



# OVERSEAS HOLISTIC PARTNERS

“Conectando Continentes”

**España - Portugal**

Barcelona 2014

OHP, como consultora en comercio exterior para mercados internacionales, está especializada en las actividades a desarrollar en la exportación de productos, servicios y tecnologías. Acompaña a las empresas en los momentos difíciles.

Aprovechamos nuestra experiencia en **mercados internacionales** para facilitar a nuestras clientes/partners los servicios de consultoría de Marketing, asesoramiento legal y operativo internacional, comercialización de productos y servicios bien como de productos de nuestras propias marcas, y gestión de contenidos digitales.

Nuestro equipo de trabajo es:

- Experto en técnicas de marketing y Ventas .
- Experto en comunicación, conocimiento del idioma y cultura portuguesa.
- Conocedor de los procesos de exportación locales.
  
- Experto en la identificación de Distribuidores en Portugal.



OVERSEAS HOLISTIC PARTNERS

Con nuestro lema:

- Fiabilidad
- Responsabilidad
- Resultados**

Con un **equipo con talento multidisciplinar** y una dilatada **experiencia** es el **'partner' estratégico** ideal para:



**Conectar  
mercados**

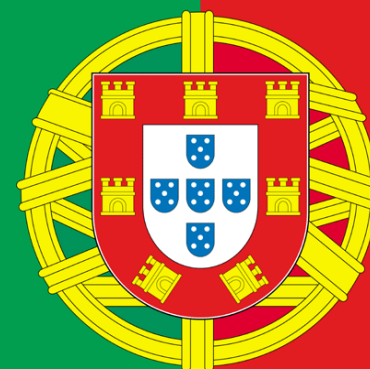


# Portugal

## Ficha Pais

### DATOS BÁSICOS

Superficie	92.082 km2
Capital	Lisboa
Población total	10.636.979
Moneda y tipo de cambio	Euro
Jefe de Estado	Anibal Cavaco
Primer Ministro	Pedro Passos Coelho



DATOS ECONÓMICOS	2010	2011	2012
Evolución del P.I.B. (%)	1,4	-1,6	-3,8
P.I.B. por habitante (€)	16.236	16.062	15.658
P.I.B. absoluto (M€corrientes)	172.571	171.016	165.387
Desempleo (%)	11,1	12,7	15,7
Exportaciones (M€)	36.769	42.870	45.347
Exportaciones a U.E. (M€)	27.562	31.910	32.218
Importaciones (M€)	56.783	59.243	56.015
Importaciones de U.E. (M€)	42.934	43.624	40.182
IED recibida (M€)	1.097	8.020	6.938
IED emitida (M€)	6.500	10.722	1.419
Saldo presupuestario (% PIB)	-9,8	-4,2	-6,4
Deuda externa (M€)	393.893	371.510	385.246

La introducción de mercancías originarias de los países miembros de la UE o procedentes de países terceros que se encuentren en libre práctica en dichos Estados no está sujeta a restricciones cuantitativas ni a licencias. Tampoco lo está la expedición de mercancías portuguesas a los Estados miembros de la UE. La introducción de mercancías originarias de otros países comunitarios y los que están en el espacio libre europeo, está exenta del pago de aranceles. Las mercancías procedentes de terceros países quedan sujetas a los derechos del Arancel Comunitario.

La importación de productos agrarios procedentes de países terceros se realiza en régimen de libertad comercial, sin restricciones nacionales ni comunitarias al respecto. Sólo se exige la presentación de un certificado de importación para despachar a libre práctica determinados productos, conforme a la normativa comunitaria del sector agrario correspondiente. Como excepción a la norma general se mantiene la autorización administrativa para la importación de marfil y de determinados tabacos.

La importación de productos industriales de países terceros se efectúa en régimen de libertad comercial con algunas excepciones: la importación de ciertas mercancías (textiles y confección, calzado, objetos de porcelana y cerámica y ciertos productos siderúrgicos) de determinados países se encuentra sometida a restricciones cuantitativas o a medidas de vigilancia; y la de otras mercancías específicas (drogas, explosivos, armas de fuego y municiones) está sujeta a licencias especiales.

El sistema de distribución portugués ha venido registrando un proceso de transformación intenso en los últimos 20 años, más visible en el comercio minorista que en el mayorista. Los cambios ocurridos han tenido un fuerte impacto en las relaciones entre pequeñas y grandes empresas y entre comerciantes independientes y cadenas, motivando el nacimiento a finales de los años 80 de una nueva legislación en materia de licencias comerciales y, más tarde nuevas reglas sobre los horarios comerciales.

La estructura del comercio minorista se caracteriza todavía por un elevado número de pequeñas empresas de carácter familiar que en vista de la proliferación de las grandes cadenas se están viendo obligadas a la especialización y modernización, con vistas a su adaptación a los cambios del mercado. No obstante este proceso ha ido ocurriendo de forma desigual en los diferentes sectores del comercio minorista.

La composición del comercio mayorista es bastante diversificada. Sin embargo dos de sus subsectores, bienes alimenticios y otros bienes de consumo representan el 50% de su volumen de ventas y otro tanto en términos de empleo total. En lo que se refiere al peso en el número total de empresas, éste no es tan significativo ya que buena parte de ellas están dominadas por los agentes comerciales, subsector de reducida dimensión empresarial y con frecuencia constituido por empresas en nombre individual.

Las nuevas formas de distribución han ido rompiendo con los patrones tradicionales de localización y organización espacial del comercio. Los principios de la centralidad y proximidad que durante años han organizado espacialmente la actividad comercial, han dado lugar a la accesibilidad y facilidad de circular, con lo cual la periferia de los grandes centros urbanos es claramente el emplazamiento más favorable a la localización de las grandes superficies.

El surgimiento de las grandes superficies en Portugal, tanto en el formato "hipermercado" como en el de "centro comercial" tiene sus primeros reflejos en el marco legislativo en 1989 con la publicación del Decreto Ley nº 190/89 en el que se establecían reglas específicas de licenciamiento de las denominadas "grandes superficies comerciales". Posteriormente éste se ha visto sustituido por el Decreto Ley Nº: 218/97, vigente en la actualidad, que sustituye la denominación "gran superficie" por la de "unidad comercial de dimensión relevante", en la que el concepto de dimensión no se basa solamente en el área de venta considerada aisladamente sino que abarca el área de venta acumulada del conjunto de establecimientos pertenecientes a un mismo grupo o empresa.

También en Portugal se ha asistido a un crecimiento de las tiendas de "discount". Portugal es de los países de la UE el que ha registrado un mayor crecimiento de este tipo de tiendas en los últimos años ya que la cuota de mercado en el año 1995 representaba el 6,1% y a finales del 2000 alcanzaba ya el 9,5%.

A pesar de las similitudes entre España y Portugal no debe llegarse a la conclusión de que se trata de un mismo mercado. Existen diferencias culturales, comerciales y de gustos notables.

Las marcas y los nombres de sus empresas y productos deben estar debidamente registrados.

En Portugal no existe un colegio oficial de representantes. La búsqueda de agentes debe realizarse por medios paralelos como son la asistencia a ferias, etc.

Medios de pagos: Portugal es el país con mayor endeudamiento por persona de la UE. Se aconseja asegurar el cobro. El medio de pago habitual es el cheque que está regulado de forma diferente a como está en España. Sin embargo, no ofrece garantías suficientes.

El portugués es un buen comprador y un gran negociador. Conoce la oferta española a la perfección.

La estrategia de penetración en este mercado es habitualmente la de precios.

Las empresas extranjeras ( entre ellas las españolas) tienen una fuerte implantación en el mercado portugués. Se trata, por lo tanto, de un mercado cada vez más competitivo.

Se tiene que extremar el tratamiento en las relaciones personales. En Portugal no es normal el tuteo. Resulta aconsejable que el interlocutor español tenga la misma condición académica y edad que el portugués.

# Balanza Comercial España a Portugal (miles Euros)

	Expor 13	Impor 13	Saldo 13	Cober 13 %	Expor 12	Impor 12	Saldo 12	Cober 12 %
enero	1.298.913	704.902	594.011	184,27	1.241.779	717.022	524.757	173,19
febrero	1.138.902	753.044	385.857	151,24	1.382.219	795.124	587.095	173,84
marzo	1.199.549	753.359	446.189	159,23	1.481.568	773.149	708.419	191,63
abril	1.266.187	821.938	444.249	154,05	1.229.085	686.324	542.761	179,08
mayo	1.596.868	848.914	747.954	188,11	1.349.123	826.416	522.707	163,25
junio	1.504.919	862.540	642.379	174,48	1.268.059	824.549	443.510	153,79
julio	1.433.612	785.902	647.710	182,42	1.346.520	739.229	607.291	182,15
agosto	1.312.055	809.260	502.795	162,13	1.161.529	620.107	541.422	187,31
septiembre	1.724.960	933.348	791.612	184,81	1.314.421	735.936	578.485	178,61
octubre	1.585.231	926.008	659.222	171,19	1.533.076	808.830	724.246	189,54
noviembre	1.818.891	846.038	972.852	214,99	1.327.096	737.084	590.012	180,05
diciembre	1.605.520	769.005	836.515	208,78	1.192.423	688.601	503.822	173,17
<b>Total</b>	<b>17.485.605</b>	<b>9.814.257</b>	<b>7.671.348</b>	<b>178,17</b>	<b>15.826.898</b>	<b>8.952.371</b>	<b>6.874.527</b>	<b>176,79</b>





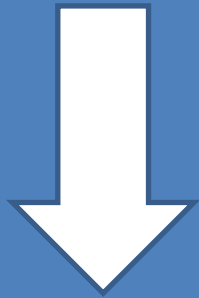
# Ranking de los principales sectores exportados de España a Portugal en 2013 (miles Euros)

Orden	Sector	Importe	Orden	Sector	Importe
1	TECNOLOGÍA INDUSTRIAL	3.270.009	12	PESCADOS Y MARISCO	526.754
2	INDUSTRIA QUÍMICA (PRODUCTOS QUÍMICOS)	2.001.772	13	OCIO	469.520
3	MODA	1.914.549	14	GRASAS Y ACEITES	406.993
4	INDUSTRIA AUXILIAR MECÁNICA Y DE LA CONSTRUCCIÓN	1.587.572	15	LÁCTEOS	240.445
5	MATERIAS PRIMAS, SEMIMANUFACTURAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	1.457.856	16	ANIMALES VIVOS Y SUS PRODUCTOS	239.489
6	MEDIO AMBIENTE Y PRODUCCIÓN ENERGÉTICA	1.119.707	17	BEBIDAS SIN ALCOHOL	133.598
7	HÁBITAT	1.055.160	18	INDUSTRIAS CULTURALES	114.548
8	PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS	762.235	19	VINOS	85.733
9	PANADERÍA Y OTROS	742.343	20	OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	72.770
10	PRODUCTOS CÁRNICOS	675.583	21	TABACO	37.751
11	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	556.699	22	PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE FLORICULTURA	14.517

Ambos países tienen mucho camino por recorrer y compartir.

Y, desde luego, Portugal es hoy por hoy un sitio donde las empresas españolas deben estar.

Aquí y ahora es muy importante estar en Portugal, solo posible e con resultados con el partner ideal



**OVERSEAS HOLISTIC PARTNERS**





Muchas gracias por vuestra atención

OVERSEAS HOLISTIC PARTNERS