actividades que implican una inversión de menos de US\$ 55 704, según el 19º Censo de " La franquicia en Portugal ", organizado por la Oficina de Información de Franquicias.

Del total de 500 marcas, el 69% son conceptos nacionales, frente al 62% en 2012. En cuanto a las nuevas marcas que entraron a dicho mercado, el 64% son portuguesas. Los conceptos de España vienen en segundo lugar, representando el 12% de ellos.

Estas cifras vienen a demostrar una vez más la dinámica de la capacidad empresarial nacional, la principal palanca para el desarrollo de la franquicia en este país. Por otro lado, está claro que Portugal sigue siendo uno de los mercados prioritarios para la expansión de muchas marcas originarias de España.

En cuanto a las marcas originarias de fuera de Europa, los conceptos de los estadounidenses siguen liderando, con un 5% del total de marcas.

Con respecto a la inversión inicial, hay un crecimiento constante: las marcas de activos, 46,5% requieren una inversión a US\$ 27 852 y el 28,1% una inversión de entre US\$ 28 518 y US\$ 57 037 Mediante el análisis de toda la gama de los niveles de inversión, parece que el 74,7% de las empresas de franquicias están incluidos en estos 2 grupos. Por lo tanto, los tres niveles restantes situados por encima de US\$ 57 037 disminuido en comparación con 2013.



Los tipos de franquicia más posicionados en el mercado portugués son las de servicios (56,0% de participación), los cuales ganan terreno a las franquicias de comercio, para productos de moda y productos para el hogar, (33,9%) y restaurante y hotelería (10,1%).

Por otro lado, según el último informe del portafolio de franquicias en el módulo del SIICEX (2011) hasta la fecha no se encuentran empresas peruanas con franquicias en el mercado de Portugal.

## 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.
- ✓ Según Doing Business 2011 Portugal es el 31 país del mundo mejor para hacer negocios, con una renta per cápita de casi 21.000 euros. se debe tener en cuenta que son números parecidos a España, sin embargo, el tamaño del mercado es menor, US\$ 11 millones vs 45 millones de España.
- ✓ 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>
Federación de franquicias en Europa	<a href="http://www.eff-franchise.com/">http://www.eff-franchise.com/</a>
Asociación Portuguesa de Franquicias	<a href="http://www.apf.org.pt/">http://www.apf.org.pt/</a>
Asociación Portuguesa de Contact Center	<a href="http://www.apcontactcenters.org/">http://www.apcontactcenters.org/</a>
Asociación Portuguesa de Operadores Logísticos	<a href="http://www.apol.pt/">http://www.apol.pt/</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
Tektonica 2015	Construcción	Lisboa	Del 6 al 9 de mayo del 2015	<a href="http://www.tektonica.fil.pt/">http://www.tektonica.fil.pt/</a>
Feira do Livro de Braga 2015	Editorial	Braga	Del 28 de junio al 13 de julio del 2015	<a href="http://www.peb.pt/evento.php?id=183">http://www.peb.pt/evento.php?id=183</a>
FIPAZ- Feria Internacional de La Paz 2015	Feria Industrial	La Paz	Del 28 de octubre al 8 noviembre del 2015	<a href="http://www.fipaz.com.bo/">http://www.fipaz.com.bo/</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>Projecto Casa 2015</b>	Arquitectura	Oporto	Del 19 al 22 de noviembre del 2015	<a href="http://www.exponor.pt/">http://www.exponor.pt/</a>
<b>Alimentaria Horexpo Lisboa 2015</b>	Gastronomía	Lisboa	Del 22 al 24 de noviembre del 2015	<a href="http://www.alimentariahorexpo-lisboa.com/">http://www.alimentariahorexpo-lisboa.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 14.05.2015

