

Área: Estratégia | **Tema:** Estratégia de Inserção Internacional

**ANÁLISE DE MERCADO E ESTUDO DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO ENTRE BRASIL E
EMIRADOS ARABES UNIDOS**

**MARKET ANALYSIS AND STUDY OF BUSINESS OPPORTUNITIES BETWEEN BRAZIL AND
UNITED ARAB EMIRATES**

Ana Paula Moccellini e Tamara Silvana Menuzzi Diverio

RESUMO

Este artigo tem como objetivo realizar um estudo com o intuito de conhecer algumas das características geográficas, demográficas, política e cultural dos Emirados Árabes Unidos (EAU), apresentando a relação que o Brasil possui com o país e quais são as políticas externas e de regulamentações que o país aplica aos produtos importados. Utilizou-se o método de pesquisa bibliográfica e documental, que permitiu levantar informações sobre essas características dos EAU, sendo que este é um país regido pela cultura árabe, a qual tem significativa influência sobre as negociações do mesmo. De acordo com os dados obtidos pode-se concluir que o país tem diversas oportunidades para os produtores brasileiros, principalmente no que diz respeito à exportação carne, açúcar e bebidas como café e chá. Isto porque, devido ao fato de possuírem limitação de terras aráveis com condições para a produção de alimento, eles necessitam importar produtos de gênero alimentício, oportunizando para o Brasil um amplo mercado para seus produtos.

Palavras-Chave: Emirados Árabes Unidos. Brasil. Comércio. Oportunidades.

ABSTRACT

The objective of this paper is to conduct a study about some of the geographical, demographic, political and cultural characteristics of the United Arab Emirates (UAE), presenting the relationship with Brazil and the foreign and regulatory policies the country applies to imported products. The bibliographic and documentary research method was used, which allowed us to gather information about these characteristics of the UAE. The country is governed by Arab culture, which has significant influence on its negotiations. According to the data obtained, it can be concluded that the country has several opportunities for Brazilian producers, especially regarding meat, sugar and beverages such as coffee and tea. This is because they have limited arable land with conditions for food production, so they need to import food products, giving Brazil a large market for their products.

Keywords: United arab emirates. Brazil. Commerce. Opportunity

ANÁLISE DE MERCADO E ESTUDO DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO ENTRE BRASIL E EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

1 INTRODUÇÃO

Com o advento da globalização, o comércio ficou mais competitivo, e realizar negociações entre os países tornou-se uma prática habitual, tanto para grandes, como para pequenas empresas, visto que até a década de 80, vender para outros países, era para poucas empresas, que se arriscavam atuar no comércio internacional e que possuíam recursos para tal atividade. Com o avanço tecnológico as coisas mudaram, logo após a abertura econômica dos países, o comércio internacional passou a ser um grande fator competitivo para as empresas. Vale ressaltar que, no Brasil, as empresas só começaram a trabalhar no mercado internacional em meados da década de 90, quando houve a abertura comercial do país, que permitiu maior concorrência de produtos importados a preços mais baratos. Este fato contribuiu para o desenvolvimento do mercado nacional, principalmente no que diz respeito à agricultura de precisão,

O Brasil vem se tornando referência mundial na produção de *commodities*, ou seja, produtos de origem primária. O país é o segundo maior produtor de soja do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos (EMBRAPA, 2017). Quando se fala em carnes, o Brasil também figura na lista dos maiores produtores desse segmento. Uma grande parte do que é produzido no país é destinado ao mercado internacional. A China é o principal mercado consumidor dos produtos brasileiros, principalmente soja. Quanto à produção de carne tanto bovina quanto de aves, as exportações também têm como um dos principais destinos a China.

Percebe-se que o Brasil tem uma grande dependência do mercado chinês para a venda de seus produtos. Porém vale ressaltar que há outros países que também possuem uma grande necessidade de compra de carne, devido a fatores ligados a falta de condições de terra para a produção de alimento em seu território, seja por questões climáticas, ou outras, como é o caso dos Emirados Árabes Unidos, país localizado no Oriente médio, região totalmente coberta por desertos, localizado no Oriente Médio.

Cabe destacar que como o Brasil, o Oriente Médio também vem apresentando nos últimos anos crescimento econômico considerável, destacamos os Emirados Árabes Unidos-EAU, foco deste estudo, que apresentou uma rápida ascensão tornando-se um dos países mais ricos do Oriente Médio

Localizado no Oriente Médio, os Emirados Árabes Unidos, país formado por sete emirados, vem ganhando notoriedade no cenário econômico mundial, devido suas grandes reservas de petróleo, sendo está uma das maiores do mundo, permitindo com que o país exporte boa parte da sua produção, no entanto os EAU também são muito desenvolvidos nas áreas financeira e de turismo, tendo como centro de negócios a cidade de Dubai, conhecida mundialmente

Destaca-se que os EAU possuem comércio bilateral com quase todos os países do mundo, devido ao fato de exportarem grande parte do petróleo que é produzido no país, por outro lado necessitam importar quase tudo que é consumido internamente.

Vale ressaltar que o Brasil se destaca na produção de *commodities*, e é reconhecido internacionalmente pelas grandes quantidades produzidas. Sendo um dos maiores produtores, o Brasil não deve ficar dependente de um único país para vender o excedente de sua produção, e sim buscar diversificar o destino de suas exportações, a fim de construir novas relações e conquistar novos mercados.

Este trabalho tem por objetivo conhecer um pouco mais da região do Oriente Médio, com foco nos Emirados Árabes Unidos, buscando conhecer o país, sua cultura e costumes, traçando um pequeno perfil do país, realizando uma análise do mercado atual e as oportunidades que ele tem a oferecer para os produtos brasileiros. Cabe lembrar que conhecer os parceiros comerciais que um país possui, é de fato importante para que se consiga estreitar as relações com o mesmo, garantindo assim o sucesso nas negociações.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Neste tópico serão apresentados os uma revisão literária, mostrando o que os autores têm a falar sobre o comércio internacional, buscando dar embasamento ao assunto que será tratado neste estudo.

2.1 Comércio internacional/relações comerciais

O mundo está mudando rapidamente, a todo tempo surgem novas tecnologias no mercado. O grande responsável por essas mudanças é a globalização que a economia mundial está vivendo. A grande maioria dos países tem sua economia aberta para negociações com outros países, como é o caso do Brasil.

Esse conceito de troca entre países já podia ser observado com os povos primitivos, como é o caso dos fenícios, antiga civilização, que sempre procuravam trocar os produtos que produziam, por outros que eles não tinham, mas que era necessário ao desenvolvimento de sua população. (LUDOVICO, 2009).

Neste sentido, deve se ter em mente que nem um país do mundo consegue produzir todos os bens e serviços de que necessita. Para tanto se tornam especialistas em algumas áreas e buscam no mercado externo os demais bens e serviços de que precisam. Da mesma forma, realizam as vendas do excedente de sua produção para os outros países (SOUSA, 2009). Esse é a definição básica de comércio entre países. Para Segre, “o comércio internacional é caracterizado pelo intercâmbio de mercadorias e serviços e também pela movimentação de capitais entre nações.” (2012, p.1). Todas as trocas que os países realizam entre si, tanto de bens, serviços e até mesmo de capitais, é entendido como comércio internacional.

2.2 Cultura e Negociações internacionais

Para que ocorra a troca de bens e mercadorias entres os países, primeiramente é necessário que haja uma negociação entre estes. Nos escritos científicos existem muitas definições sobre o que é negociação. Um dos mais antigos conceitos é do autor Nierenberg (NIERENBERG, 1968 *apud* MARTINELLI, 2008, p. 37), o qual diz que “negociação é um negócio que pode afetar profundamente qualquer tipo de relacionamento humano e produzir benefícios duradouros para todos os participantes”. Como o próprio autor ressalta, uma negociação vai afetar o relacionamento entre pessoas e entre países, mas além de benefícios ela também pode trazer danos, caso alguns aspectos importantes não sejam avaliados, como o caso das taxas de câmbio, comunicação clara e aspectos culturais. Uma negociação envolve aspectos econômicos, sociais, políticos e culturais, onde as partes irão compartilhar ideias, trocar informações a fim de chegarem a um acordo mútuo, possibilitando que ambas saiam ganhando. (ANDRADE, 2006)

Neste sentido, para que uma negociação seja bem sucedida, deve-se levar em consideração, como sendo um aspecto de grande importância as diferenças culturais que existem entre os países. As nações têm culturas diferentes que devem ser respeitadas.

Cada povo possui uma cultura diferente, são mais frios ou mais amistosos, mais calados ou mais falantes, mais acostumados ao conforto ou menos. Esses fatores, que compreendem a formação cultural de um povo, possuem uma relação profunda com a negociação, com seus profissionais e com os métodos utilizados (MARTINELLI, 2008, p. 169).

Entender a cultura do país com o qual se está negociando é um fator determinante para o sucesso da negociação, por isso a grande importância que é dada a fatores culturais quando o assunto é negociação para que as falhas na comunicação sejam mais difíceis de acontecer. Outro aspecto importante é quanto à comunicação, ela deve ser clara e objetiva, tendo em vista alguns países possuem peculiaridades na linguagem, muitas vezes não compreendidas pela outra parte. Pode-se citar como exemplo o termo “pois não” empregado por brasileiros no sentido de concordância, o que para outros países soaria como um não (MARTINELLI, 2008).

2.3 Internacionalização de empresas

Uma grande tendência para aumentar a competitividades das empresas é realizar a internacionalização das mesmas. Para Ludovico (2009, p. 34) a Internacionalização da empresa consiste em sua participação ativa nos mercados externos. Muitos são os fatores que estimulam uma empresa a vender para o mercado externo, entre eles destacamos a diminuição da demanda no mercado interno ou até mesmo o fato da empresa vislumbrar mercados maiores, trazendo mais competitividade para a mesma e expandindo a sua área de atuação.

Faro (2007) salienta a questão da carga tributária que recai sobre a empresa, tendo em vista que quando uma empresa decide exportar a sua produção ela recebe incentivos fiscais do governo. São muitos os fatores que levam a empresa a desejar se internacionalizar. E se ela estiver preparada para tal fenômeno, pode obter muitas vantagens e garantir um grande aprendizado para a sua gestão.

Mas para isso, ela deve definir alguns detalhes. Em primeiro lugar precisa estabelecer qual o produto que será exportado, e para qual mercado a empresa deseja vender. Só então será feito um estudo de aceitação do produto no mercado de destino, para verificar se o produto é consumido no país, quais as especificações que ele deve se possuir, por isso é importante reunir uma grande gama de informações (LUDOVICO, 2009).

Como na negociação internacional, na internacionalização de uma empresa, também deve ser levado em consideração os aspectos culturais de cada país. Por exemplo, os frigoríficos brasileiros que produzem carne bovina e suína, e que desejam exportar sua produção, devem levar em consideração que países muçulmanos não se alimentam desse tipo de carne.

Ludovico (2009) ressalta que quando a empresa define esses pontos, ela pode contar com o apoio de órgãos governamentais como da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e do Ministério das relações Exteriores (MRE), além do próprio Ministério da Indústria Comércio Exterior e Serviços (MDIC).

A empresa deve se adequar ao mercado externo e estar sempre atenta as mudanças que acontecem no mercado, pois esses terão grande influência no negócio da mesma.

3 METODOLOGIA

O trabalho a seguir foi baseado em pesquisa bibliográfico, utilizando dados encontrados em livros e artigos já publicados sobre o assunto. Também foi utilizada pesquisa

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 EAU: aspectos geográficos, demográficos, político e cultural

Apresenta-se a seguir a figura 1 destacando os sete Emirados.

The map illustrates the geographical layout of the United Arab Emirates. Abu Dhabi, the largest emirate, occupies the southern and western coastal regions in orange. Dubai, in blue, is located on the central coast. To the north of Dubai are the smaller emirates of Sharjah (green), Ajman (red), and Umm al-Quwain (yellow). Further north along the coast are Ras Al Khaimah (purple) and Fujairah (pink). The Persian Gulf is to the north, and the Gulf of Oman is to the east. Neighboring countries are labeled: Qatar to the west, Oman to the northeast, and Saudi Arabia to the south. Major cities and islands are marked with dots and labels.

4

Destaca-se que a autoridade maior do país é o Conselho Federal Supremo, integrado pelos sete emirados. Este Conselho elege o Presidente e vice-presidente dos EAU, por período de cinco anos, renováveis sucessivamente. O presidente atual é o Xequê Khalifa Bin Zayed al Nahyan eleito em 2004, que veio a substituir seu pai Xequê Zayed al Nahyan, o qual foi reeleito para o cargo por seis vezes consecutivas (MRE, 2013). Acrescenta-se ainda que o poder sobre os sete emirados se concentra nas mãos da família do presidente, e a mesma controla os principais ministérios como as forças armadas e estatais ligadas ao petróleo. O sistema atual de governo inclui o Conselho Supremo, o Conselho de Ministros (Governo), o Conselho Federal Nacional (Parlamento) e a Corte Suprema Federal, e tem seus membros nomeados na grande maioria pelo executivo. (MRE, 2013)

O idioma principal é o árabe, mas devido ao grande centro comercial que se encontra em Dubai, o inglês hoje, é amplamente compreendido pela população (CAMARA DO COMÉRCIO ARABE BRASILEIRA-CCAB, 2010) e a religião que prevalece no país é o Islamismo, sendo que aproximadamente 96% da população é adepta a esta doutrina (MRE, 2013). Ressalta-se que os muçulmanos, habitantes dos Emirados Árabes, não têm direito de mudar de religião, sujeito a pena de morte para quem praticar o que, na visão islâmica chama-se apostasia (AID TO THE CHURCH IN NEED-ACN, 2016), esse crime equivale a crimes hediondos cometidos no Brasil, por exemplo.

Além disso, os Emirados Árabes Unidos são guiados pela cultura árabe, ou seja, tudo que é feito no país tem que estar de acordo com a conduta árabe. Ressalta-se que na constituição do país está previsto que a religião oficial é o islamismo, porém na mesma constituição prevê que não pode haver discriminação em relação à raça, cor ou religião, as pessoas podem realizar as cerimônias de sua religião baseado pela sua crença (ACN, 2016).

Logo, quando se fala em comércio, é importante destacar que os países que desejam realizar negócios com os EAU devem levar em consideração principalmente a cultura do país. Para o Brasil, por exemplo, que é um grande produtor de carne em geral deve-se levar em consideração primeiramente as práticas religiosas que não permite a alimentação com carne suína. Portanto, a carne mais consumida nos EAU é a de frango. Porém, para que se possa realizar vendas para o país EAU é necessário que os produtos sejam produzidos de acordo com rituais islâmicos, tal como o “halal”. Ressalta-se que na cultura islâmica, “halal” equivale a algo “lícito”, ou seja, autorizado ou permitido por Deus. Por sua vez, o “haram” é o contrário de “halal”, ou seja, algo ilícito e caso o produto seja duvidoso, recebe o nome de “Mashbooh”. (CIBAL HALAL, 2009)

Levando em consideração essas informações, aqueles que desejam estreitar as suas relações comerciais com os EAU, devem fazer um estudo para conhecer o mercado para o qual estão exportando, a fim de não cometer equívocos nas negociações a acabar por perder um potencial cliente. Também deve-se levar em consideração que uma grande parte da população que vive no país, são imigrantes de outros países, e, portanto, há uma grande diversidade de cultura, que deve ser respeitada, para que se fluiam boas negociações.

4.2 Características de mercado/intercambio comercial entre Brasil e EAU

Os Emirados Árabes Unidos têm como base da sua economia a venda de petróleo para o restante do mundo. O setor petrolífero contribui diretamente para o PIB e é a principal fonte de divisas do setor (CCAB, 2010. p. 01),

A descoberta de petróleo nos anos 50 e a independência em 1971 transformaram uma região desértica e escassamente povoada por tribos nômades no país moderno,

com economia dinâmica e diversificada, que ostenta o nono PIB *per capita* do mundo: os Emirados Árabes Unidos. (MRE, 2013, p. 27)

Graças à descoberta do petróleo, os EAU transformaram um país praticamente coberto por desertos, em uma grande economia, tendo na cidade de Dubai, um centro comercial com grande importância no mundo. Contando com a quinta maior reserva de petróleo do mundo, somente a cidade de Abu Dhabi possui 95% das reservas de petróleo do país. (MRE, 2013).

Por outro lado, nos últimos anos os governos dos EAU estão investindo fortemente na diversificação da economia do país, o que o tem tornado uma grande referência em muitas áreas de negócio, principalmente comércio, finanças e turismo, atraindo assim, grande número de investidores. Isto tem ajudado o país a se tornar uma grande potência mundial atual. Sendo que Dubai tornou-se o principal centro de comércios e serviços do Golfo devido principalmente a grandes investimentos bilionários que foram feitos na cidade (CAMARA DO COMÉRCIO ÁRABE BRASILEIRA, 2010).

Desde a independência, a estratégia de crescimento dos EAU tem sido o investimento dos ganhos do petróleo em outros setores produtivos, para promover a diversificação econômica. Parte da renda estatal do petróleo de Abu Dhabi é regularmente aplicada em projetos nos demais Emirados estimulando a coesão federal do país. Os investimentos são feitos de forma incentivar a especialização das atividades dos diversos Emirados, por exemplo: Dubai, em atividades comerciais, bancárias, turismo e logística (o porto de Dubai é o nono maior do mundo em movimento de contêineres); Sharjah, em educação; Fujairah, em serviços de estocagem e distribuição externa de petróleo. Com elevadas taxas de crescimento, os EAU firmam-se como mercado importador, reexportador e financeiro. (MRE, 2013 p. 27)

Salienta-se que os Emirados Árabes Unidos, investem o ganho com a exportação de petróleo no desenvolvimento da economia, buscando tornar-se um o país diversificado e atraindo investidores de todo o mundo, inclusive do Brasil.

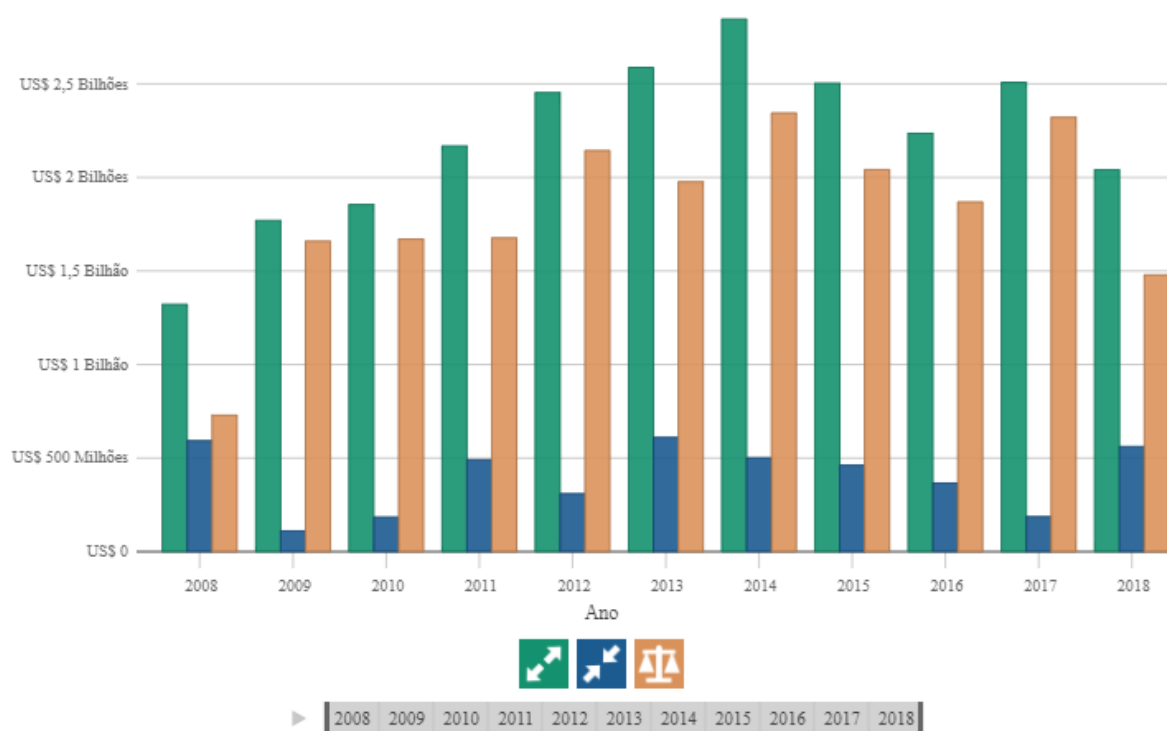
Outro aspecto importante é quanto à condição de *hub* (termo utilizado em logística para definir um ponto de coleta, separação e distribuição para outras regiões), ou seja, o país é um grande distribuidor de produtos para os países vizinhos. (PIMENTA, GUSMÃO. 2016, p. 85). Nesse sentido, os EAU importam produtos variados e posteriormente exportam esses produtos, principalmente, para os países vizinhos. Consequentemente, por possuir essa característica, os países veem nos EAU uma grande oportunidade para apresentar os seus produtos para os mercados internacionais, e muitos países acabam abrindo escritórios de representação no país.

O Brasil, por exemplo, conta com aproximadamente 30 empresas com escritórios comerciais, e utilizam-no como plataforma para promover suas exportações na região. A Agência de Promoção das Exportações e Investimentos (APEX-Brasil) mantém um escritório em Jebel Ali, zona franca de Dubai, para auxiliar empresas brasileiras que pretendam se estabelecer nos Emirados. A empresa soprano (fábrica de fechaduras, ferragens, materiais elétricos e utilidades térmicas) também conta com um centro de distribuição localizado na zona franca de Dubai, que figura como um ótimo meio de escoamento de seus produtos para o restante do Oriente Médio (MRE, 2017).

Neste sentido, os EAU estabeleceram com o Brasil uma importante relação comercial, que iniciou no ano de 1974, e hoje é o segundo maior parceiro comercial do Brasil no oriente médio, atrás apenas da Arábia Saudita. As relações entre os dois países se intensificaram a partir do ano de 2000, tanto no aspecto econômico, quanto político, e isso só vêm a trazer ganhos para os dois países. (MRE, 2017)

Nas relações comerciais existentes entre os dois países, os brasileiros possuem uma vantagem no que diz respeito à balança comercial. Exporta-se muito mais do que se importa dos Emirados Árabes Unidos, e mesmo exportando na sua maioria produtos com pouco valor agregado Brasil vem conseguindo manter a sua balança comercial positiva no que diz respeito ao comércio bilateral com os EAU, como mostra a figura 2.

Figura 2 - Importações e exportações: Emirados Árabes Unidos – Brasil



Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

No gráfico as colunas verde expressam as exportações realizadas pelo Brasil, em azul as importações e em laranja o saldo da balança comercial. Percebe-se que historicamente o Brasil sempre exportou uma quantidade maior do que a importações realizadas.

Entre os principais produtos exportados pelo Brasil, destacamos a carne de frango, que em 2018 correspondeu a 30% das exportações, seguido de açúcar de cana em bruto.

O rol de exportações brasileiras é composto basicamente por produtos manufaturados, seguida por produtos básicos os quais são produtos com pouco valor agregado, mas que deixam a balança comercial do país positiva pela quantidade que é exportada. Por não possuir em suas terras características necessárias para a produção de alimento, os EAU dependem essencialmente de produtos importados para abastecimento no país. Isso faz com que o volume exportado pelo Brasil seja muito grande, o que acaba contribuindo para o saldo positivo da balança comercial brasileira. No que diz respeito às importações feitas pelo Brasil dos Emirados Árabes Unidos, a maior fatia é composta por produtos derivados de petróleo, que é o principal produto na pauta exportadora dos EAU das importações brasileiras.

O Brasil, apesar de ser autossuficiente em petróleo, e figurar na lista dos dez maiores produtores de petróleo do mundo, sendo o primeiro da América Latina (PORTAL BRASIL, 2017) ainda necessita importar combustíveis, pois o petróleo que é extraído no país não é

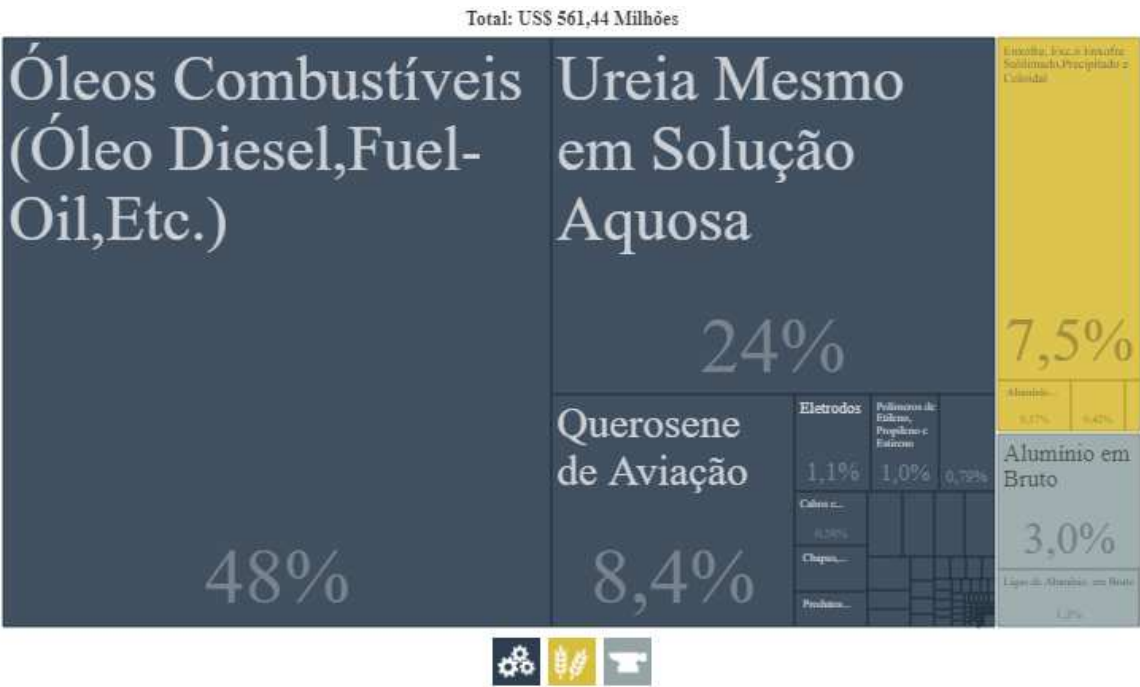
indicado para a produção de combustíveis, por isso a necessidade importar combustíveis para suprir a demanda interna. As figuras 3 e 4 mostram a composição das exportações e importações entre o Brasil e os EAU.

Figura 3 – Visão geral dos produtos exportados – destino Emirados Árabes Unidos



Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

Figura 4 – Visão geral dos produtos importados – origem Emirados Árabes Unidos



Fonte: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

Percebe-se que os EAU, baseiam a sua pauta exportadora para o Brasil, principalmente em produtos com origem no petróleo, enquanto o Brasil exporta uma diversidade de produtos, em sua grande maioria, *commodities*.

4. 3 EAU: política comercial externa e regulamentação do mercado

Por ser um país com a economia baseada na comercialização do petróleo, os Emirados Árabes Unidos, buscou algumas alternativas para diversificar sua economia com a finalidade de atrair investidores de outros países. Para isso, eles possuem uma economia bastante aberta e que permite que o capital investido no país tenha altos rendimentos (KUGELMEIER, 2014). Por consequência, muito capital estrangeiro é atraído para o país.

Quando se fala em acesso ao mercado, os EUA têm acordos bilaterais com alguns países no que se refere à criação de zonas francas de livre comércio e para evitar a dupla tributação, tornando-se assim ainda mais atrativas para as empresas que querem investir no país.

Do mesmo modo em relação ao comércio internacional, os EAU, vêm procurando facilitar as negociações comerciais visto que dependem muito das importações de outros países para abastecer a população interna. Poucas regulações técnicas são implantadas nas fronteiras, elas são geralmente baseadas em padrões aceitos internacionalmente (APEX BRASIL, 2013).

Além disso, um fato que chama atenção é que cada emirado possui a sua alfândega, e a responsabilidade pelo desembaraço da mercadoria, e exclusiva do emirado.com posse das licenças necessárias o importador é autorizado a realizar o comércio com o emirado a qual foi feito a liberação. As zonas alfandegárias do país funcionam 24 horas por dia, com isso o processo de desembaraço as mercadorias são agilizados(APEX BRASIL, 2013). Para poderem importar mercadorias, os comerciantes devem estar registrados no sistema alfandegário do país. Apesar do país ter sete autoridades aduaneiras, uma em cada emirado, os procedimentos alfandegários são os mesmos para os sete. Dubai é o emirado com maior volume de liberação de mercadorias 80% do total, seguida de Abu Dhabi com 10% (APEX BRASIL, 2017)

4.4 Oportunidades nas relações comerciais entre Brasil e EAU

Os EAU estão situados numa das regiões mais áridas do mundo, cortado pelo trópico de câncer. O que predomina são duas estações, quente e úmida durante o verão e fria e seca no inverno (APEX BRASIL, 2013 p.13). A prevalência de desertos e montanhas na Península Arábica e no Golfo Pérsico limita a disponibilidade de terras aráveis para a produção de alimentos. (PIMENTA, GUSMÃO. 2016).

A região é grande produtora de petróleo, tanto é que o país exporta uma grande parte de tudo o que é produzido, por outro lado eles têm grande necessidade de importar alimentos e bebidas, devido ao fato de não produzirem quantidade necessária para suprir a demanda interna. Segundo Pimenta, Gusmão (2016. P. 77) os países do golfo pérsico e Península Arábica, onde estão situados os EAU, apenas 1% do total do território possuem férteis para a produção de alimento.

Diante disto, o país sente uma grande necessidade de buscar no mercado externo empresas que estejam dispostas a entregar ao país, os produtos necessários para atender as necessidades da sua população. O Brasil tem nos EAU uma grande oportunidade de crescimento de suas exportações,

Por outro lado, o país também é conhecido pela sua condição de pela sua condição de

reexportador de mercadorias para os outros países, sendo assim, os Emirados Árabes Unidos, apresentam grandes oportunidades para a produção Brasileira, principalmente no que diz respeito a alimentos e bebidas.

Outro fato que chama a atenção é que a maioria da população dos EAU é muçulmana, por isso, eles têm algumas restrições quanto à alimentação com carnes. A mais apreciada na região é a carne de frango. O Brasil figura na lista dos principais produtores de carne de frango do mundo, atrás somente dos Estados Unidos que detém 20% da produção mundial, no entanto em relação a exportações, é considerado o líder mundial nesse segmento (PORTAL BRASIL, 2015). Deste modo, por ser o principal exportador deste produto e também pelo fato de a população muçulmana que habita nos EAU se alimentarem principalmente de carne de frango, o Brasil pode buscar ampliar as vendas para os Emirados Árabes Unidos.

Para conseguir obter um número maior de negócio com os EAU, o país deve se adequar a alguns aspectos culturais e regulamento desse mercado, como etiqueta em árabe com nome e código do importador, obtenção de certificação *halal* em produtos que envolvam abatimento do animal, (APEX BRASIL, 2012).

Outro produto que vem ganhando destaque nos últimos anos é o e carne bovina, como se pode ver na figura 3 em 2018 do total de exportações brasileiras para os Emirados Árabes Unidos 7,2% foi de carne bovina. Já no primeiro semestre de 2019 essa porcentagem subiu para 17%, um aumento de 439,4% em relação ao mesmo período 2018 segundo dados da Câmara de Comércio Árabe Brasileira(2019), o que mostra um novo mercado que pode ser explorado pelos produtores brasileiros

Além disso, também se observa que a região é uma grande consumidora de bebidas quentes, especialmente chá e café. Tradicionalmente, o principal produto consumido no país era o café. Porém com a grande diversificação da população dos EAU, aumentou a procura também por chás.

O Brasil é um grande produtor de café, e exporta grande parte da sua produção. Grandes empresas com a Nestle e Unilever são clientes do Brasil, e são as duas principais fornecedoras de café para os EAU. Também se deve levar em consideração uma nova tendência que está se disseminando no oriente médio, e relativo ao café orgânico. Acredita-se que em um futuro muito próximo será necessário conter no rótulo do café a sua certidão de produto orgânico. (APEX BRASIL, 2017).

Neste sentido, como o Brasil é um grande produtor e exportador de café, pode aproveitar esse nicho de mercado, para expandir suas exportações para os Emirados Árabes Unidos. O consumo de café fresco registrou um crescimento médio anual de 10% entre 2012-2015 nos Emirados Árabes Unidos.e a tendência é que se mantenha esse índice (ALC COMEX, 2017).

Os Emirados Árabes Unidos são um grande importador de ouro em forma semimanufaturada. No ano de 2015, os EAU importaram quase 35 bilhões de ouro, sendo esse o principal produto importando, correspondendo a 15,4 de tudo o que o país importou. Desse total, o mesmo reexportou aproximadamente 27 bilhões. (MRE, 2016 p. 14 e 15). O Brasil exportou no ano de 2015 US\$709 bilhões, desse montante 13% foi destinado aos EAU (MDIC, 2017).

Os dois países já possuem um comércio bilateral de ouro semimanufaturado significativo, mas há espaço para um crescimento ainda maior das exportações, aumentando as relações entre os dois países, e expandindo as exportações brasileiras.

Fica muito claro que o país é um grande centro de reexportação, e uma grande porta para inserção dos produtos brasileiros no mercado asiático.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como principal objetivo conhecer algumas características importantes dos Emirados Árabes Unidos, país pertencente ao Oriente médio, onde boa parte da população que mora nos EAU, é de origem muçulmana. Baseando-se nessa informação, os países devem-se estar atentos às questões religiosas, que são muito respeitadas por esse povo, quando iniciarem uma negociação com ele. Os EAU são uma economia baseada na venda de petróleo e na área financeira e de turismo, porém necessitam importar grande parte de tudo o que é consumido internamente no país, devido ao fato das características do solo dos EAU, que não fornecerem condições para a produção de alimento,

Por possuírem essa necessidade de importar alimentos, o acesso ao mercado dos EAU, é facilitado, sendo que o país dispõe de acordos bilaterais com diversos países, e suas regulamentações técnicas estão baseadas nas normas internacionais, para que os países tenham maior facilidade de comercializar produtos com ele.

O Brasil é um grande fornecedor de açúcar e carne de frango para os EAU, tendo nos EAU, um forte potencial de compra e pode-se estudar a possibilidade de realizar a exportação de um gama maior de produtos que são de necessidade para os EAU como é o caso do café, que é uma bebida amplamente apreciada no país e da carne bovina que nos últimos anos tem ganhado notoriedade nos Emirados Árabes Unidos. Isso faria com que houvesse uma diversificação do mercado importador de produtos brasileiros, garantindo que o Brasil não fique dependente de apenas alguns países para comprar a sua produção.

REFERÊNCIAS

AID TO THE CHURCH IN NEED-. Emirados Árabes Unidos: Relatório sobre liberdade religiosa no mundo. 2016

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. ALYRIO, Rovigati Danilo. BOAS, Ana Alice Vilas. **Cultura e ética na negociação internacional.** 1º Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ALC COMEX: SOLUÇÕES EM COMÉRCIO EXTERIOR. Oportunidade de Mercado: Exportação de café e chá para os Emirados Árabe. Disponível em <http://www.alccomex.com.br/oportunidade-de-mercado-exportacao-de-cafe-e-cha-para-os-emirados-arabes/> Acesso em 31 ago 2017.

APEX- BRASIL. **Emirados Árabes:** Perfil e Oportunidades comerciais. Brasília-DF, 2012

_____. **Mercado de café e chá nos Emirados Árabes Unidos:** estudo setorial de mercados prioritários para exportação. Brasília-DF, 2017.

BANCO MUNDIAL. Disponível em <<http://data.worldbank.org/country/united-arab-emirates>> Acesso em 24 ago. 2017.

_____. Disponível em <http://databank.worldbank.org/data/Views/Reports/ReportWidgetCustom.aspx?Report_Name=CountryProfile&Id=b450fd57&tbar=y&dd=y&inf=n&zm=n&country=ARE> Acesso em 24 ago. 2017

Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Inteligência Comercial. **Como Exportar:** Emirados Árabes Unidos. Brasília: MRE, 2013

CÂMARA DE COMÉRCIO ÁRABE BRASILEIRA. **Emirados Árabes Unidos** – perfil de país. São Paulo, 2010

CÂMARA DE COMÉRCIO ÁRABE BRASILEIRA. Disponível em <<https://anba.com.br/brasil-exporta-440-mais-carne-bovina-aos-emirados-arabes/>> Acesso em 21 jul. 2019

CENTRAL ISLÂMICO BRASILEIRA DE ALIMENTOS HALAL-CIBAL HALAL. Halal: tendência mundial para quem busca novos mercados. Revista FI, Ed. 10, 2009
<http://www.ccab.org.br/infobiz?regiaoId=244>

EMBRAPA. Disponível em <<https://www.embrapa.br/web/portal/soja/cultivos/soja1/dados-economicos>> Acesso em 09 out. 2017.

JALES, Mário. Inserção do Brasil no comércio internacional agrícola e expansão dos fluxos comerciais sul-sul. **Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais, São Paulo**, p. 1-17, 2005.

KUGELMEIER, Werner. **Dicas para fazer negócios nos Emirados Árabes Unidos**. Disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/dicas-para-fazer-negocios-nos-emirados-arabes-unidos/80039/> Acesso em 09 out. 2017.

LUDOVICO, Nelson. **Como preparar uma empresa para o comércio exterior**. Saraiva, 03/2009.

MARTINELLI, Dante Pinheiro. **Negociação Internacional**. 1º Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/comex-vis/frame-pais?pais=are>> acesso em 28 ago. 2017

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/comex-vis/frame-pais?pais=are>> Acesso em 21 jul. 2019

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES- **Emirados árabes unidos**. Disponível em <http://www.itamaraty.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5103&Itemid=478&cod_pais=ARE&tipo=ficha_pais&lang=pt-BR> Acesso em 28 de ago. 2017.

_____ – MRE Departamento de Promoção Comercial e Investimentos – DPR Divisão de Inteligência Comercial – DIC BRASIL – EMIRADOS ÁRABES UNIDOS BALANÇA COMERCIAL, 2016

_____ Disponível em <http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/comex-vis/frame-ppe?ppe=2185> Acesso em 31 ago 2017

PIMENTA, João Ulisses Rabelo. GUSMAN, Thiago Pessoa. **Oportunidades para alimentos e bebidas nos países da Península Arábica e do Golfo Pérsico**. Revista Brasileira de Comércio Exterior- Revista da FUNCEX. Ed 127, 2016

PORTAL BRASIL. disponível em <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/09/lider-mundial-brasil-vende-carne-de-frango-para-150-paises> Acesso em 12 set. 2016

SEGRE, German (Org.). **Manual prático de comércio exterior**, 4ª edição. Atlas, 06/2012.

SOUZA, José Manuel Meireles D. **Fundamentos do comércio internacional**. Saraiva, 05/2009.

THE ECONOMIST – INTELLIGENSCE UNIT. Disponível em <http://country.eiu.com/article.aspx?articleid=1985771582&Country=United%20Arab%20Emirates&topic=Summary&subtopic=Basic+data> Acesso em 31 ago. 2017.

CIBAL HALAL. **Halal**: tendência mundial para quem busca novos mercados. **Revista Food Ingredients Brasil**. n.10. p.18-21, 2009