

2024



Informe e-País: El comercio electrónico en Portugal

julio 2024

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lisboa

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



31 de julio de 2024
Lisboa

Este estudio ha sido realizado por
Azti Corres Alaminos y Gonzalo Núñez Testor

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lisboa

<http://portugal.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240302

En el presente informe se analiza el panorama digital en Portugal, haciendo hincapié en el comercio electrónico y su evolución en los últimos años. El análisis comienza con una breve descripción de las principales variables sociodemográficas y económicas del país para, una vez identificados los habitantes digitales, definir la oferta y la demanda digital. Se detallará la operativa que hay que seguir para exportar vía *online*, así como las principales barreras de entrada que una empresa española puede encontrarse. También se dedicará un capítulo a las relaciones entre España y Portugal, nombrando algunas de las *E-commerce* españolas que son un referente en el país. Finalmente, el informe concluye con las perspectivas y oportunidades del canal *online*.

- Datos generales

En Portugal, aunque la población aumentó un 2.96% desde 2018 hasta alcanzar 10,6 millones en 2023, se espera que caiga a 8,1 millones en 2070. El 86,4% de la población usa internet, con una media de edad de 46 años, y alta penetración de redes sociales y dispositivos móviles. La fibra óptica domina el acceso a banda ancha, y en 2023 el índice de penetración de banda ancha fija fue de 94 por cada 100 hogares. La digitalización avanza con programas para modernizar empresas y servicios públicos, apoyados financieramente por el PRR.

- La oferta digital

El informe sobre [Economía y Sociedad Digital en Portugal 2023](#) revela que el 70% de las empresas portuguesas tienen presencia en internet. El 100% de las grandes empresas están *online*, mientras que las medianas y pequeñas empresas muestran tasas del 95% y 87% respectivamente.

La moda es el sector líder en ventas B2C, seguido de la electrónica y productos de belleza. Las webs de *retailers* con mayor tráfico incluyen a Aliexpress, OLX, y Amazon. En B2B, las plataformas más utilizadas son Alibaba y Amazon Business.

El comercio electrónico C2C también ha crecido, con plataformas como OLX y Facebook Marketplace liderando el mercado. En cuanto al *E-commerce* transfronterizo, se prevé que el 62% de los portugueses harán compras *online* en 2024, con una tendencia creciente hasta alcanzar el 71% en 2027. España y Francia son los principales destinos para las ventas internacionales de las empresas portuguesas.

En resumen, el *E-commerce* en Portugal está en expansión, con un crecimiento sostenido en todos los sectores. Las grandes y medianas empresas superan la media europea en cuanto al porcentaje de empresas que venden electrónicamente respecto del total, mientras que este valor se encuentra por detrás de la media europea para las pequeñas empresas. El mercado digital portugués es dinámico y se espera que continúe su evolución positiva en los próximos años.

- Operativa

Para exportar *online* desde Portugal, es esencial registrar la marca a través del [Instituto Nacional da Propriedade Industrial \(INPI\)](#), cumpliendo con la legislación nacional e internacional. El registro puede hacerse en línea, por correo o de forma presencial y requiere una representación clara de la

marca, identificación de productos o servicios y documentación adicional. Además, es crucial seguir la normativa fiscal y aduanera, cumplir con las directrices de etiquetado europeas y portuguesas, y adaptarse al crecimiento del comercio electrónico, mejorando la infraestructura logística para optimizar el envío y la protección del consumidor.

- Barreras de entrada

En el comercio electrónico entre España y Portugal, no hay barreras arancelarias ni legislación específica que impida el acceso al mercado portugués, ya que ambos países son miembros de la UE y comparten directrices comunitarias. La proximidad geográfica y las similitudes culturales facilitan las relaciones comerciales y la logística. Aunque el idioma no suele ser un problema debido al dominio del inglés y el entendimiento del castellano en Portugal, se recomienda adaptar los contenidos a portugués para una mejor personalización del servicio. Las principales dificultades para las empresas portuguesas en la venta *online* incluyen altos costes de entrega y devolución, así como complicaciones con el sistema del IVA en la UE, según datos de [ANACOM](#).

- Análisis de la demanda

En Portugal, las mujeres compran *online* más que los hombres, siendo el grupo de edad comprendido entre los 25 y los 34 años el más asiduo a esta modalidad de compra. La población estudiantil es el grupo que crece en mayor medida, y Lisboa lidera en proporción de compradores *online*. La pandemia impulsó en gran medida el crecimiento del comercio electrónico, y los portugueses prefieren comprar en sitios nacionales usando principalmente *smartphones* y ordenadores portátiles.

- Presencia española *online*

España ocupa el duodécimo lugar global en valor de marca, con Santander y Zara a la cabeza. Santander se mantiene como la marca más valiosa de España por decimotercer año consecutivo, con un valor de 17.600 M€, un 8% más que el año anterior, gracias a su crecimiento en beneficio neto y sólida reputación. Zara le sigue con un notable incremento del 43% en su valor, alcanzando 15.200 M€, impulsado por los récords financieros de Inditex. Mercadona también figura entre las principales marcas, mientras que Cupra, BME y Cabify destacan por su rápido crecimiento. En términos de fortaleza de marca, BBVA lidera el ranking, seguido por Mahou y Barceló. En liderazgo empresarial, José Manuel Entrecanales de Acciona es el CEO mejor valorado en España.

- Perspectivas y oportunidades del canal *online*

Entre 2017 y 2023, el comercio electrónico en Portugal mostró una tendencia creciente, con una ligera caída en 2023. Se prevé que la facturación del *E-commerce* en el país supere los 6 mil M€ para 2027, un aumento de aproximadamente 4 mil M€ desde 2017. El crecimiento más notable ocurrió entre 2019 y 2020, con un aumento del 28,52%, y se espera que los incrementos anuales sean más significativos a partir de 2024, especialmente entre 2024 y 2025, con una subida proyectada del 14,98%.



A pesar de mantenerse por debajo de la media de la UE, el porcentaje de compradores *online* lusos cada vez se acerca más a dicho valor. En 2021 más de la mitad de los portugueses pasaban a ser considerados compradores *online*. Se espera que para 2027 el 71% de la población sea compradora *online*.

El [Plan de Recuperación y Resiliencia de Portugal](#), con un enfoque en la [Transición Digital](#), incluye inversiones significativas en la digitalización de PYMES, con objetivos de apoyo y desarrollo para mejorar el comercio electrónico en el país.

icex

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Lisboa](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Portugal.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Portugal, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones