



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Índia

A Índia conta com uma população de cerca de 1 450,9 milhões de habitantes, sendo o PIB *per capita* de 2 724 USD em 2024 (dados da EIU).

Os níveis de crescimento e desenvolvimento que a Índia tem vindo a registar em anos recentes levaram o país a uma maior participação na cena política e comercial internacional.

A economia indiana é muito diversificada, com enormes discrepâncias, conjugando uma agricultura tradicional com uma outra mais desenvolvida, e dispondo de uma ampla gama de indústrias modernas e uma multiplicidade de serviços com grande relevância económica. Ao nível da indústria são de referir, por exemplo, os têxteis, produtos químicos, processamento de alimentos, aço, equipamentos de transporte, cimento, mineração, maquinaria, *software* e produtos farmacêuticos.

Verificou-se uma taxa de crescimento do PIB de 6,5% em 2024, sendo inferior à respetiva percentagem de 2023 (9,2%). O crescimento do produto interno bruto previsto para 2025 é de 6,2%. O consumo privado e a formação bruta de capital fixo deverão ser os dois principais impulsionadores do crescimento económico neste ano. As tensões comerciais com os Estados Unidos da América, e os seus efeitos indiretos, resultarão num ambiente de crescimento mais desafiador. Prevê-se que as exportações de bens possam desacelerar durante a parte restante de 2025 devido às incertezas relativas às tarifas dos Estados Unidos da América. Espera-se, no entanto, que o crescimento robusto no setor dos serviços, como tecnologias de informação, serviços financeiros, saúde, telecomunicações e *outsourcing* de processos de negócios, possa sustentar as exportações de serviços, contribuindo para compensar parcialmente as fragilidades ao nível do comércio de bens. Prevê-se que a taxa de inflação possa diminuir para 3,9% em 2025.

De acordo com dados disponibilizados, em 2022, pela EIU, o grau de risco associado ao impacto de empresas, instituições governamentais e sociedade na sustentabilidade do mercado da Índia revela-se, globalmente, moderado, sendo muito alto a nível ambiental, e moderado em termos sociais e do ponto de vista da governação.

No que respeita à Balança de Pagamentos, é de referir que o saldo acumulado das Balanças Corrente e de Capital foi de -0,9% do PIB de 2023, enquanto o saldo da Balança Financeira se situou em -0,9% do PIB, tendo por base dados do FMI.

Em termos de oportunidades de negócio, a Índia poderá ser um mercado interessante para o setor da mobilidade, *FinTech* e serviços financeiros, setor aeroespacial, ciências da vida, indústria alimentar, economia do mar, entre outros.

(07/2025)



Diferença Horária: +5h30 no horário de inverno e +4h30 no horário de verão em relação a Portugal Continental
Principais Línguas: Hindi; o inglês é normalmente utilizado na administração, na área dos negócios e como segunda língua; vários Estados legislaram sobre a sua própria língua oficial
Nº Habitantes: 1 450,9 milhões de habitantes (2024)
Moeda: Rupia indiana (INR)
Câmbio: 1 EUR = 99,0399 INR (média de junho 2025)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Conteúdo

1.	Ambiente de Negócios	3
2.	Dados Macroeconómicos	6
3.	Análise Sumária.	7
4.	Importações	10
5.	Exportações	12
6.	Balança Comercial.	14
7.	Tendências	16
8.	Setores/Produtos de Oportunidade	20
9.	Quadro Legal e Regulamentar.	23
10.	Recomendações.	27





AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

1. Ambiente de Negócios

- 44º/82 - Ranking Global
- 41º/69 - Competitividade
- 128º/176 - Facilidade
- 96º/180 - Transparência
- B - Risco Geral (A1 = risco menor; E = risco maior)
- A4 - Risco Económico (A1 = risco menor; E = risco maior)

Fonte(s): The Economist Intelligence Unit (EIU), 2025 - Ranking Global; IMD World Competitiveness Ranking, 2025; Index of Economic Freedom, 2025; TI - Corruption Perceptions Index, 2024; Coface, 2025 - Risco Geral e Risco Económico

1.1. Cultura de Negócios

De dimensão continental, não há uma Índia, mas sim várias Índias. Coexiste uma Índia tecnologicamente avançada, com forte expressão global, e uma base extensa, tradicional, menos eficiente e pouco habituada ao relacionamento internacional.

Trata-se de uma economia com raízes protecionistas, onde os processos negociais com o exterior envolvem frequentemente burocracia e exigências formais que podem representar obstáculos significativos para pequenas empresas e empresários menos experientes.

O relacionamento social desempenha um papel relevante no mundo dos negócios e nos processos de tomada de decisão, sendo muitas vezes um pré-requisito informal para o avanço das negociações.

Mesmo entre as grandes *holdings*, as empresas indianas mantêm estruturas fortemente influenciadas por relações familiares e comunitárias.

O poder dos conglomerados empresariais diversificados tende a sobrepor-se ao de empresas especializadas de dimensão comparável, refletindo uma lógica de diversificação e mitigação de risco que é típica do ambiente económico indiano.

Em contraste com os padrões ocidentais, há menor pressão quanto à gestão do tempo e à procura de eficiência ou excelência operacional.

O respeito pela hierarquia e pelos mais velhos é um traço profundamente enraizado na sociedade indiana. Paralelamente, a preocupação em “não perder a face” é comum e molda o estilo de comunicação, à semelhança de outras culturas asiáticas.

Heterogeneidade regional e setor informal: A Índia não é apenas diversa culturalmente, mas também administrativamente. Cada Estado possui regras e níveis distintos de desenvolvimento, o que afeta diretamente a forma como os negócios são conduzidos. A presença de uma economia informal robusta exige uma abordagem cautelosa e flexível.

Importância do prestígio académico: A qualificação académica, especialmente obtida em instituições de topo como o IIT ou IIM, é fortemente valorizada e confere elevada credibilidade aos profissionais — sendo frequentemente referida em apresentações ou currículos.

Reuniões

As primeiras reuniões de negócios são geralmente iniciadas com conversas informais, de carácter pessoal, com o objetivo de criar empatia e conhecer melhor o interlocutor. O tom tende a ser descontraído e cordial. Questões sobre a família ou interesses pessoais são comuns, embora temas como religião ou política devam ser evitados.

As relações comerciais baseiam-se frequentemente em recomendações. Ser apresentado por um contacto comum, ainda que não indispensável, constitui uma vantagem significativa.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Negociação

A cordialidade e o entusiasmo demonstrados durante os contactos preliminares nem sempre se traduzem em acordos efetivos. É comum que potenciais parceiros desapareçam do radar sem aviso, mesmo após interações promissoras. O desacordo raramente é comunicado de forma direta. A palavra “não” tende a ser evitada, sendo substituída por respostas vagas ou ambíguas.

Apesar da perceção de um mercado de grandes dimensões, a realidade é que o espaço efetivo para produtos importados pode ser bastante limitado. Desde logo, porque ainda não há muitas empresas com presença nacional, antes sim estadual.

Tomada de Decisões

O processo decisório é geralmente lento e fortemente hierarquizado, representando o resultado de um amadurecimento progressivo. Pressões para acelerar decisões são desaconselhadas. Na maioria dos casos, as decisões são tomadas apenas ao nível mais elevado da estrutura empresarial.

Relacionamento Interpessoal

Os títulos profissionais tendem a ser secundários, apenas quando o interlocutor pertence ao mesmo nível social ou profissional. Em outros contextos, o uso de títulos como “Professor” ou “Doutor” (neste caso, apenas para titulares de grau académico de doutoramento) é mais formal. De forma geral, no início da relação, opta-se por “Mr.,” “Ms.” ou “Miss”.

Uso intensivo do WhatsApp e informalidade nas comunicações

Mais até do que o e-mail, o WhatsApp é uma ferramenta de comunicação amplamente utilizada no meio empresarial, incluindo por executivos de topo. A informalidade digital não deve ser confundida com falta de profissionalismo - representa antes um estilo local mais direto e ágil.

Almoços e Jantares de Negócios

O momento de socialização inicia-se antes das refeições, sendo habitualmente servidas bebidas ou aperitivos. O consumo de álcool é pouco frequente, por razões religiosas associadas às principais comunidades - hindus, muçulmanos e sikhs. A alimentação é predominantemente vegetariana. As proteínas animais mais comuns são galinha e laticínios. A carne de vaca é proibida e escasseiam borrego, porco ou peixe.

Fonte(s): [AICEP](#)

(07/2025)

1.2. Hábitos de Consumo

Abordagem geral

Tendo uma população superior a 1 400 milhões de habitantes, o mercado potencial para empresas ocidentais reduz-se a não mais de 40-80 milhões de habitantes, dispersos por um país de tamanho continental, só agora a modernizar a sua cadeia logística precária.

Para a generalidade da população, com um PIB *per capita* estimado de cerca de 2 693 USD em 2024, segundo dados da EIU, o poder de compra não cobre sequer os bens essenciais. Destacam-se as seguintes categorias de despesas de consumo das famílias na Índia: produtos alimentares e bebidas não alcoólicas; transportes; habitação; saúde; vestuário e calçado; e comunicações.

Embora o número de pessoas que vivem em áreas urbanas tenha aumentado, a maior percentagem ainda reside em zonas rurais. Face à dimensão do país a diferença de poder de compra é grande, situando-se as pessoas de categorias profissionais com um maior nível de qualificações e os migrantes entre as que apresentam maior capacidade para realizar despesas de consumo mais elevadas.

Mesmo entre os consumidores de classes médias-altas, o preço continua a ser um critério essencial. A imagem da marca tem peso, mas apenas quando aliada à perceção de valor e vantagem comparativa.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

O retalho alimentar moderno permanece residual e cresce mais lentamente do que o retalho não-alimentar. Em contrapartida, o *quickcommerce*, de entrega em casa, está muito mais avançado do que na Europa. O consumo é predominantemente diário, feito em mercados de rua, e a ausência de uma cadeia de frio eficaz limita fortemente a distribuição de produtos frescos e importados.

Produtos alimentares importados, salvo algumas *commodities*, são considerados bens de luxo, acessíveis apenas a uma minoria. Um queijo, uma conserva ou um vinho comum podem atingir preços 5 a 10 vezes superiores aos da Europa. Assim, muitas marcas estrangeiras optam por produzir localmente para contornar as barreiras de preço e logística.

Os produtos alimentares embalados, prontos para consumo, importados, encontram-se num número muito residual, se bem que crescente de lojas *gourmet*.

Mudança dos Hábitos de Consumo

Consumo

O consumo de alimentos processados tem vindo a crescer acima do ritmo da economia, impulsionado pela urbanização, pela vida mais acelerada e pela procura de conveniência — mais do que por uma preocupação generalizada com nutrição ou sustentabilidade.

Retalho

O comércio não tradicional está a apostar em novas estratégias de *marketing* para atrair consumidores para as suas lojas. Essas estratégias incluem novas formas de pagamento, incidindo também no preço, escasseando os produtos de marca própria. Na generalidade do país, a começar pela capital, ainda não há nem supermercados nem hipermercados, embora existam empresas focadas no comércio *online*, com enorme flexibilidade de entrega, a preços unitários elevados.

Saúde

Existe uma sensibilização crescente dos 40-80 milhões de indianos com rendimentos mais elevados para a importância da alimentação na saúde e bem-estar, existindo interesse por produtos alimentares saudáveis.

Comércio Eletrónico

O *e-commerce* indiano está em forte expansão, sustentado pelo uso massivo de *smartphones* e pela popularização de transações de baixo valor. Segundo o portal Statista, as compras *online* deverão atingir 67,16 mil milhões USD em 2025.

A infraestrutura de pagamentos móveis é uma das mais avançadas do mundo, permitindo compras rápidas, seguras e com baixos custos transacionais. O UPI (Unified Payments Interface) tem sido central para a formalização da economia digital.

As compras são feitas quase exclusivamente por *smartphone*. Os consumidores *online* situam-se maioritariamente entre os 25 e os 44 anos e distribuem-se por diferentes escalões de rendimento - embora os homens representem uma percentagem maior nas transações.

O comércio eletrónico é geograficamente segmentado. Muitos produtos só estão disponíveis em determinadas regiões, e o acesso exige sempre autenticação via número de telemóvel indiano.

As categorias mais procuradas incluem alimentação, moda e eletrónica de consumo. A personalização e a entrega rápida são cada vez mais valorizadas pelos consumidores digitais.

Para obter informação adicional sobre o *e-commerce* neste mercado aceda ao [Perfil de Mercado E-commerce da Índia](#).

Fonte(s):

[Santander Trade Markets](#)

[USDA - Global Agricultural Information Network](#)

[Statista](#)

(07/2025)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

2. Dados Macroeconómicos

- 3 952,2 mil milhões USD - PIB a preços de mercado
- 2 724 USD - PIB *per Capita*
- 6,5% - Crescimento real do PIB
- 4,9% - Taxa de inflação
- 7,2 (Var. %) - Consumo privado
- 2,3 (Var. %) - Consumo público
- 7,1 (Var. %) - Formação bruta de capital fixo
- 8,0% - Taxa de desemprego

Fonte(s): The Economist Intelligence Unit (EIU), 2025. Dados referentes a 2024



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

3. Análise Sumária

3.1. Forças

- Estabilidade social, política e económica elevadas
- *Outlook* macroeconómico ímpar, considerando a população muito jovem e continuamente mais qualificada do que a anterior
- Mão de obra abundante, com boa formação e capacidade de adaptação, a custos ainda competitivos
- Potência industrial global em afirmação, na mobilidade, farmacêutica, energia e defesa. Líder assumido em tecnologias de informação, dominando as fronteiras tecnológicas
- Dívida externa moderada e nível confortável de reservas cambiais, proporcionando resiliência financeira
- Autossuficiência alimentar significativa, com posição dominante na produção de laticínios, cereais e especiarias
- Atração turística crescente, sustentada pelo património cultural, diversidade geográfica e procura interna por turismo doméstico de qualidade

Fonte(s):

AICEP

Coface

(07/2025)

3.2. Fraquezas

- Forte dependência externa de recursos energéticos (petróleo, gás, carvão), sendo vulnerável a choques externos
- Infraestruturas de transporte, saneamento e logística ainda insuficientes para acompanhar o crescimento
- Poluição urbana e problemas ambientais crónicos com impacto direto na saúde pública e produtividade
- Migração interna desordenada do meio rural para o urbano, sem acompanhamento de políticas sociais eficazes
- Oferta de empregos de qualidade inferior à procura, com risco de frustração entre jovens qualificados
- Barreiras tarifárias e não tarifárias complexas, com instabilidade regulatória em alguns setores
- Necessidade de presença local ou parcerias para superar barreiras culturais e administrativas
- Nacionalismo económico crescente: os produtos importados enfrentam ceticismo se não forem claramente diferenciadores

Fonte(s):

AICEP

Coface

(07/2025)

3.3. Oportunidades

- A Índia é já uma das cinco maiores economias mundiais e continua a crescer, com dezenas de milhões de pessoas a integrar a classe média todos os anos



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

- A estrutura etária favorável, com mais de 40% da população abaixo dos 25 anos, assegura um mercado consumidor dinâmico e em constante renovação
- Expetativa de crescimento anual do PIB acima de 6% até 2030, segundo a EIU, suportado por reformas estruturais e investimento em infraestruturas
- Ambiente favorável ao empreendedorismo, com múltiplos programas de apoio a *startups* tecnológicas, *fintechs*, *healthtechs* e *agritechs*
- Crescimento rápido de segmentos de consumo *premium* e de nicho: alimentação saudável, experiências *gourmet*, produtos sustentáveis e de identidade cultural forte
- Planos ambiciosos do Governo para reindustrialização interna (*Make in India*, *Self-Reliant India*) criam oportunidades de fornecimento de tecnologia, maquinaria e *know-how*
- Setores como energias renováveis, semicondutores, mobilidade elétrica, construção sustentável, digitalização administrativa e saúde digital têm margens significativas para entrada de empresas estrangeiras
- Crescente abertura à colaboração internacional em investigação, ensino superior, tecnologias verdes e cidades inteligentes
- Forte procura de soluções europeias em áreas como *design*, *branding*, engenharia, *software* especializado, educação e turismo de qualidade

Fonte(s):

[AICEP](#)

(07/2025)

3.4. Dificuldades

- Desigualdade crescente e exclusão económica: apesar do crescimento agregado, os benefícios do desenvolvimento não têm sido distribuídos de forma equilibrada, o que poderá gerar tensões sociais e instabilidade em certas regiões
- Risco de sobrecarga urbana: o ritmo da urbanização está a ultrapassar a capacidade das cidades para garantir habitação, mobilidade, saneamento e qualidade de vida
- Volatilidade regulatória em setores estratégicos: decisões políticas súbitas em setores como tecnologia, comércio eletrónico ou farmacêutico têm gerado incerteza junto de investidores internacionais
- Protecionismo crescente: a estratégia de autossuficiência (*India First / Atmanirbhar Bharat*) pode traduzir-se em políticas restritivas, nomeadamente aumentos ad-hoc de tarifas, limitação de importações ou favorecimento de empresas nacionais em contratos públicos
- Dependência de combustíveis fósseis e vulnerabilidade energética: apesar dos avanços nas renováveis, a Índia continua exposta a choques nos preços internacionais de energia
- Risco climático e escassez hídrica: a exposição a fenómenos climáticos extremos, como secas, inundações e ondas de calor, representa uma ameaça crescente à estabilidade agrícola, energética e social
- Défice de qualificação em setores críticos: embora forme milhões de licenciados, a Índia ainda enfrenta dificuldades em formar técnicos intermédios e mão de obra especializada nas áreas industriais e tecnológicas de alto valor
- Infraestrutura jurídica e contratual ineficiente: os sistemas de resolução de litígios continuam lentos e pouco previsíveis, o que aumenta o risco percebido por empresas que dependem de contratos complexos ou de parcerias locais

Fonte(s):

[AICEP](#)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

(07/2025)



4. Importações

4.1. Produtos

Segundo o Comtrade, as importações da Índia registaram um valor de 698 mil milhões de USD em 2024 (118 mil milhões de USD em 2023). Os cinco principais grupos de produtos importados foram os Combustíveis Minerais (31,2%), as Máquinas e Aparelhos (20,7%), os Produtos Químicos (8,6%), os Metais Comuns (6,8%) e os Produtos Agrícolas (4,4%).

(07/2025)

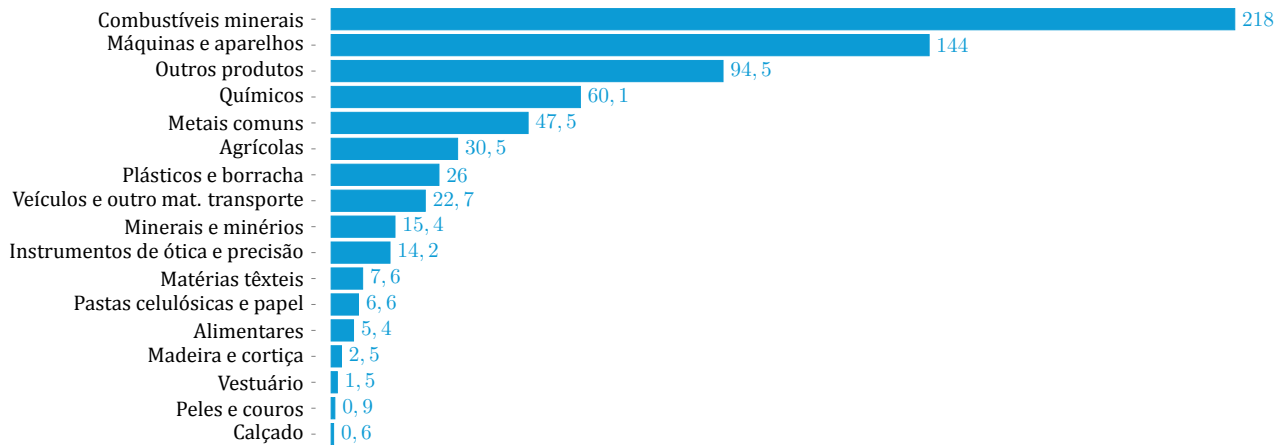


Figura 1: Produtos importados em 2024 (valores em mil milhões de USD)



4.2. Origens

De acordo com o Comtrade, os cinco principais fornecedores da Índia, em 2024, foram a China (18,2%), a Rússia (9,6%), os EAU (8,0%), os EUA (5,6%) e a Arábia Saudita (4,4%). Estes mercados representaram, em conjunto, 45,8% do valor das importações. (07/2025)

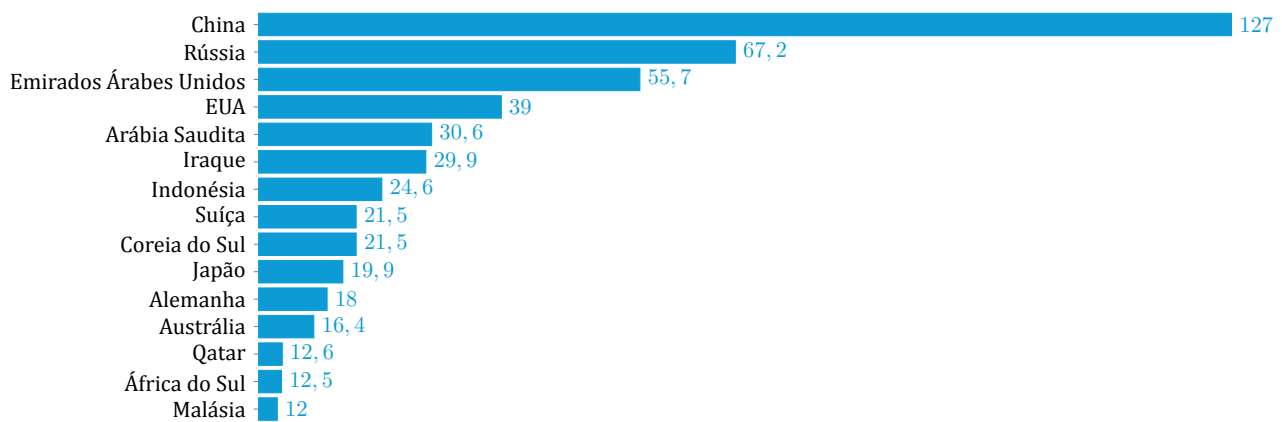


Figura 2: Mercados de origem em 2024 (valores em mil milhões de USD)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

5. Exportações

5.1. Produtos

Segundo o Comtrade, as exportações da Índia registaram um valor de 435 mil milhões de USD em 2024 (182 mil milhões de USD em 2023). Os cinco principais grupos de produtos exportados foram os Combustíveis Minerais (17,1%), as Máquinas e Aparelhos (16,4%), os Produtos Químicos (14,5%), os Produtos Agrícolas (8,8%) e os Veículos e Outro Material de Transporte (7,8%).

(07/2025)

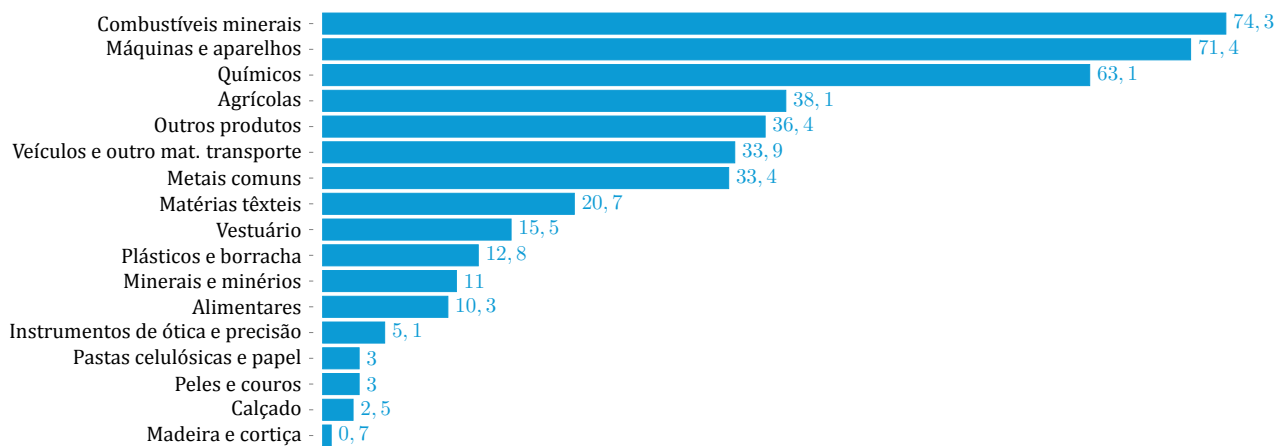


Figura 3: Produtos exportados em 2024 (valores em mil milhões de USD)



5.2. Destinos

De acordo com o Comtrade, os cinco principais mercados-clientes da Índia, em 2024, foram os EUA (18,3%), os EAU (8,5%), os Países Baixos (5,6%), Singapura (3,6%) e a China (3,4%). Estes mercados representaram, em conjunto, 39,4% do valor das exportações.

(07/2025)

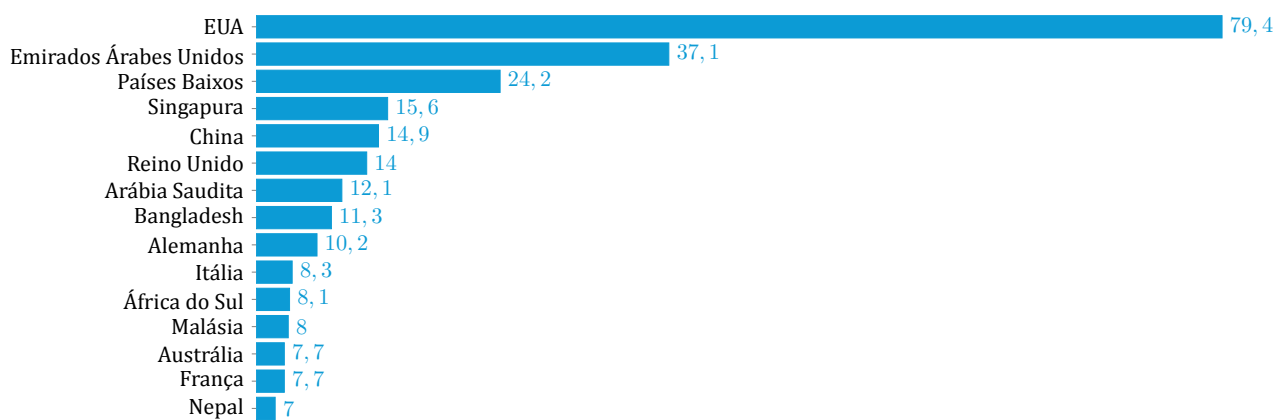


Figura 4: Mercados de destino em 2024 (valores em mil milhões de USD)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

6. Balança Comercial

6.1. Mundo

De acordo com o Comtrade, a Índia registou, em 2024, um défice de 263 mil milhões de USD, o que representou uma diminuição do saldo de 171 mil milhões de USD face a 2020 e de 316 mil milhões de USD em relação a 2023. A taxa de cobertura das importações pelas exportações situou-se em 62,3%, o que significou menos 65,3 pp do que o registado em 2023.

(07/2025)

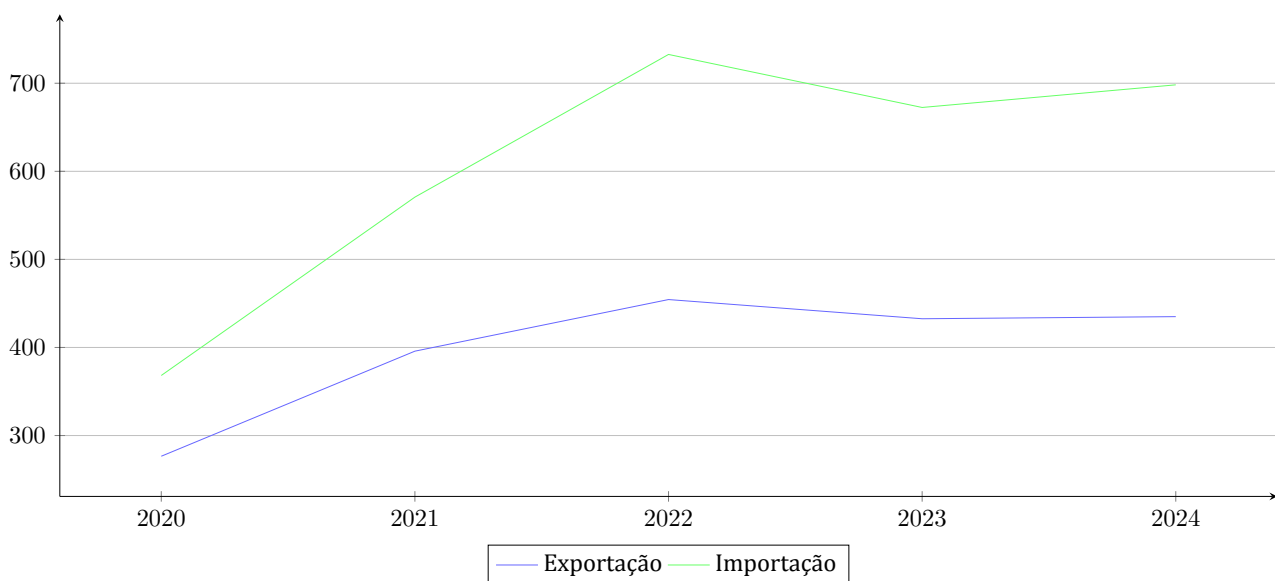


Figura 5: Balança Comercial Índia / mundo (valores em mil milhões de USD)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

6.2. Portugal

Segundo o INE, a Índia foi o 40º cliente das exportações portuguesas de bens em 2024, com uma quota de 0,2%, ocupando a 16ª posição ao nível das importações (1,0%). Ao longo do período 2020-2024 verificou-se uma média de crescimento anual das exportações de 17,0% e de 16,0% nas importações. A balança comercial de bens foi desfavorável ao nosso país, tendo apresentado um défice de 889 milhões de euros em 2024. Na estrutura das exportações destacam-se em 2024 as Pastas Celulósicas e Papel (30,2%), as Máquinas e Aparelhos (19,8%), os Metais Comuns (11,5%), os Produtos Químicos (9,3%) e os Minerais e Minérios (9,2%). Os principais grupos de produtos importados em 2024 foram as Matérias Têxteis (18,2%), as Máquinas e Aparelhos (15,9%), os Metais Comuns (15,4%), os Produtos Químicos (8,9%) e os Plásticos e Borracha (8,2%).

(07/2025)

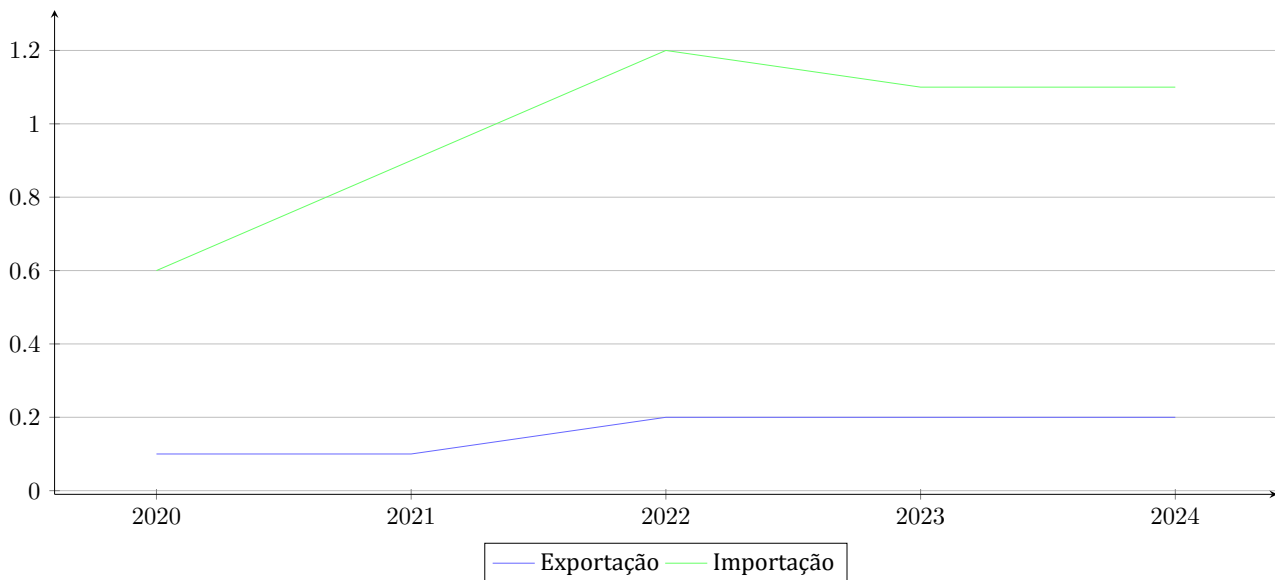


Figura 6: Balança Comercial Índia/Portugal (valores em mil milhões de Euros)



7. Tendências

Demografia

A Índia é já o país mais populoso do mundo, com uma população que deverá ultrapassar os 1,5 mil milhões até 2028 (EIU). Com uma idade média de 28,8 anos em 2025, o país detém um “dividendo demográfico” sem paralelo, contrastando com o envelhecimento da China, Europa e Japão.

Esta juventude, porém, traz consigo pressões estruturais — sobretudo sobre o sistema educativo, o mercado de trabalho e o tecido urbano. A projeção para 2050 aponta para um envelhecimento gradual (idade média de 38,3 anos), o que exigirá reformas desde já. A abundância de capital humano continua a ser um dos maiores trunfos da Índia, mas o desafio é traduzi-lo em produtividade e qualificação útil para a economia global.

Economia

Todos os indicadores apontam para que esta seja a década da Índia. O país cresce consistentemente acima dos restantes blocos económicos, mantendo estabilidade política e social. O PIB cresceu mais de 6% em 2024 e deverá manter esse ritmo até 2030, sustentado por investimento público, consumo interno e inovação.

Apesar de um PIB *per capita* ainda baixo (2 693 USD em 2024), o crescimento deverá elevar esse valor para mais de 4 000 USD em 2030, traduzindo-se num mercado de consumo interno cada vez mais sofisticado.

O Estado tem apostado fortemente na reindustrialização e no investimento em infraestruturas físicas e digitais — pilares da estratégia para afirmar a Índia como centro global de produção e inovação, reduzindo a dependência externa.

Comércio Eletrónico

O *e-commerce* é uma das locomotivas de crescimento do consumo urbano. Quase todo o acesso à Internet se faz por *smartphone*, e o sistema de pagamentos por telemóvel (UPI) é hoje um dos mais avançados do mundo. Isso permitiu à Índia saltar etapas e massificar o comércio digital, inclusive em zonas sem instituições bancárias.

As particularidades do sistema — como a exigência de número de telemóvel indiano para validar compras — limitam o acesso a estrangeiros, mas criam um ecossistema interno dinâmico e resiliente.

Perspetiva-se que, impulsionado também pelo incremento do rendimento disponível dos consumidores, o *e-commerce* continue a aumentar, prevendo-se, segundo dados do portal Statista, que a taxa de crescimento anual composta, no período de 2025-2029, seja de 10,1%, o que resultará num valor previsto de 98,55 mil milhões de USD até 2029. Os dois maiores *marketplaces* de *e-commerce*, em 2024, foram a Flipkart (grupo Walmart) e a Amazon, seguindo-se a Myntra, segundo dados da ECDB.

Indústria

A indústria representa cerca de 30% do PIB e continua a ser o eixo da estratégia nacional de desenvolvimento. O objetivo é substituir importações, atrair investimento direto estrangeiro e criar uma base exportadora de elevado valor.

Setores como automóvel elétrico, farmacêutico, eletrónica (incluindo semicondutores) e defesa estão a receber atenção prioritária. O Governo tem lançado incentivos fiscais e projetos estruturantes para integrar a Índia em cadeias globais de valor, como alternativa à China.

Emprego

A Índia forma 2 milhões de engenheiros por ano — um número que impressiona, mas que nem sempre reflete a qualidade da formação. O maior desafio é criar empregos formais, sustentáveis e tecnologicamente avançados para absorver este talento.

A baixa participação das mulheres no mercado de trabalho, a informalidade generalizada e a escassez de empregos de qualidade impedem um salto económico mais amplo. A emigração qualificada é, por isso, vista como uma válvula de escape estratégica. O Governo tem consciência da dimensão do desafio e encoraja a emigração, como forma de construir uma diáspora forte e influente, e evitar tensões sociais.

Tecnologia e Inovação



A Índia lidera em vários segmentos tecnológicos - como TI, inteligência artificial, *fintech* e *govtech* - mas convive com grandes zonas de exclusão digital. O país investe na digitalização dos serviços públicos e em projetos de larga escala como a infraestrutura nacional de identidade (Aadhaar).

Tecnologias emergentes como *blockchain*, IA generativa e 5G são prioridade até 2030, com grandes apostas públicas em inovação aplicada a setores como saúde, educação e justiça.

Energia

Com o terceiro maior consumo energético mundial, a Índia vive uma transição difícil entre as renováveis e a sua dependência estrutural de carvão e petróleo. A procura energética crescerá em média 3% ao ano até 2034, sendo crucial acelerar a descarbonização.

Embora a Índia seja hoje um dos maiores consumidores de petróleo russo, as sanções recentes levaram a uma diversificação de fontes, especialmente no Médio Oriente. A aposta em hidrogénio verde e solar *offshore* reforça o posicionamento geopolítico do país na energia limpa.

Infraestruturas de Transporte

A modernização das infraestruturas de transporte é uma das grandes prioridades estratégicas do Governo indiano, não apenas como motor de crescimento económico interno, mas também como alicerce para a competitividade industrial e para a afirmação da Índia como alternativa logística à China no espaço asiático.

Estão em curso investimentos de larga escala em todos os modos de transporte — rodoviário, ferroviário, portuário e aeroportuário — com particular destaque para os corredores económicos multimodais, que visam ligar os principais centros produtivos, logísticos e de consumo do país. O Delhi-Mumbai Industrial Corridor (DMIC) é o mais emblemático, com mais de 1 500 km de extensão, zonas económicas especiais, nós logísticos e smart cities ao longo do percurso.

No setor rodoviário, a iniciativa Bharatmala Pariyojana prevê a construção de mais de 65 000 km de autoestradas e vias expressas, com destaque para os corredores Greenfield que ligam portos, zonas industriais e fronteiras. A meta é reduzir em 25% o tempo médio de transporte de mercadorias.

A rede ferroviária, uma das maiores do mundo, está também a ser reestruturada com investimentos na eletrificação, duplicação de linhas e introdução de comboios rápidos e de carga especializados. A Índia está a investir na digitalização da gestão ferroviária e na separação das redes de passageiros e mercadorias para maior eficiência.

No domínio portuário, está em destaque o projeto do Porto de VadHAVAN, em Maharashtra, que será o porto de águas profundas mais moderno da Índia. Juntamente com o programa **Sagarmala**, visa aumentar a capacidade de manuseamento de carga, melhorar os acessos logísticos e integrar melhor os portos com a cadeia de abastecimento terrestre.

O setor aeroportuário regista crescimento acelerado, com a construção de novos aeroportos (como o Noida International Airport) e a expansão da capacidade de hubs existentes. Espera-se que o número de passageiros atinja 1 000 milhões até 2040, sendo o setor visto como essencial não só para o turismo mas também para a logística de alto valor e *e-commerce*.

Estes investimentos visam não só reduzir o custo logístico — que representa ainda cerca de 13% do PIB (face a ~8% na OCDE) — como colocar a Índia como plataforma regional de produção, armazenamento e distribuição, com impacto direto na atratividade de IDE e na integração em cadeias globais de valor.

Ambiente

O desafio ambiental da Índia é de escala continental e representa uma das maiores ameaças à sua saúde pública, produtividade económica e qualidade de vida urbana e rural. A poluição atmosférica afeta gravemente as principais cidades do país, que figuram frequentemente entre as mais poluídas do mundo. Esta realidade tem impactos diretos na saúde respiratória da população, nos custos de saúde pública e na atratividade de cidades indianas para talento e investimento estrangeiro.

A gestão inadequada de resíduos sólidos urbanos e industriais, a contaminação dos recursos hídricos e a crescente escassez de água em várias regiões agravam os riscos para o setor agrícola, industrial e para a estabilidade social. O crescimento desorde-



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

nado da urbanização e a ausência de infraestruturas ambientais em muitas cidades médias e pequenas dificultam ainda mais a mitigação destes riscos.

Face a este cenário, a resposta do Governo tem ganho força com políticas e metas ambiciosas, em linha com os compromissos internacionais assumidos na agenda climática. Destaca-se o objetivo de atingir 500 GW de capacidade instalada de energia renovável até 2030, com especial enfoque na energia solar e eólica, o que fará da Índia um dos maiores mercados mundiais de energia limpa.

Outras medidas estruturais incluem:

- **A eliminação progressiva das queimadas agrícolas**, uma das principais fontes de poluição atmosférica sazonal no norte da Índia
- **Aumentar a cobertura florestal e restaurar ecossistemas degradados**, com metas nacionais e programas de reflorestação comunitária
- **Garantir acesso universal a energia limpa para cozinhar**, reduzindo a dependência de combustíveis sólidos (como lenha ou carvão vegetal) nas zonas rurais, com impacto direto na saúde das famílias
- **Reforçar a capacidade de gestão de resíduos urbanos**, com incentivo à economia circular, reciclagem e à responsabilização dos produtores
- **Melhorar a qualidade das águas fluviais e subterrâneas**, através da monitorização de descargas industriais e da construção de estações de tratamento

A transição ecológica é, simultaneamente, um imperativo de sustentabilidade e uma oportunidade para inovação tecnológica, atração de investimento estrangeiro, e liderança regional no setor das energias renováveis, da eficiência energética e das tecnologias limpas.

Ensino Superior

A democratização do acesso ao ensino superior está em curso, mas as disparidades regionais e qualitativas do ensino persistem. O país procura desenvolver instituições de investigação competitivas à escala internacional e melhorar a empregabilidade dos diplomados.

Iniciativas como a NEP (Nova Política Educacional) visam integrar competências técnicas, pensamento crítico e inovação nos currículos.

Saúde

Apesar de partir de uma base orçamental ainda modesta, a Índia tem vindo a reforçar o investimento público e privado no setor da saúde, consciente da sua importância para a produtividade económica, coesão social e desenvolvimento humano. A despesa pública com saúde aumentou de 1,6% do PIB em 2020/21 para cerca de 1,9% em 2023/24, prevendo-se que atinja 2,5% do PIB em 2025, segundo as metas do Governo. Considerando também a despesa privada, a EIU estima que as despesas totais com cuidados de saúde tenham representado 3,3% do PIB em 2024.

Este esforço visa expandir o acesso universal aos cuidados primários, especialmente em zonas rurais e em populações vulneráveis, e também apoiar o crescimento de uma economia da saúde cada vez mais dinâmica, com destaque para os seguintes segmentos:

- **Hospitais e clínicas privadas**, sobretudo nas grandes áreas urbanas, que acolhem a maioria dos investimentos em infraestruturas modernas, tecnologia de ponta e parcerias internacionais
- **Seguros de saúde**, com penetração crescente nas classes médias, impulsionados por políticas governamentais como o Ayushman Bharat, que promove o acesso a cuidados a baixo custo para milhões de famílias
- **Medicina digital e telemedicina**, cujas plataformas tiveram forte aceleração com a pandemia e que hoje representam uma alternativa viável para consultas, diagnóstico e acompanhamento, especialmente em regiões remotas



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

- **Setor farmacêutico**, onde a Índia se afirma como “farmácia do mundo”, sendo um dos principais produtores e exportadores globais de medicamentos genéricos e vacinas

A pandemia de COVID-19 funcionou como catalisador, provocando uma transformação estrutural na procura de serviços de saúde e gerando maior consciência nas classes médias urbanas quanto à prevenção, bem-estar e diagnóstico precoce.

A digitalização da saúde é também uma das prioridades do Governo, com o lançamento da National Digital Health Mission (NDHM), que visa criar identidades médicas digitais, interoperabilidade de dados clínicos e uma base unificada de prestadores.

Adicionalmente, as parcerias público-privadas (PPP) ganham relevância para colmatar lacunas na cobertura e na eficiência do sistema, num país onde coexiste um setor público sobrecarregado com um setor privado de qualidade variável, mas crescente.

As oportunidades neste setor incluem desde equipamentos médicos, soluções de e-health, formação especializada, tecnologia hospitalar e serviços auxiliares, a projetos de cooperação na produção farmacêutica local, em linha com os programas *Make in India* e *Pharma Vision 2030*.

Telecomunicações

O setor das telecomunicações na Índia tem sido um dos pilares do seu progresso tecnológico e inclusão digital, com uma base de utilizadores que supera 1,1 mil milhões de subscrições móveis. A prestação de serviços comerciais 5G teve início em outubro de 2022, e, apenas um ano depois, cerca de 40% das assinaturas móveis das duas principais operadoras já se encontravam integradas numa rede 5G — embora muitas dessas adesões tenham ocorrido por via de atualizações automáticas de clientes 4G.

O ritmo de transição para tecnologias móveis mais avançadas deverá manter-se sólido. Entre 2025 e 2029, prevê-se um crescimento médio anual de 3,5% nas assinaturas de telemóveis, impulsionado pela substituição gradual de dispositivos antigos por *smartphones*, pelo alargamento do acesso a serviços 4G e pela progressiva cobertura do 5G nas áreas urbanas e semiurbanas.

O mercado indiano apresenta ainda um elevado potencial de expansão ao nível da conectividade fixa. A Economist Intelligence Unit (EIU) projeta um crescimento médio anual de 12,4% nas assinaturas da rede fixa entre 2025 e 2029, refletindo a crescente procura por banda larga de alta velocidade, sobretudo em centros urbanos e emergentes hubs tecnológicos. Os operadores têm vindo a oferecer pacotes integrados de voz, dados e entretenimento, fomentando o consumo doméstico digital.

A combinação de preços acessíveis, forte concorrência entre operadores, e a crescente digitalização de serviços públicos e privados faz do setor das telecomunicações um dos mais dinâmicos da economia indiana. Há ainda espaço relevante para investimentos em infraestruturas de fibra ótica, serviços de cloud e data centers, tecnologias 5G privadas para indústria, e soluções de conectividade rural - segmentos onde o conhecimento tecnológico europeu pode gerar valor acrescentado.

Fonte(s):

[The Economist Intelligence Unit \(EIU\)](#)

[Statista](#)

[NITI Aayog](#)

(07/2025)



8. Setores/Produtos de Oportunidade

Mobilidade e Transportes

A Índia tem vindo a posicionar-se estrategicamente como um dos futuros grandes centros globais da mobilidade, com ambição declarada de se tornar o maior fabricante automóvel mundial. Esta meta está alicerçada na atratividade do seu mercado interno - jovem, urbano e em crescimento -, bem como na sua condição geopolítica de “território neutro”, favorecendo parcerias com empresas de blocos económicos concorrentes.

O setor automóvel indiano conta já com uma presença significativa de OEMs (*Original Equipment Manufacturers*) e uma forte cadeia de fornecimento. O país tornou-se base preferencial para *design*, produção e montagem de veículos de várias marcas globais, tanto para abastecimento do mercado doméstico como para exportação. Em 2025, estima-se que a taxa de motorização atinja 72 veículos por 1 000 habitantes, valor ainda distante dos padrões ocidentais, o que ilustra o enorme potencial de crescimento.

Contudo, a visão indiana sobre mobilidade vai além do automóvel. A mobilidade de duas rodas (motociclos e scooters) continua a ser dominante, com um mercado em rápida evolução tecnológica e com abertura a soluções inteligentes e elétricas. O país é já um dos maiores produtores e consumidores mundiais de veículos de duas rodas, sendo este um dos setores mais promissores para tecnologias de mobilidade limpa e leve.

A mobilidade elétrica é uma prioridade política. Embora se projete que os veículos elétricos (VE) representem apenas cerca de 4% das vendas de automóveis ligeiros até 2029, o seu crescimento anual estimado situa-se nos 15,4%, com forte aposta pública em infraestruturas e incentivos fiscais. Existem já mais de 25 000 estações públicas de carregamento, com planos para multiplicar essa rede, sobretudo nos grandes corredores urbanos e interurbanos.

A Índia também explora modelos alternativos de mobilidade urbana, como os serviços partilhados (*ride-hailing, carpooling*), bicicletas e trotinetes elétricas, integrados com aplicações móveis, e investimentos públicos em transportes coletivos elétricos (autocarros, BRTs e metros). A conectividade intermodal e as soluções “last mile” são prioridades urbanas para aliviar o congestionamento e melhorar a qualidade do ar.

Neste ecossistema em transição, há espaço para empresas portuguesas com soluções em:

- Componentes e subcomponentes para veículos elétricos ou de duas rodas
- Tecnologias de carregamento, baterias, conectividade ou *software* embarcado
- *Design* industrial e ergonomia automóvel
- Engenharia e consultoria em eficiência energética ou transporte sustentável
- Mobilidade urbana inteligente, incluindo sensores, plataformas de dados e gestão de frotas

A crescente sofisticação do consumidor indiano e a política ativa do Governo em *Make in India* e *Green Mobility* criam oportunidades claras para tecnologia, know-how e inovação europeias.

Aeroespacial

O setor aeroespacial indiano encontra-se em rápida expansão, abrangendo aviação civil, defesa, drones e espaço, com um forte impulso político e económico para o desenvolvimento local e a abertura a parcerias internacionais.

Na aviação comercial, o crescimento da classe média, a concorrência entre transportadoras *low-cost* e o investimento em novos aeroportos (como Noida e Navi Mumbai) têm impulsionado a procura. Este dinamismo alimenta também o setor de manutenção, reparação e revisão (MRO), que oferece oportunidades para empresas portuguesas com competências em engenharia, *software* técnico ou componentes aeronáuticos.

Na aeronáutica de defesa e espacial, a Índia aposta na autonomia tecnológica, com a ISRO a liderar missões avançadas e o Governo a incentivar o capital privado na produção de satélites, mísseis e sistemas de navegação. As cadeias de fornecimento estão a diversificar-se, com margem para fornecedores europeus especializados.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

O mercado de drones está a crescer bastante, com aplicações em agricultura, segurança, logística e urbanismo. O Governo apoia ativamente esta indústria, que deverá atingir 1,8 mil milhões de USD até 2026, através de políticas como o programa Drone Shakti e o portal Digital Sky.

O quadro regulatório está a evoluir para integrar *startups*, PME's e investidores internacionais, criando um ecossistema que valoriza soluções inovadoras e transferência de tecnologia. Empresas portuguesas com *know-how* em materiais avançados, IA, eletrónica integrada, ou manutenção remota, podem encontrar parceiros e clientes institucionais num mercado em rápida transformação.

FinTech e Serviços Financeiros

A Índia é um dos mercados *FinTech* com crescimento mais acelerado a nível mundial, com forte presença em segmentos como pagamentos digitais, crédito, seguros (*InsurTech*) e gestão de património (*WealthTech*).

O setor beneficia da crescente digitalização, acesso massificado a *smartphones*, e de políticas públicas favoráveis à inclusão financeira. *Startups* têm liderado a inovação, especialmente em pagamentos e concessão de crédito, facilitando o acesso tanto nas cidades como em áreas rurais, onde se utilizam mecanismos alternativos de avaliação de risco.

No crédito e nos seguros, tecnologias como IA, *machine learning* e IoT estão a transformar modelos de negócio, personalizando produtos e reduzindo custos operacionais. O ecossistema está aberto a soluções estrangeiras que tragam tecnologia, fiabilidade e escalabilidade.

Lifesciences

A Índia é uma potência emergente nas ciências da vida, com um setor que vai muito além da produção de medicamentos genéricos. O *cluster* engloba farmacêutica, biotecnologia, dispositivos médicos, investigação clínica, saúde digital, serviços de I&D e produção por contrato (CDMO/CRMO), e oferece significativas oportunidades de colaboração, exportação e investimento.

A indústria farmacêutica indiana é a terceira maior em volume e a décima primeira em valor, sendo líder mundial em medicamentos genéricos e vacinas. O país fornece mais de 60% das vacinas globais contra DPT, BCG e sarampo, com capacidade instalada competitiva e alinhada com as normas da OMS.

Até 2030, estima-se que o setor farmacêutico possa atingir um volume de negócios de 130 mil milhões de USD, impulsionado por:

- Maior **procura interna**, associada ao crescimento da classe média e ao envelhecimento populacional
- Reforço dos **gastos públicos em saúde**, com meta de 2,5% do PIB até 2025
- Expansão de **hospitais privados, seguros de saúde e medicina digital**
- Crescente **procura por biossimilares, biológicos e dispositivos médicos**. O setor de biotecnologia é uma prioridade estratégica para o Governo, com foco em vacinas, terapias genéticas, biofarmacêuticos e soluções para a agricultura e ambiente. A Índia dispõe de centros de excelência em Bangalore, Hyderabad e Pune, com ecossistemas abertos à internacionalização e à transferência de tecnologia

As empresas portuguesas com competências em ingredientes farmacêuticos ativos (APIs), biotecnologia, serviços especializados de I&D, software médico, equipamentos de laboratório, saúde digital e IA aplicada à saúde podem encontrar oportunidades concretas de entrada ou de parcerias industriais.

Há ainda potencial para *nearshoring*, especialmente em nichos com elevada exigência técnica, onde a reputação e certificações europeias são valorizadas.

Setor Alimentar

A Índia, com cerca de 60-80% da população vegetariana por razões religiosas, culturais ou económicas, representa um dos únicos grandes mercados com uma dieta de base vegetal, ambientalmente sustentável e, em larga medida, autossuficiente. A expressão



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

“You eat what you have” reflete bem a realidade de um consumo limitado pelo poder de compra e pela precariedade logística, em particular na cadeia de frio.

Atualmente, não existe uma cadeia nacional de supermercados e, mesmo em cidades como Nova Deli, os padrões de retalho moderno estão muito aquém dos europeus, assemelhando-se ao que existia em Portugal nos anos 70. A distribuição alimentar faz-se sobretudo em mercados de rua e pequenos retalhistas. A transformação estrutural do retalho alimentar deverá ocorrer nesta década, impulsionada pelo crescimento urbano e pelo comércio eletrónico.

A produção alimentar indiana é dominada por categorias como laticínios, frutas e legumes, aves e especiarias. A Índia é o maior produtor mundial de leite, especiarias e castanha de caju, e o segundo maior em frutas, legumes, chá, cana-de-açúcar e trigo.

Estima-se que o mercado indiano de alimentos processados atinja os 535 mil milhões de USD até 2025, com uma taxa de crescimento anual composta de 15,2%. Esta expansão será visível não apenas nas grandes metrópoles, mas também nas cidades de nível 2 e 3, que começam a consumir produtos industrializados e de conveniência em maior escala.

Para os consumidores mais abastados (topo da pirâmide), cresce o interesse por produtos *gourmet*, saudáveis e suplementos alimentares, incluindo parabióticos, produtos funcionais e ingredientes inovadores. A classe média alta urbana começa também a explorar novas experiências culinárias e sabores internacionais.

Contudo, o quadro regulamentar e fiscal continua fortemente protetor do setor produtivo nacional, limitando as oportunidades para a exportação direta de produtos agroalimentares. O regime de licenciamento, as taxas alfandegárias elevadas e os entraves técnicos tornam a entrada no mercado difícil, exceto para nichos de alto valor acrescentado.

Neste contexto, a produção local com tecnologia e *know-how* estrangeiros apresenta-se como a via mais promissora para as empresas portuguesas. O investimento direto na Índia, seja através de fábricas, *joint ventures* ou unidades de transformação alimentar, permite contornar barreiras alfandegárias e beneficiar de economias de escala.

Economia do Mar: uma oportunidade estratégica

A Índia tem mais de 7 500 km de costa e uma população costeira que ultrapassa os 170 milhões. É o segundo maior produtor mundial de pescado de aquacultura, com fortes ambições de expansão. Ainda assim, o país carece de tecnologia avançada em conservação, transformação e valorização de pescado.

Neste domínio, Portugal pode afirmar-se como um parceiro estratégico, através do fornecimento de soluções tecnológicas, equipamentos de refrigeração e processamento, logística de frio, modelos de certificação sanitária e *know-how* em produtos de valor acrescentado (enlatados, conservas *gourmet*, peixe fumado ou congelado de alta qualidade).

Empresas portuguesas com soluções na fileira do mar - desde aquacultura e transformação até logística e embalagens - encontram na Índia uma oportunidade para investir, transferir tecnologia ou criar plataformas industriais orientadas tanto para o mercado interno como para exportação regional.

Fonte(s):

[Invest India - National Investment Promotion and Facilitation Agency](#)

[The Economist Intelligence Unit \(EIU\)](#)

(07/2025)



9. Quadro Legal e Regulamentar

9.1. Acordos Internacionais

Acordos União Europeia | Índia

A UE estabelece relações comerciais com países terceiros através da celebração de acordos, que visam a criação de melhores oportunidades de comércio e a supressão de barreiras (pautais e não pautais) entre as partes.

O quadro legal do relacionamento entre a Índia e a UE tem lugar no âmbito do [Acordo de Cooperação](#) de natureza não preferencial, nos termos do qual não há isenções/reduções das taxas dos direitos aduaneiros), vigorando entre as partes o tratamento da [nação mais favorecida](#) de acordo com as regras da OMC. A 17 de janeiro de 2026 foram concluídas as negociações tendentes à celebração do Acordo de Comércio Livre (ALC) entre as partes, que se espera possa ser assinado ainda este ano, com entrada em vigor em 2027.

Os [sites](#) da [Comissão Europeia](#), [Parlamento Europeu](#), [Access2Markets](#) e [Delegação da UE](#) na Índia disponibilizam esta e outra informação relevante sobre o relacionamento da Índia com a UE.

Acordos de Comércio Índia | Outros países

Ao nível dos acordos de comércio, a Índia tem em vigor [acordos de livre comércio](#) (que podem implicar redução/isenção de direitos aduaneiros no comércio entre as partes) com vários países/blocos regionais (ex: [Association of Southeast Asian Nations](#)), Coreia do Sul, Malásia, Nepal, Singapura, [South Asian Free Trade Area](#), Sri Lanka ou Tailândia).

Por outro lado, a Índia celebrou diversas [Convenções de Dupla Tributação](#).

Acordos Natureza Económica Portugal | Índia

- Acordo sobre Coprodução Audiovisual ([ACA](#)), que aguarda a publicação do aviso de entrada em vigor
- Acordo sobre o Recrutamento de Cidadãos Indianos para Trabalho na República Portuguesa ([ART](#)), que aguarda a publicação do aviso de entrada em vigor
- Convenção sobre Segurança Social ([CSS](#)), em vigor desde [07.05.2017](#) e Acordo Administrativo Relativo à Aplicação da Convenção ([AARAC](#)), em vigor desde [04.03.2013](#) mas que produz efeitos apenas desde a data da entrada em vigor da Convenção
- Acordo sobre Promoção e Proteção Recíprocas de Investimentos ([APPRI](#)), que foi denunciado (com termo a [5 de maio de 2017](#)), sem prejuízo de continuar a aplicar-se por mais um período de 15 anos a partir desse momento relativamente aos investimentos realizados ou adquiridos antes dessa data)
- Acordo de Cooperação Económica e Industrial ([ACEI](#)), em vigor desde [30.03.2002](#)
- Convenção para Evitar a Dupla Tributação e Prevenir a Evasão Fiscal em Matéria de Impostos sobre o Rendimento e Respetivo Protocolo ([CEDT](#)), em vigor desde [05.04.2000](#) e Protocolo de Alteração da CDT ([PACDT](#)), em vigor desde [08.08.2018](#) (mais informação no [site](#) da Autoridade Tributária e Aduaneira em [CEDT](#) e [FAQ's - IRC/IRS](#))
- Acordo sobre Cooperação no Domínio do Turismo ([ACDT](#)), que aguarda publicação do aviso de entrada em vigor

(01/2026)

9.2. Regime Geral de Importação

Enquadramento

O regime de comércio externo indiano caracteriza-se, por um lado, por dar especial atenção à melhoria do ambiente de negócios, nomeadamente através da simplificação das formalidades de exportação/importação, e, por outro, por promover as exportações



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

indianas de bens e serviços, no sentido de gerar emprego e aumentar o valor acrescentado do país através da marca “*Make in India*”.

Embora, em regra, a importação para a Índia de produtos comunitários se processe sem restrições, é importante, de qualquer modo, que em face da complexidade do mercado, as empresas exportadoras nacionais tenham em atenção que a abordagem do mesmo apresenta desafios vários, a enfrentar com recurso a apoio por despachante oficial, importador ou assessoria jurídica, com vista à obtenção de orientações sobre requisitos de bens, rotulagem e outras matérias relacionadas com as transações comerciais e realização de negócios.

Procedimentos e Formalidades

Os requisitos gerais e específicos exigidos na Índia para a importação de um determinado produto podem ser consultados na [Access2Markets](#). Depois de selecionado o produto é possível clicar em cada um dos procedimentos ou formalidades para obter informação mais pormenorizada.

Na opção “Síntese” as empresas exportadoras podem ainda aceder a informação variada sobre os procedimentos aplicados a diversos produtos regulados (produtos alimentares, bebidas alcoólicas, químicos, etc.), amostras comerciais, marcação do país de origem, regras de rotulagem e embalagem de várias mercadorias e sistema de normalização aplicado aos produtos industriais (regulamentação técnica/*standards*).

No que se refere especificamente aos géneros alimentícios, a importação de produtos de **origem animal** (ex.: carnes; lacticínios; ovos) e de **vegetais e produtos vegetais** (ex.: plantas; frutas; sementes; e legumes) pode estar condicionada à celebração de um acordo de habilitação (moroso e complexo) entre os serviços veterinários/fitossanitários de ambos países no que se refere ao procedimento e/ou modelo de certificado sanitário/fitossanitário que deve acompanhar a mercadoria.

Nesta sequência, antes da celebração de qualquer negócio com um importador não comunitário, o exportador deve:

- Consultar no *site* da DGAV os procedimentos gerais de exportação para a Índia quanto aos **Géneros Alimentícios de Origem Animal**
- Consultar no *site* do GPP os processos de habilitação em negociação (por país/produto) na **tabela dos Processos de Habilitação à Exportação (em curso)**
- Caso o seu produto não seja mencionado em nenhuma das fontes de informação anteriores, contactar as **Direções de Serviços Regionais da DGAV** em Portugal, para apurar da possibilidade de realizar a exportação dos seus produtos para o mercado em questão

Para mais informação sobre os acordos de habilitação concluídos, em negociação ou a negociar contactar a **Divisão de Internacionalização e Mercados** (produtos de origem animal), a **Direção de Serviços de Sanidade Vegetal** (vegetais e produtos vegetais) ou as **Direções de Serviços Regionais da DGAV**.

No que respeita a requisitos de qualidade e certificação, é responsável na Índia o **Bureau of Indian Standards**, que disponibiliza as respetivas **normas**.

Direitos Aduaneiros e Outros Tributos

Os direitos aduaneiros cobrados pela Índia aquando do desalfandegamento das mercadorias comunitárias regulam-se pelo princípio do tratamento da **nação mais favorecida** de acordo com as regras da OMC, podendo os mesmos ser consultados no *site* [Access2Markets](#), selecionando o produto em questão. No tema “Impostos” é ainda possível obter as demais imposições fiscais liquidadas na importação como, por exemplo, Imposto sobre o Consumo e Taxa de Previdência Social.

Em setembro de 2025, a Índia operou uma **reforma** das taxas do Imposto sobre Bens e Serviços (GST).



Propriedade Industrial (marcas, patentes, design)

O registo efetuado em Portugal apenas produz efeitos em território nacional.

É possível alargar a proteção legal a outros países através de registo internacional (procedimentos: [marcas](#); [patentes](#); [design](#)) ou efetuar o registo diretamente no mercado pretendido, junto do [organismo](#) responsável pela proteção da propriedade industrial, que no caso da Índia é o [Office of the Controller General of patents, Designs & Trademarks](#).

Entraves | Obstáculos

Existem alguns obstáculos horizontais aos vários setores, de entre os quais se destacam alguma desconformidade dos procedimentos aduaneiros em vigor, a exigência de [standards e requisitos técnicos](#) de produtos a exportar, incluindo ao nível da rotulagem, a necessidade de todos os produtos eletrónicos e tecnologias de informação deverem ser [registados/certificados junto do Bureau of Indian Standards](#), a [certificação para calçado \(QCOs\)](#) e para [mobiliário](#) (esta a vigorar a partir de 13 de fevereiro de 2026), a apresentação de [certificado de conformidade](#) pelo fabricante de brinquedos, a exigência de conteúdo local para o acesso aos [Concursos Públicos](#) e a [falta ou proteção insuficiente dos direitos de propriedade industrial](#).

(05/2025)

9.3. Regime de Investimento Estrangeiro

Quadro Legal

O quadro legal do investimento externo indiano, que se regula pelo [Foreign Exchange Management Act 1999 \(FEMA\)](#) e demais legislação complementar, caracteriza-se por ser aberto e liberal relativamente ao investimento estrangeiro, sendo permitida a participação estrangeira a 100% na maior parte dos setores económicos, sendo alguns proibidos ou limitados (em que se permite a participação estrangeira apenas parcialmente) - [FDI Policy](#). O capital do investimento original, bem como os lucros, podem ser repatriados livremente, após cumprimento das obrigações fiscais.

No que respeita às formalidades, a maioria dos projetos de investimento é efetuada ao abrigo do sistema de aprovação automática ([Automatic route](#)), onde o investidor tem apenas de notificar o [Reserve Bank of India](#) no prazo de 30 dias após a transferência do capital. Na outra vertente ([Government route](#)) é exigida a aprovação prévia governamental, sendo competente o respetivo Ministério/departamento responsável pelo licenciamento/incentivo).

Relativamente às formas de estabelecimento, a constituição de uma empresa na Índia deverá observar a legislação local, nomeadamente no que respeita à opção por uma determinada forma jurídica de sociedade, elaboração dos respetivos Estatutos ou Contrato Social e registo da sociedade recém-criada, entre outras formalidades específicas.

As sociedades a constituir deverão cumprir diversas formalidades: obtenção do [cartão PAN](#), que comporta o [Número de Conta Permanente \(PAN\)](#) e designação da empresa, que é o meio de identificar os vários contribuintes no país; criação de uma conta empresarial; o registo como PME ao abrigo da [Lei MPME](#) (ainda que, normalmente, o registo não seja obrigatório, mas que permite o usufruto de quaisquer benefícios ou subsídios do Governo); e o registo para efeitos do Imposto sobre Bens e Serviços (GST), caso o volume de negócios anual seja superior ao [limite](#) legalmente previsto.

Organismo de Apoio e Guias de Investimento

Em termos institucionais, a [National Investment Promotion & Facilitation Agency](#) é a entidade responsável pela captação de investimento estrangeiro, que disponibiliza informações atualizadas sobre vários aspetos relevantes para o investidor externo, como, por exemplo, tipos de sociedades, sistema laboral, vistos e sistema fiscal.

Guias de Investimento e informação relevante para o investidor externo disponível na [Internet](#):

- [Doing Business in India Investors Guide \(Invest in India, 2021-2022\)](#)
- [Doing business in India \(C.RE. Sharedalal, 2024\)](#)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

- [An introduction do Doing Business in India \(2025\)](#)
- [Doing business in India \(EY, 2022\)](#)
- [Tax credits and incentives \(PWC, 2024\)](#)
- [Code on Social Security FAQs](#)
- [Vistos \(Embassy of India\)](#)
- [Guia Prático – Destacamento de Trabalhadores de Portugal para Outros Países \(2025, Segurança Social\)](#)

Não obstante a informação recolhida, é sempre aconselhável que o investidor estrangeiro recorra a ajuda jurídica especializada para a concretização e formalização do seu negócio no mercado, pelo que é essencial que sejam contratados escritórios de advogados, de forma a salvaguardar a sua posição e os seus direitos.

Relações Bilaterais de Investimento

Finalmente, de forma a promover e a reforçar as relações bilaterais de investimento entre Portugal e a Índia estão em vigor uma Convenção para Evitar a Dupla Tributação em Matéria de Impostos sobre o Rendimento ([CEDT](#)) e uma Convenção de Segurança Social ([CSS](#)).

Por outro lado, embora denunciado (com termo ocorrido em 5 de maio de 2017), o Acordo sobre Promoção e Proteção Recíprocas de Investimentos ([APPRI](#)) manter-se-á aplicável por mais 15 anos a partir daquela data, relativamente aos investimentos realizados ou adquiridos antes da mesma.

Entraves | Obstáculos

Não obstante as potencialidades do país, há aspetos que os empresários devem considerar no momento da decisão, como a burocracia, a falta de clareza na aplicação da legislação de investimento nos diversos setores, a estrutura federal do Estado e as competências estaduais exclusivas em certas áreas, como a fiscal, com regras próprias de região para região, o que dificulta a visibilidade das efetivas condições de investimento, e os problemas de proteção da Propriedade Intelectual (PI). Neste sentido, na ótica da abordagem de uma PME a este mercado, a parceria com uma empresa local é, à partida, fundamental.

(05/2025)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

10. Recomendações

Negociação

A flexibilidade e paciência são consideradas dois sinais positivos no decurso de uma negociação, que pode prolongar-se por bastante tempo e nunca deve ser precipitada. A assertividade tem de ser transmitida com um sorriso e nunca como uma ordem. Os negócios fazem-se entre iguais e os ocidentais terão de merecer ser tratados como iguais.

Cumprimento

A iniciativa de cumprimento entre homens e mulheres varia com o contexto. Em meios mais tradicionais ou perante mulheres de idade mais avançada, é preferível aguardar que a iniciativa parta delas. O gesto de saudação tradicional — mãos postas em frente ao rosto (namastê) — é comum e amplamente aceite, especialmente fora dos centros urbanos. Nos meios urbanos e empresariais modernos, o aperto de mão é hoje prática comum, embora nem sempre universal.

Cartões de Visita

A troca de cartões de visita continua a ser um ritual importante no início de qualquer encontro profissional. Devem ser apresentados com ambas as mãos, com atenção e respeito. Ter cartões bilingues (inglês e português) é uma mais-valia. Em reuniões mais informais ou digitais, é frequente o envio de perfis de LinkedIn ou cartões digitais por WhatsApp.

Reuniões

É aconselhável agendar reuniões com pelo menos 2 a 4 semanas de antecedência, com confirmações subsequentes — na semana anterior e no próprio dia. O final da manhã ou início da tarde são os melhores momentos, tendo em conta os longos tempos de deslocação nas grandes cidades.

É difícil marcar mais de três a quatro reuniões presenciais por dia. As reuniões de seguimento são, cada vez mais, realizadas por videoconferência (Zoom, Google Meet ou WhatsApp Video).

Pontualidade

A noção de tempo na Índia é relativa e altamente dependente do setor e da localização. Em empresas multinacionais ou centros urbanos como Bangalore, Mumbai ou Gurgaon, a pontualidade é geralmente respeitada. Noutras zonas, atrasos de 10 a 20 minutos são habituais.

Interrupções durante reuniões não são incomuns, e devem ser encaradas com naturalidade. Demonstrar flexibilidade neste ponto é sinal de compreensão cultural.

Vestuário

Depois do covid o vestuário mais formal caiu em desuso, com exceção de eventos mais institucionais, em que os indianos muitas vezes usam trajes nacionais. A plutocracia indiana tem, frequentemente, uma forma de vestir bastante ostentatória. De recordar que o clima na Índia é inóspito, pelo calor e poluição, em largos meses do ano.

Fonte(s):

AICEP

(07/2025)