



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Japão

O Japão conta com uma população de cerca de 123,1 milhões de habitantes, sendo o PIB *per capita* de 35 982 USD em 2025, segundo dados da EIU.

Os serviços são o principal setor da economia, estimando-se que tenham representado 65,9% do produto interno bruto em 2025, seguindo-se a indústria (29,9%) e a agricultura (1,0%).

O país tem uma poderosa economia a nível mundial, com consumidores sofisticados, que têm grande apetência por produtos estrangeiros e dispõe de uma indústria que se encontra nos primeiros lugares em múltiplos setores, como se verifica, por exemplo, ao nível do setor automóvel e robótica. Trata-se de um mercado francamente aberto às importações, e consequentemente, fortemente concorrencial, sendo este mercado muito rigoroso em termos da qualidade e segurança dos produtos.

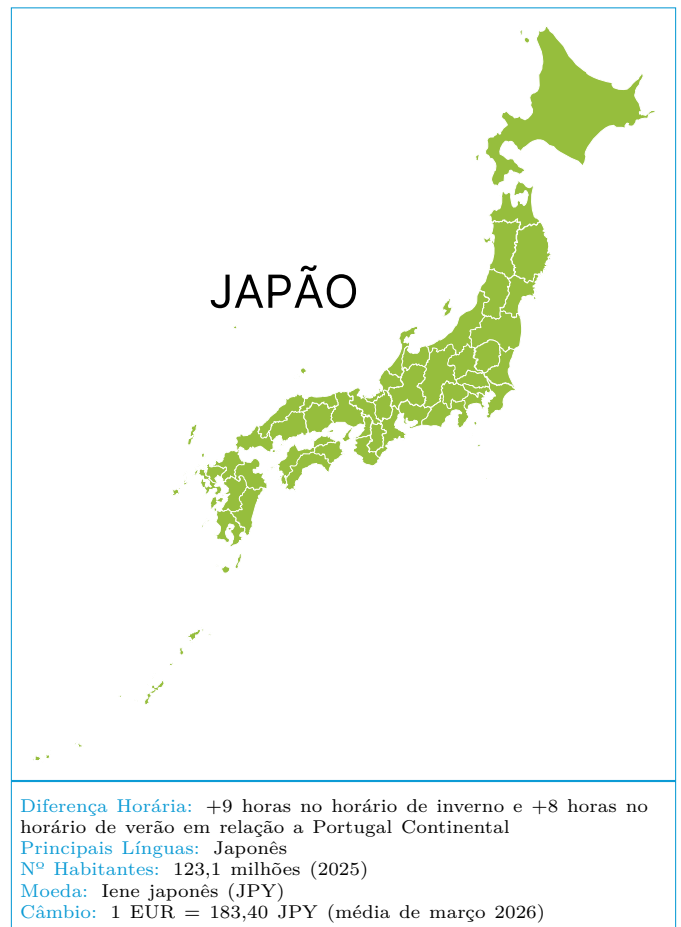
Verificou-se um crescimento do PIB de 1,1% em 2025, na sequência de uma contração em 2024 (-0,2%). A EIU prevê um crescimento do PIB de 0,6% para 2026. O enquadramento económico em 2026 deverá continuar a ser desafiador devido ao aumento dos conflitos comerciais e militares no mundo, que por sua vez poderá ter um efeito moderador sobre a procura comercial e interromper as cadeias de abastecimento do Japão. O crescimento do consumo privado poderá ser limitado pela pressão renovada no sentido de um iene mais fraco, pelos custos da energia mais elevados decorrentes do conflito no médio oriente, pelo crescimento reduzido do rendimento real das famílias e devido à persistente incerteza económica. A taxa de inflação prevista para 2026 é de 2%.

De acordo com dados disponibilizados pela EIU, o mercado do Japão ocupou a 19.^a posição em termos de desempenho global, ao nível da sustentabilidade, no *Overall Ranking 2024*, isto é, dos pontos de vista ambiental, social e da governança, num total de 151 mercados, sendo que uma classificação mais elevada neste *ranking* representa um menor risco de sustentabilidade. Em detalhe, o Japão situou-se: a) a nível ambiental, em 36.^o lugar; b) na dimensão social, em 9.^o lugar; c) em matéria de governança, em 17.^o lugar.

No que respeita à Balança de Pagamentos, é de referir que o saldo acumulado das Balanças Corrente e de Capital foi de 4,7% do PIB de 2024, enquanto o saldo da Balança Financeira se situou em 4,1% do PIB, tendo por base dados do FMI.

Em termos de oportunidades de negócio, o Japão poderá ser um mercado interessante para os produtos alimentares, vinhos, produtos de cortiça, materiais de construção, indústria farmacêutica, energia eólica *offshore*, tecnologias de informação, entre outros.

(04/2026)





AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Índice

1.	Ambiente de Negócios	3
2.	Dados Macroeconómicos	5
3.	Análise Sumária.	6
4.	Importações	8
5.	Exportações	10
6.	Balança Comercial.	12
7.	Tendências	14
8.	Setores/Produtos de Oportunidade	18
9.	Quadro Legal e Regulamentar.	20
10.	Recomendações.	24





AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

1. Ambiente de Negócios

- 15º/82 - Ranking Global
- 35º/69 - Competitividade
- 30º/176 - Facilidade
- 18º/182 - Transparência
- A2 - Risco Geral (A1 = risco menor; E = risco maior)
- A1 - Risco Económico (A1 = risco menor; E = risco maior)

Fonte(s): The Economist Intelligence Unit (EIU), 2026 - Ranking Global; IMD World Competitiveness Ranking, 2025; The Heritage Foundation - Index of Economic Freedom, 2026; TI-Corruption Perceptions Index, 2025; Coface, 2025 - Risco Geral e Risco Económico

1.1. Cultura de Negócios

Reuniões

De uma maneira geral, as empresas japonesas gostam de ter o maior número de informação possível sobre as empresas com as quais vão reunir com o objetivo de fazer negócios. Assim, para marcação de reuniões, é necessário que a empresa requerente faculte informação sobre si própria, a sua atividade e a sua capacidade de oferta, incluindo níveis de preço, encomendas mínimas, prazos de entrega, etc. É sempre preferível informações em japonês, porque os japoneses trabalham, como regra, em equipa e há colaboradores que não são fluentes em inglês.

Negociação

O estilo de negociação é diferente do europeu, tendendo os japoneses a encarar um negócio mais como uma intenção no âmbito de um relacionamento de longo prazo, pelo que valorizam o estabelecimento de relações comerciais duradouras e também ao nível pessoal, sendo a confiança um aspeto fundamental. Face às características da cultura local, há que evitar comportamentos que envolvam pressão e situações de confronto.

Tomada de Decisão

Raramente um parceiro japonês toma decisões durante uma reunião e muitas delas são tomadas em grupo, pelo que o processo decisório é longo. Procura-se assegurar um consenso alargado.

Língua

Embora os japoneses entendam inglês, a maioria não se exprime com facilidade nesta língua. Por isso, muitas empresas japonesas só aceitam receber empresários estrangeiros, se estes se fizerem acompanhar por um intérprete.

Pontualidade

Os japoneses são muito rigorosos ao nível da pontualidade, sendo o atraso considerado como uma enorme falta de respeito.

Hierarquia

No Japão existe uma grande consideração pela idade e é dada muita relevância ao estatuto que cada um ocupa na organização.

Outro Aspeto

A cultura japonesa de negócios coloca ênfase na harmonia e na prevenção de conflitos ou confrontos diretos. Esta abordagem está enraizada em vários conceitos e práticas culturais que têm a ver com a forma como os negócios são conduzidos no Japão.

Fonte(s):

AICEP - Ponto de Rede



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

EU Business in Japan

(04/2026)

1.2. Hábitos de Consumo

Abordagem geral

Ao nível das principais categorias de despesas de consumo das famílias japonesas destacam-se as seguintes: produtos alimentares e bebidas; transportes e comunicações; habitação, *utilities* e combustíveis; bens e serviços diversos.

Verifica-se uma contínua ocidentalização do estilo de vida do japonês. Este caracteriza-se por ser um consumidor exigente, bem informado, viajado, cosmopolita, com um elevado poder de compra e com apetência por produtos estrangeiros, embora mantenha uma grande fidelidade aos produtos nacionais. De referir, ainda, que importantes marcas mundiais têm uma forte presença no mercado.

No que concerne aos principais critérios de compra, os japoneses procuram tomar uma decisão tendo em conta a melhor combinação possível de fatores tais como a qualidade, preço, *design*, inovação, diversidade da oferta e características diferenciadoras do produto.

A maior parte dos produtos alimentares são adquiridos nos supermercados, seguindo-se as lojas de conveniência. De referir, ainda, que o país importa muitos produtos alimentares, sendo a qualidade e a segurança dois aspetos fundamentais.

Há o hábito enraizado de fazer refeições fora de casa e de adquirir comida semi preparada ou já pronta a consumir, existindo refeições que são compradas congeladas. No entanto, há japoneses que passaram a preferir cozinhar em casa para gastar menos dinheiro, o que não acontecia anteriormente.

Os consumidores japoneses geralmente gostam de frequentar *shoppings* e lojas especializadas, desde que os mesmos proporcionem uma boa experiência de compra aos seus clientes.

O envelhecimento da população que se vem verificando no país poderá favorecer a comercialização de produtos e a prestação de serviços direcionados para esse segmento de mercado. Trata-se de pessoas que poderão ter elevados níveis de poupança e mobilidade limitada e que normalmente procuram produtos saudáveis e confortáveis, valorizando os serviços de entrega; poderão ter interesse em efetuar compras *online*.

Os japoneses prestam grande atenção à forma como os produtos são apresentados, devendo a embalagem ter muita qualidade.

Uma parte significativa da população utiliza regularmente as redes sociais. Muitos consumidores recorrem às redes sociais antes de efetuarem compras, sobretudo, no que se refere a cosméticos e produtos de moda.

Relativamente aos produtos de luxo, as lojas físicas são ainda muito relevantes porque os consumidores gostam de ter um contacto direto com esses produtos.

É comum o pagamento das compras diárias dos japoneses ser efetuado em dinheiro. Os pagamentos sem dinheiro têm vindo a aumentar gradualmente, tendo já superado a percentagem de 40% do total.

Mudança dos Hábitos de Consumo

Saúde

Trata-se de uma sociedade com um regime alimentar equilibrado e que pratica ativamente desporto e atividades físicas, procurando, na medida do possível, adquirir produtos alimentares saudáveis.

Ambiente

Os consumidores japoneses estão cada vez mais conscientes das questões ambientais, procurando optar por produtos que sejam favoráveis para a sustentabilidade.

Retalho



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

As lojas de conveniência (konbini) no Japão alargaram a sua oferta de produtos para incluir mais alimentos frescos, refeições prontas e produtos de saúde e beleza. As mesmas estão também a procurar satisfazer necessidades dietéticas específicas, tais como opções vegan e sem glúten.

Comércio Eletrónico

No Japão existem excelentes infraestruturas e elevadas competências digitais, tendo o comércio eletrónico vindo a aumentar, quase sempre, nos últimos anos e perspetiva-se que continue a crescer de uma forma estável num futuro próximo.

Espera-se que o gasto médio anual dos japoneses em compras *online*, em 2025, tenha sido superior a 2 000 USD.

Os japoneses que compram via *e-commerce* concentram-se entre os 25 e os 54 anos (68,1%) e a faixa etária 55-64 anos representa 20,3%, repartem-se pelos três escalões de rendimento (68,9% nos escalões médio e alto) e as mulheres (50,6%) compram ligeiramente mais do que os homens (49,4%).

O consumidor *online* japonês valoriza muito a diversidade da oferta, está recetivo a sistemas de pontos ou programas de fidelização similares, utiliza cada vez mais serviços de *chat web* e é um forte utilizador de *smartphones*.

Entre as principais categorias de produtos, em termos de compras *online* no Japão, são de referir a moda; alimentação; eletrónica; bebidas; e beleza e cuidados pessoais.

No comércio *online*, os pagamentos através de cartão têm sido os mais utilizados.

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

Fonte(s):

[AICEP - Ponto de Rede](#)

[Santander / Trade Portal](#)

[USDA - Global Agricultural Information Network Report](#)

[Statista](#)

(04/2026)

2. Dados Macroeconómicos

- 4 429,5 mil milhões USD - PIB a preços de mercado
- 35 982 USD - PIB *per Capita*
- 1,1% - Crescimento real do PIB
- 3,2% - Taxa de inflação
- 1,4 (Var. %) - Consumo privado
- 0,7 (Var. %) - Consumo público
- 0,5 (Var. %) - Formação bruta de captial fixo
- 2,5% - Taxa de desemprego

Fonte(s): The Economist Intelligence Unit (EIU), 2026. Dados referentes a 2025



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

3. Análise Sumária

3.1. Forças

- O Japão está localizado numa região que é dinâmica ao nível económico
- Existência de grandes e poderosas multinacionais, que se afirmaram mundialmente
- A indústria transformadora, um dos principais suportes da economia, produz bens com alta tecnologia sendo, também, bastante diversificada
- O país tem vindo a apostar na excelência das suas infraestruturas
- O nível de escolaridade da população é elevado

Fonte(s):

AICEP

Coface

(04/2026)

3.2. Fraquezas

- Redução gradual da população devido ao seu envelhecimento e a uma baixa taxa de natalidade
- Grande dependência externa no que se refere ao petróleo; o Japão é um dos principais importadores mundiais deste produto, sendo também bastante acentuada ao nível das matérias-primas
- Dívida pública do país muito elevada, representando mais de 200% do produto interno bruto. No entanto, grande parte da mesma está no mercado interno

Fonte(s):

AICEP

Coface

(04/2026)

3.3. Oportunidades

- Quarto maior produto interno bruto a nível mundial em 2025, com uma população de cerca de 123,1 milhões de habitantes
- No Japão há muitos consumidores que dispõem de um elevado poder de compra
- Sociedade sofisticada, cosmopolita, viajada e bem informada
- Mercado exigente, o que permite obter ganhos de produtividade e melhoria da qualidade
- O Japão é um mercado *trend setter* que permite acesso mais fácil a mercados vizinhos

Fonte(s):

AICEP - Ponto de Rede

(04/2026)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

3.4. Dificuldades

- Cultura empresarial peculiar, podendo levar algum tempo a assimilar
- A grande maioria dos japoneses não se exprime com facilidade em inglês. Apenas uma percentagem muito reduzida da população fala inglês de forma fluente
- Processo decisório lento e demorado, sendo muitas decisões tomadas em grupo
- Elevada concorrência por parte das empresas locais e também das estrangeiras

Fonte(s):

AICEP - Ponto de Rede

(04/2026)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

4. Importações

4.1. Produtos

Segundo o Comtrade, as importações do Japão registaram um valor de 743 mil milhões de USD em 2024 (752 mil milhões de USD em 2023). Os cinco principais grupos de produtos importados foram as Máquinas e Aparelhos (24,1%), os Combustíveis Minerais (22,7%), os Produtos Químicos (9,1%), os Produtos Agrícolas (6,2%) e os Metais Comuns (4,7%).

(04/2026)

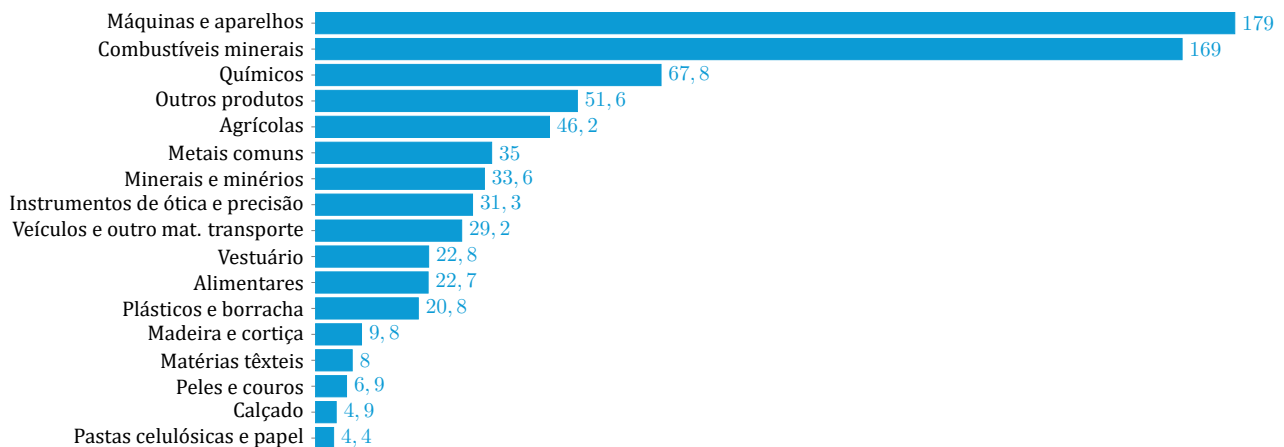


Figura 1: Produtos importados em 2024 (valores em mil milhões de USD)



4.2. Origens

De acordo com o Comtrade, os cinco principais fornecedores do Japão, em 2024, foram a China (22,5%), os EUA (11,4%), a Austrália (7,1%), os EAU (5,0%) e a Coreia do Sul (4,2%). Estes mercados representaram, em conjunto, 50,3% do valor das importações.

(04/2026)

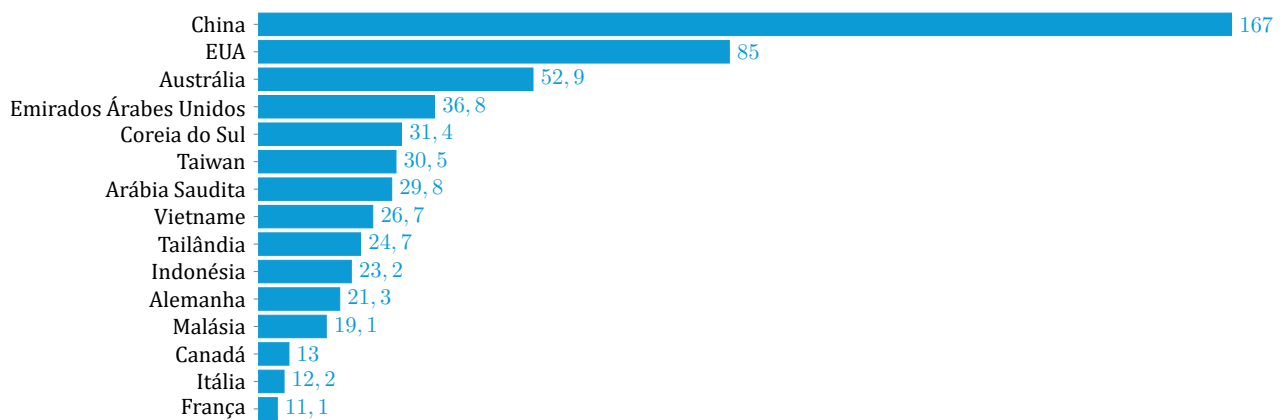


Figura 2: Mercados de origem em 2024 (valores em mil milhões de USD)



5. Exportações

5.1. Produtos

Segundo o Comtrade, as exportações do Japão registaram um valor de 707 mil milhões de USD em 2024 (718 mil milhões de USD em 2023). Os cinco principais grupos de produtos exportados foram as Máquinas e Aparelhos (32,1%), os Veículos e Outro Material de Transporte (23,1%), os Produtos Químicos (8,5%), os Metais Comuns (8,4%) e os Instrumentos de Ótica e Precisão (5,3%).

(04/2026)

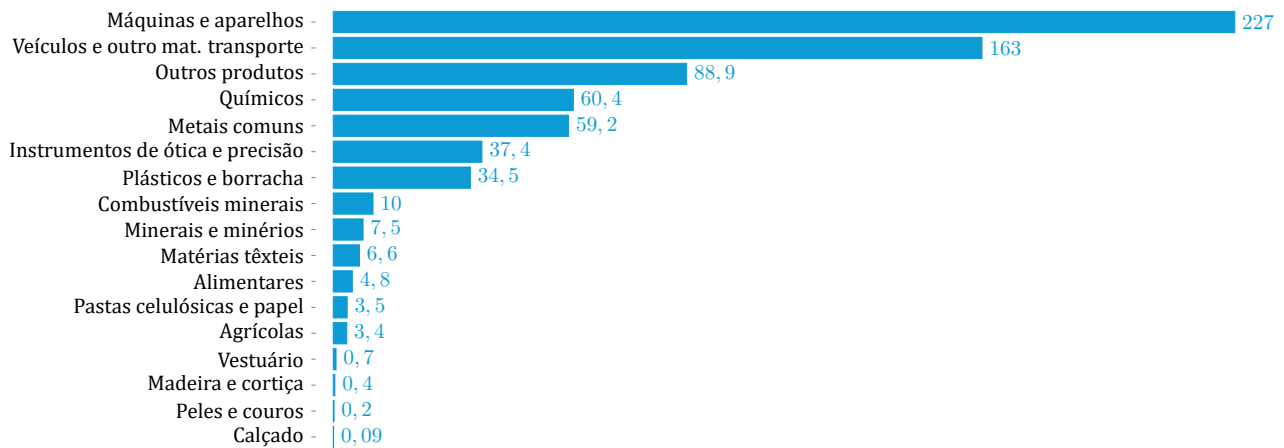


Figura 3: Produtos exportados em 2024 (valores em mil milhões de USD)



5.2. Destinos

De acordo com o Comtrade, os cinco principais mercados-clientes do Japão, em 2024, foram os EUA (20,0%), a China (17,6%), a Coreia do Sul (6,6%), Taiwan (6,4%) e Hong Kong (5,1%). Estes mercados representaram, em conjunto, 55,7% do valor das exportações.

(04/2026)

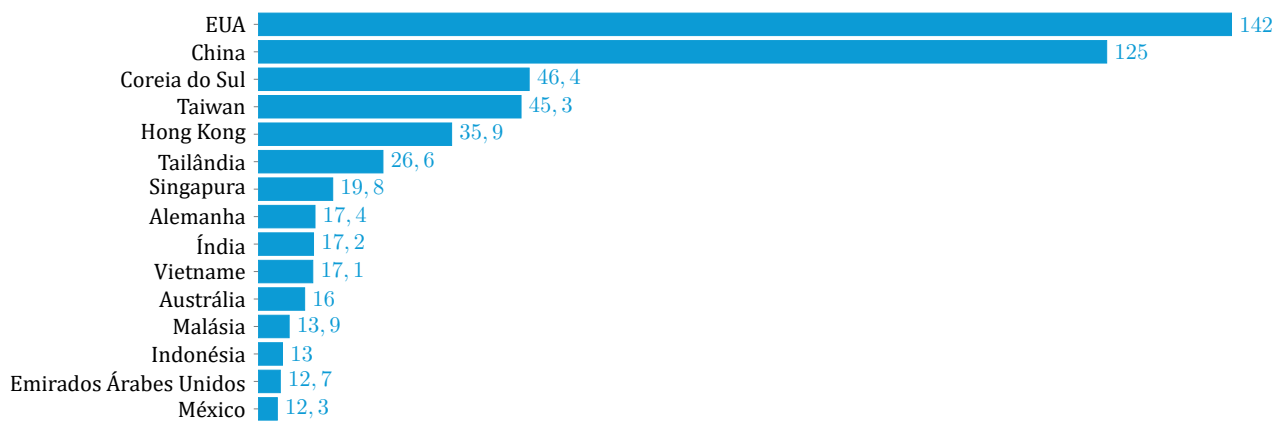


Figura 4: Mercados de destino em 2024 (valores em mil milhões de USD)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

6. Balança Comercial

6.1. Mundo

De acordo com o Comtrade, o Japão registou, em 2024, um défice de 35 mil milhões de USD, o que representou uma diminuição do saldo de 41 mil milhões de USD face a 2020 e de 1 462 milhões de USD em relação a 2023. A taxa de cobertura das importações pelas exportações situou-se em 95,3%, o que significou menos 0,3 pp do que o registado em 2023.

(04/2026)

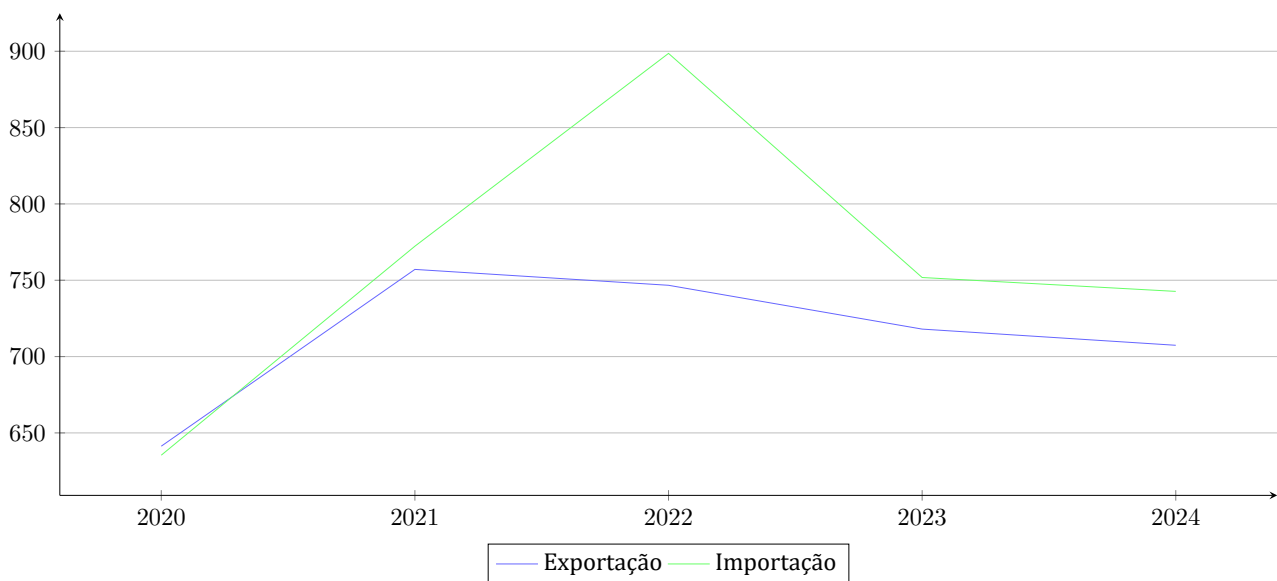


Figura 5: Balança Comercial Japão / mundo (valores em mil milhões de USD)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

6.2. Portugal

Segundo o INE, o Japão foi o 31º cliente das exportações portuguesas de bens em 2024, com uma quota de 0,4%, ocupando a 30ª posição ao nível das importações (0,5%). Ao longo do período 2020-2024 verificou-se uma média de crescimento anual das exportações de 9,1% e de 22,2% nas importações. A balança comercial de bens foi desfavorável ao nosso país, tendo apresentado um défice de 210 milhões de euros em 2024. Na estrutura das exportações destacam-se em 2024 os Veículos e Outro Material de Transporte (30,3%), os Produtos Alimentares (25,1%), as Máquinas e Aparelhos (10,9%), os Produtos Químicos (8,5%) e os Instrumentos de Ótica e Precisão (5,3%). Os principais grupos de produtos importados em 2024 foram os Veículos e Outro Material de Transporte (31,0%), os Metais Comuns (25,4%), as Máquinas e Aparelhos (17,5%), os Plásticos e Borracha (9,6%) e os Instrumentos de Ótica e Precisão (5,7%).

(04/2026)

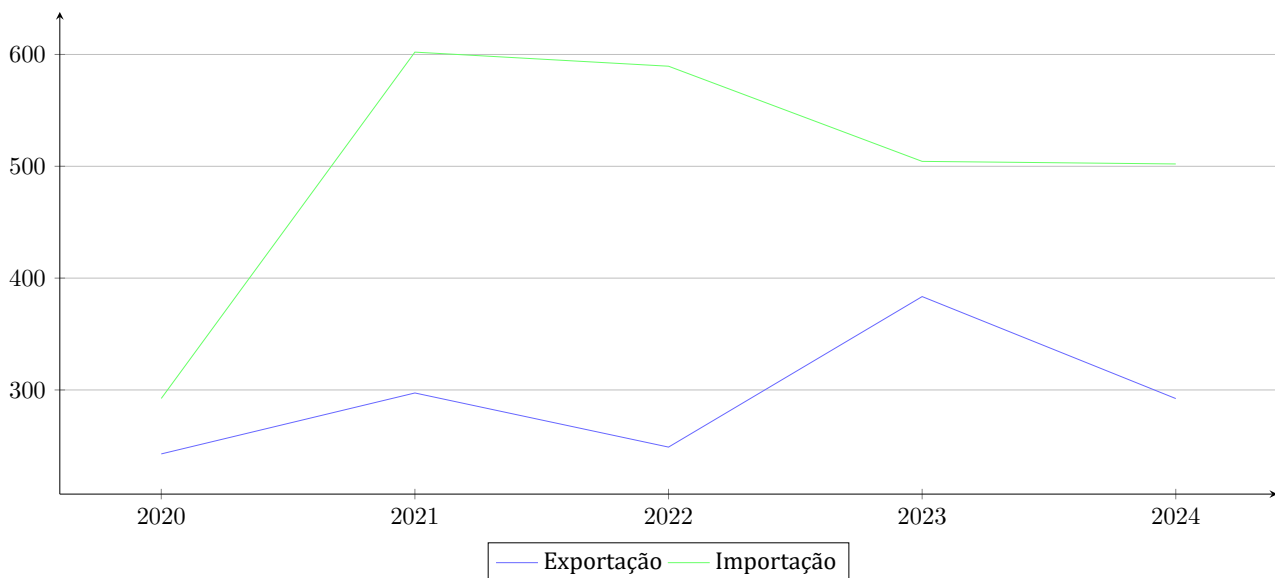


Figura 6: Balança Comercial Japão/Portugal (valores em milhões de Euros)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

7. Tendências

Relações externas

Dar continuidade à política de relacionamento pacífico e construtivo com todas as culturas, civilizações e países do mundo.

A aliança de segurança com os Estados Unidos da América deverá continuar a ser a base da estratégia de defesa do Japão, apesar da mudança estratégica do Governo norte-americano no sentido da segurança hemisférica.

Continuar o esforço para eliminar diferendos diplomáticos com países vizinhos como a China, Coreia do Sul e Coreia do Norte.

Demografia

A população está a diminuir e a envelhecer rapidamente. Segundo dados da EIU, a população do Japão situou-se em 123,1 milhões de habitantes em 2025, prevendo-se que diminua para 119,6 milhões de habitantes em 2030. A população compreendida na faixa etária com 65 ou mais anos, que representava 26,2% da população em 2014, aumentou para cerca de 30,0% em 2025, prevendo-se que a respetiva percentagem, em 2030, seja de 31,1%. Espera-se que a população em idade ativa diminua de cerca de 72,34 milhões em 2025 para 69,92 milhões em 2030. A projeção da EIU aponta para que a população se possa reduzir para 105,1 milhões de pessoas em 2050.

Índices de fertilidade muito baixos.

Esperança de vida muito elevada (Mulheres – 88,03 / Homens – 81,99 anos, segundo dados da EIU para 2025).

A inteligência artificial, robotização e *internet of things (IoT)* poderão contribuir para atenuar o problema da diminuição e envelhecimento da população.

Tomada de medidas que facilitem a maternidade (trabalho flexível, creches, teletrabalho).

Ensino Superior

Importância crescente das universidades e outras organizações públicas dedicadas à investigação no desenvolvimento tecnológico.

Atualizar a regulamentação referente às universidades públicas, no sentido de revitalizar a gestão e de garantir melhores perspetivas de carreira ao corpo docente e investigador.

Rever a legislação relativa à atribuição de incentivos e subsídios do setor privado com o objetivo de apostar nas universidades públicas que se especializem em investigação.

Aumento dos salários nas universidades públicas de forma faseada e em função dos níveis de desempenho no sentido de promover as oportunidades para os investigadores mais jovens.

Emprego

No Japão o pleno emprego é uma prioridade estratégica.

Criação de condições para que a mulher se mantenha no mercado de trabalho depois da maternidade.

Maior flexibilidade laboral, redução do horário laboral e melhor equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.

Com COVID-19, maior flexibilidade no local de trabalho.

Poderá existir um aumento modesto no número de trabalhadores qualificados e estagiários do exterior no médio prazo, tendo em vista atenuar a escassez de mão de obra em setores específicos como a indústria transformadora, assistência social, transporte e turismo.

A EIU perspetiva que não existam oscilações significativas na taxa de desemprego nos próximos quatro anos, prevendo que a respetiva percentagem se possa situar em 2,5% em 2030.

Saúde



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Contínuo desenvolvimento de serviços médicos, paramédicos e afins de grande qualidade e acessíveis a toda a gente.

Medicina preventiva plenamente disponível com o registo do historial médico de todos os indivíduos partilhado por todas as instituições médicas.

Principalmente para populações idosas em áreas remotas, desenvolvimento da medicina *online*, que permite o tratamento de doentes em casa por profissionais de saúde a partir de hospitais e similares.

Regime alimentar equilibrado, cuja aprendizagem tem início no ensino primário.

Prática generalizada de desporto e atividades físicas, extensiva a todos os escalões etários.

Perspetiva-se que a esperança de vida, que é uma das mais longas entre os países desenvolvidos, possa aumentar.

A despesa global com cuidados de saúde deverá crescer a um ritmo moderado no período 2025-2029, prevendo a EIU uma taxa de crescimento anual composta de 3,1%, em termos nominais, sendo impulsionada principalmente pela necessidade de cuidar da população idosa.

Economia

Continuação da aposta nas exportações de produtos de elevado valor acrescentado.

Angariação de IDE em setores de alto valor acrescentado.

Desenvolvimento de novos produtos.

Desafios que se colocam a curto/médio prazo: baixa taxa de crescimento da produtividade, aumento da carga fiscal, aumento das tarifas dos Estados Unidos da América.

Aplicação substancial de pacote de estímulos na descarbonização e na digitalização.

Perspetiva-se que a economia continue a registar um ritmo de crescimento modesto no período 2027-2030. Espera-se que o crescimento seja impulsionado pela estabilização das condições económicas, inflação moderada, políticas governamentais que promovam o crescimento salarial consistente e o aumento da produtividade na indústria transformadora e nos serviços através da automação, requalificação profissional e modernização das infraestruturas. No entanto, os dados demográficos desfavoráveis são um fator que dificulta um maior crescimento do PIB, incluindo a persistente escassez de mão de obra devido à diminuição e envelhecimento da população japonesa. O consumo privado deverá aumentar de forma constante, mas modestamente, à medida que a inflação se mantiver controlada e as condições existentes no mercado de trabalho levarem a um crescimento real positivo e sustentado dos salários. Poderão existir incentivos fiscais para estimular o investimento em digitalização industrial, tecnologias de energia limpa, indústrias com tecnologias avançadas (incluindo inteligência artificial, semicondutores e robótica) e infraestruturas. As despesas no setor da defesa e áreas afins poderão registar um aumento significativo.

Indústria

Crescimento acentuado da utilização de inteligência artificial, TIC e *robots* nas PME e microempresas, através de redução de impostos sobre o capital investido.

Desenvolvimento de cadeias de abastecimento locais, *know-how* tecnológico e capacidade de fabricação. Num contexto de tensões geopolíticas elevadas, o Governo pretende aumentar a segurança económica, diversificando as cadeias de abastecimento do país e incentivando a relocalização da indústria transformadora, particularmente em indústrias estratégicas como *microchips* e produtos relacionados com a energia verde.

Revolucionar os transportes no sentido de os veículos sem condutor serem uma realidade a muito breve prazo.

Desenvolvimento da nova geração de veículos (elétricos e *fuel cell / H2*).

Sociedade 5.0

Construção da Sociedade 5.0, destacando-se as inovações tecnológicas mais recentes (a inteligência artificial a funcionar como cérebro, os *robots* como músculo e a *internet of things* como sistema nervoso).



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Providenciar produtos e serviços personalizados (e não do tipo produção/consumo massificado), logo criando maior valor acrescentado.

A construção da Sociedade 5.0 vai implicar grandes alterações e muitas novas oportunidades, em todos os aspetos da economia e da sociedade.

Economia Digital

O *e-commerce* tem tido um crescimento nos últimos anos, exceto em 2022 em que se verificou uma redução do valor das compras *online*. Perspetiva-se que as compras *e-commerce* possam aumentar em 2026 e nos próximos quatro anos.

Tecnologia

Desenvolvimento de novas tecnologias com vista à eliminação do CO2 no ambiente, como por exemplo recorrendo ao armazenamento de energia e à utilização de hidrogénio.

Forte investimento no desenvolvimento de novas tecnologias, como por exemplo recorrendo à inteligência artificial, robotização e *internet of things*.

Segundo a EIU, espera-se que mais investimentos e capacidade de investigação possam ser destinados ao desenvolvimento e fabricação de semicondutores de ponta, materiais e veículos de energia limpa. Isso será apoiado por incentivos fiscais para novos investimentos, financiamento público e a facilitação de colaboração internacional em tecnologias e produtos estratégicos.

Startups

Com o objetivo de aumentar a abertura à inovação, pretende-se fomentar a cooperação entre *startups* estrangeiras e grandes empresas japonesas.

Infraestruturas

Segundo a EIU, espera-se que, em 2026-2027, haja progressos na melhoria da integração das infraestruturas físicas e as tecnologias digitais, incentivando uma digitalização mais ampla das empresas.

O ritmo de investimento e instalação de infraestruturas de carregamento de baterias para veículos elétricos e híbridos deverá acelerar em 2028-2030.

Segurança e Defesa

Aumento das despesas com a defesa face às movimentações bélicas que se verificam na região e consolidação de aliança com os EUA.

Energia

A EIU prevê que o consumo interno bruto de energia deverá continuar a diminuir ao longo do período 2025-2034 a uma média anual de 1,2%, refletindo a melhoria da eficiência energética, o declínio populacional e uma situação estável em termos de crescimento do PIB. Espera-se que diminua, em média anual, o consumo interno de petróleo (-2,5%), gás natural (-2,1%) e carvão (-3,5%) nesse período, à medida que o país utiliza cada vez mais energia nuclear e energias renováveis, especialmente solar e eólica, tendo em vista descarbonizar e reduzir a sua dependência das importações de energia. Prevê-se que o consumo interno de eletricidade possa aumentar marginalmente nesse período.

Smartification

Integração de novas tecnologias (como por exemplo, TIC, inteligência artificial, *internet of things*, mobilidade elétrica, veículos sem condutor, energias renováveis e novos materiais) no desenvolvimento urbanístico, com vista à criação de novos modelos de aglomerados populacionais, inteligentes, ecológicos e *human friendly*.

A agricultura, as pescas e a exploração florestal sofrerão significativos aumentos de produtividade através da utilização de inteligência artificial, *robots* e drones, que permitirão produção em larga escala, com qualidade mais elevada e necessitando de menos mão de obra.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Fonte(s):

[AICEP - Ponto de Rede](#)

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

(04/2026)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

8. Setores/Produtos de Oportunidade

Produtos alimentares

O mercado do Japão, em termos calóricos, é autossuficiente em apenas 38%, existindo uma elevada dependência do país relativamente aos produtos alimentares provenientes dos mercados externos.

Carne de porco

Portugal está certificado enquanto país exportador e o Japão é um dos maiores importadores de carne de porco. Com a exclusão de produtos italianos e alemães (peste suína africana) têm surgido oportunidades de negócio para produtos como o presunto, mortadela, etc.

Carne de ruminantes

Conjuntamente com a DGAV foi iniciado o processo de aprovação de laboratórios que permitirá a certificação de produtores e, posteriormente, a aprovação para exportação para o mercado.

Peixe e conservas de peixe

Trata-se de um dos mercados de maior dimensão para este tipo de produtos, efetuando o Japão importações significativas neste âmbito.

Azeite

Principalmente azeite a granel para as marcas próprias e para a indústria da cosmética. O azeite começa a fazer parte da gastronomia japonesa. Há milhares de restaurantes franceses, italianos e espanhóis no país e os japoneses viajam muito para estes destinos, adquirindo deste modo o hábito de consumir azeite. Em termos de marcas, o mercado está fortemente dominado pelos espanhóis e italianos.

Derivados do tomate

Produto considerado muito saudável, com estudos da Universidade de Quioto a concluir que tem propriedades anticancerígenas. O tomate nacional é de grande qualidade e muito apreciado pelos japoneses ao ponto de a Kagomé ter investido em Portugal na Italagro.

Vinhos

Desde há vinte anos a esta parte que o vinho faz parte do quotidiano dos japoneses. Tradicionalmente dominado pelos produtores europeus, o mercado nipónico de vinho tem vindo a evoluir, com os japoneses recetivos a outras culturas, com reflexo num crescimento sustentado do consumo de vinhos originários de países como o Chile, a Argentina, a Austrália, a África do Sul e os EUA. No mesmo sentido, as gerações mais jovens de consumidores estão a definir novas tendências e a abrir perspetivas para a entrada de novos vinhos no mercado. De modo mais geral, o vinho, que continua a beneficiar de alguma queda na popularidade de outras bebidas alcoólicas, como o *sake* e a cerveja, regista um consumo *per capita* anual que se aproxima dos 4 litros. Apesar do referido, o mercado japonês de vinho tem mais semelhanças com os mercados ocidentais, maduros, do que com os mercados emergentes, mais recentes, ocorrendo muitas das tendências observadas nos países tradicionais também no Japão. Com a implementação do acordo comercial UE – Japão, que reduziu para 0% as taxas aduaneiras, as perspetivas para as empresas europeias são animadoras. Neste momento há um *boom* de consumo de vinho verde.

Têxtil/tecidos para vestuário, têxteis-lar, vestuário de malha

Os produtos nacionais são conhecidos pela sua qualidade, diversidade e preço muito competitivo, o que os coloca numa posição fortemente competitiva relativamente a outros países, como, por exemplo, a Itália. É conhecida a grande capacidade de os produtores nacionais fornecerem grandes marcas internacionais em regime de OEM, havendo já alguns casos de importadores que realizaram ensaios de produção em Portugal para as suas marcas. Com a implementação do acordo comercial UE – Japão, que reduziu para 0% as taxas aduaneiras, as perspetivas para as empresas europeias são animadoras.

Calçado de couro



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

A indústria do calçado é inovadora, competitiva e comercialmente agressiva no mercado mundial. As marcas portuguesas têm qualidade para se imporem num mercado sofisticado como é o caso do Japão. Com a implementação do acordo comercial UE – Japão, que reduzirá, nos próximos 10 anos, as taxas aduaneiras para 0%, as perspetivas para as empresas europeias são animadoras.

Produtos de cortiça

Numa sociedade com fortes preocupações ambientais os produtos de cortiça, pelas suas características, são muito bem aceites. Facilmente reciclável, não implica o abate da árvore e permite soluções construtivas e decorativas bem ao gosto das gentes nipónicas. Outras áreas promissoras são a pavimentação e aplicação em transformadores elétricos.

Materiais de construção

As rochas ornamentais tiveram no passado uma presença muito mais significativa no mercado japonês, tendo os chineses ocupado muito do espaço que era preenchido pelos produtos portugueses. Contudo, dificuldades em garantir tolerâncias dimensionais e geométricas podem voltar a abrir janelas de oportunidade para os exportadores nacionais.

Produtos químico farmacêuticos

Há cerca de cinquenta anos que a nossa indústria está presente no mercado japonês, tendo até um exportador nacional aberto um escritório de representação em Osaka. Existem oportunidades de parcerias, entre farmacêuticas japonesas e pequenas empresas / startups que têm moléculas em fase de desenvolvimento (pré-clínicos).

Mobiliário

O trinómio qualidade/*design*/preço é aqui reconhecido como muito competitivo. A Ikea produz em Portugal muito do tipo de produtos que se vende no Japão. A mesma possibilidade pode ser explorada junto de outros exportadores estrangeiros.

Cutelarias e artigos metálicos de cozinha / Cerâmicas utilitárias e decorativas

A oferta nacional tem já algumas marcas com presença firme no mercado japonês. O *design* diferenciador e o preço são as características mais marcantes. Há também algum espaço para a produção em regime de OEM para marcas japonesas.

Energia eólica offshore

Com a forte aposta na descarbonização surgem oportunidades para investimento no mercado (*offshore wind*) ou para obtenção de investimento em tecnologia inovadora.

Tecnologias de Informação

Têm aumentado os exemplos de empresas nacionais que abriram escritórios no mercado para desenvolvimento de negócio, quer individualmente quer em parceria com empresas japonesas.

Fonte(s):

[AICEP - Ponto de Rede](#)

(04/2026)

Para obter informação setorial adicional aceda a:

[Ficha de Entrada no Mercado – Azeite – Japão](#)

[Ficha de Entrada no Mercado – Vinho - Japão](#)



9. Quadro Legal e Regulamentar

9.1. Acordos Internacionais

Acordos União Europeia | Japão

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 Japão e a UE rege-se atualmente pelo Acordo de Comércio Livre de “nova geração” [Acordo de Parceria Económica UE-Japão](#), que vai mais longe do que a mera concessão de tratamento pautal preferencial na importação de bens/mercadorias, incluindo também cláusulas em matéria de barreiras não-pautais, serviços e estabelecimento, contratação pública, medidas sanitárias e fitossanitárias, direitos de propriedade intelectual (e indicações geográficas), resolução de litígios investidor-Estado, entre outras.

Este acordo, que já se encontrava em grande parte em aplicação, ainda que a título provisório, desde 2019, entrou em **vigor** na sua plenitude em 1 de janeiro de 2025.

Os [sites](#) da [Comissão Europeia](#), [Parlamento Europeu](#), [Access2Markets](#) e [Delegação da UE](#) no Japão disponibilizam esta e outra informação relevante sobre o relacionamento do Japão com a UE.

Acordos de Comércio Japão | Outros países

Ao nível comercial, o Japão assinou Acordos de Comércio com mercados e organizações como a ASEAN, Austrália, Brunei, Chile, EUA, Filipinas, Índia, Indonésia, Malásia, México, Mongólia, Peru, Reino Unido, Singapura, Suíça, Tailândia ou Vietname - [Free Trade Agreement \(FTA\) / Economic Partnership Agreement \(EPA\) and Related Initiatives](#).

Acordos Natureza Económica Portugal | Japão

- Convenção para Evitar a Dupla Tributação em Matéria de Impostos sobre o Rendimento ([CEDT](#)), em vigor desde **28.07.2013**. (08/2025)

9.2. Regime Geral de Importação

Enquadramento

O regime de comércio externo japonês tem registado nas últimas décadas uma maior abertura ao exterior, que atingiu o ponto mais alto em 2019 com a entrada em vigor do APE com a UE, que estabeleceu uma verdadeira zona de comércio livre entre os dois mercados.

Em regra, as importações para o país de produtos comunitários processam-se sem restrições.

Procedimentos e Formalidades

Os requisitos gerais e específicos exigidos no Japão 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; laticínios; 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 o Japão 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**.

Em termos da qualidade e segurança dos produtos são várias as exigências a observar aquando da exportação para o Japão (como certificações ou inspeções sanitárias/fitossanitárias), assumindo a homologação voluntária grande relevo junto dos consumidores - *The Japanese Industrial Standards / Japanese Agricultural Standards*. De resto, entre a UE e o Japão foi concluído um **acordo sobre Reconhecimento Mútuo (MRA)** para determinados bens.

Direitos Aduaneiros e Outros Tributos

Os direitos aduaneiros cobrados pelo Japão aquando do desalfandegamento das mercadorias podem ser consultados no *site* **Access2Markets**, selecionando o produto em questão. Aos bens originários da União Europeia aplicam-se as taxas da coluna **EU (European Union)**. No tema "Impostos" é ainda possível obter as demais imposições fiscais liquidadas na importação como, por exemplo, Imposto sobre o Valor Acrescentado e Impostos Especiais sobre o Consumo.

Para que possa ser aplicada a isenção/redução dos direitos aduaneiros é necessário que as mercadorias sejam consideradas comunitárias de acordo com as regras de origem definidas no **APE UE-Japão** e no desalfandegamento seja apresentada uma das seguintes provas de origem (Ofício Circulado AT n.ºs **15696/2019**):

- Declaração de origem na fatura, emitida por qualquer exportador nas remessas ocasionais de valor inferior a 6 000 euros
- Declaração de origem na fatura, emitida por um Exportador Registado no Sistema REX nos demais casos

O estatuto de Exportador Registado deve ser solicitado junto da Direção de Serviços de Tributação Aduaneira da **AT**, através de **formulário próprio** enviado via *E-Balcão* no Portal das Finanças, escolhendo as opções: Origem Mercadoria | Estatuto Exportador | REX/Exportador Autorizado.

Para além dos direitos aduaneiros, há lugar ao pagamento de uma taxa de 10% (componente nacional – 7,8% e local – 2,2%) a título de **Consumption Tax** (sendo que é aplicada uma taxa reduzida de 8% aos produtos alimentares essenciais) e Impostos Especiais sobre o Consumo sobre certos bens (como bebidas alcoólicas, tabaco, entre outros) – *Taxes in Japan*.

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 do Japão é a **Agency for Cultural Affairs**.



Entraves | Obstáculos

Não obstante a vigência do APE UE-Japão, existem alguns obstáculos horizontais aos vários setores, de entre os quais se destacam os custos de transporte dispendiosos (sobretudo quando comparados com as despesas que recaem sobre as empresas concorrentes de países vizinhos), as dificuldades ao nível da comunicação por força de muitos dos importadores japoneses não falarem inglês com a fluência desejável, os exigentes requisitos técnicos dos produtos e a demora nos procedimentos de aprovação ao nível sanitário, fitossanitário e veterinário em que, acresce, a UE não é reconhecida como um todo, pelo que é analisado individualmente cada pedido de autorização de importação. Em face do calendário de desmantelamento pautal constante do APE UE-Japão (20 anos), há ainda bens comunitários sujeitos ao pagamento de direitos aduaneiros aquando da chegada a este mercado.

Outros entraves/obstáculos reportados por empresas comunitárias podem ser consultados no [site Access2Markets | Trade Barriers – Japan](#).

(08/2025)

9.3. Regime de Investimento Estrangeiro

Quadro Legal

O quadro legal encontra-se disperso por vários diplomas legais, com destaque para o *Foreign Exchange and Foreign Trade Act – FEFTA* (com [alterações](#) significativas nos últimos anos) que regula o investimento direto estrangeiro no Japão, assim como o [Cabinet Order on Inward Direct Investment](#).

O novo quadro jurídico passou a exigir a notificação prévia em relação a investimentos externos efetuados em empresas japonesas no que respeita a determinados negócios relacionados com as tecnologias de informação e comunicação). As alterações na legislação autorizam o Governo a suspender, modificar e rescindir projetos de IDE. É importante referir, no entanto, que para a maioria dos investidores o principal efeito é fundamentalmente de ordem burocrática e processual.

A aprovação prévia é exigida para os projetos de investimento com forte impacto na economia e nas indústrias tradicionais japonesas (ex.: defesa; agricultura, silvicultura e pescas; minas; petróleo; couro), assim como em atividades suscetíveis de ameaçar a segurança do país, a ordem ou a saúde pública.

O Estado garante a livre transferência de capital, dividendos, lucros e *royalties* após o cumprimento das respetivas obrigações fiscais.

Organismo de Apoio e Guias de Investimento

Em termos institucionais, a agência [Japan External Trade Organization \(JETRO\)](#) providencia serviços de informação/consultoria aos investidores não-residentes, nomeadamente através da [Invest Japan Hotline](#) e dos [Invest Japan Business Support Centres](#). É também relevante o [Office of Foreign Direct Investment Promotion, Cabinet Office - Office of Invest Japan](#).

Outros Guias de Investimento e informação relevante para o investidor externo disponível na *Internet*:

- [Why Invest in Japan \(JETRO\)](#)
- [How to Set up Business \(JETRO\)](#)
- [Government Support \(JETRO\)](#)
- [Japan – Tax Summaries – Overview \(PwC, 2025\)](#)
- [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.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

Relações Bilaterais de Investimento

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

Relativamente à CEDT consultar o *site* da Autoridade Tributária e Aduaneira em [CEDT](#) e [FAQ's – IRC/IRS](#).

Entraves | Obstáculos

Dado o ambiente de abertura ao investimento estrangeiro, não existem setores de atividade vedados ao investimento externo, sendo que a aquisição (por capital estrangeiro) de sociedades nipónicas em certos setores (como radiodifusão, telecomunicações e aviação) está limitada a uma taxa de participação estrangeira máxima fixa, podendo obrigar ao cumprimento de certas formalidades especiais.

(08/2025)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado

10. Recomendações

Reuniões

É necessário fazer-se sempre acompanhar nas reuniões por um intérprete. Como referido anteriormente, os japoneses trabalham muito em equipa e o serviço de um intérprete tem também a grande vantagem de permitir um melhor entendimento das conversações. A primeira reunião deverá ser aproveitada para conhecer e avaliar bem o parceiro japonês e as suas ideias.

É importante tentar “ler” os interlocutores. Tentar perceber se estão a compreender a mensagem veiculada ou se terá, de forma diferente, de repetir a mesma.

Ao aceitar a reunião a empresa japonesa já está na posse das informações gerais do interlocutor, bem como da capacidade da sua oferta. Assim, durante a reunião deverá responder-se com rigor e detalhe às questões colocadas, tentando perceber quais as dúvidas que possam persistir e concentrando esforços para que tudo fique bem claro.

Os cartões de visita são um instrumento de trabalho indispensável, facilitando uma mais rápida memorização dos nomes dos interlocutores. Preferencialmente, devem ser impressos em japonês.

Quando participar em reuniões deverá usar vestuário formal, de acordo com um estilo sóbrio e conservador.

Costumes e Formalidades

Os empresários portugueses não deverão ter uma preocupação excessiva com os costumes e as formalidades locais. Os japoneses estão conscientes das diferenças culturais existentes entre o Japão e a Europa. Por isso, deve optar-se por um tipo de comportamento natural e bem-educado, cumprindo, sempre que possível, algumas das formalidades da cultura japonesa. No entanto, há aspetos onde não pode haver falhas, como por exemplo: a pontualidade, o recurso a intérprete e a apresentação de cartões de visita.

Fonte(s):

[AICEP - Ponto de Rede](#)

(04/2026)