

Um
mundo de
oportunidades

V.4 2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Augusto Billi

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe Técnica:

Rodrigo Lopes de Almeida

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Caio César Simão

Luciana Pich Gomes

Juçara Aparecida André Dokonal

Eduardo Magalhães

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Alessandro Fidelis

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Tiago Charão

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Roberto Carlos Papa

Carlos Turchetto

Fernanda Mascarenhas Magalhães

André Okubo

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Luna Lisboa

Frederique Abreu

Andréa Moura

Warley Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Lucas Fiuza

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Marcelo Cláudio Pereira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

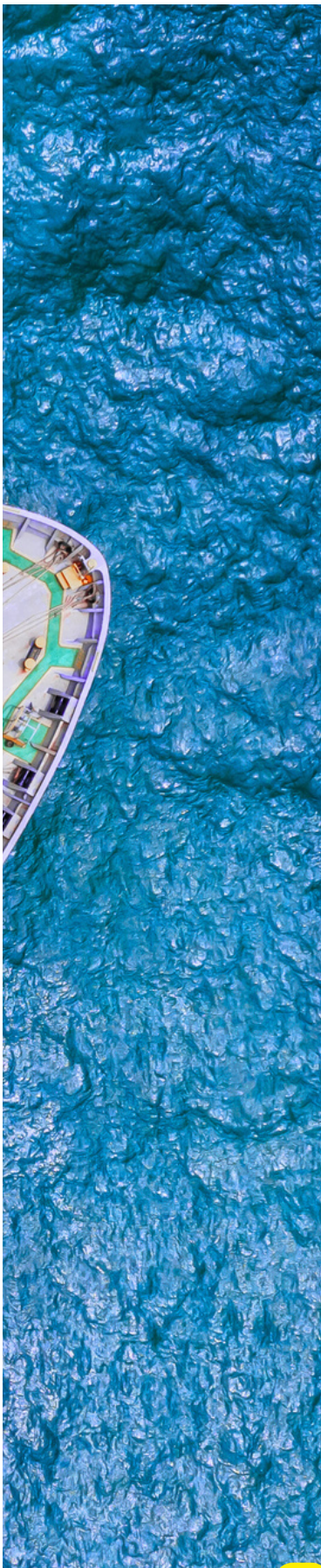


O Agrolnsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o Agrolnsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.





O MERCADO DE CACAU E CHOCOLATE NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

Data: 13/04/2026

Posto: Abu Dhabi/Emirados Árabes Unidos

Palavras-chave: cacau; chocolate; indústria; varejo premium

Responsável: Vanessa Medeiros de Jesus e Mohamed Abusin

SUMÁRIO:

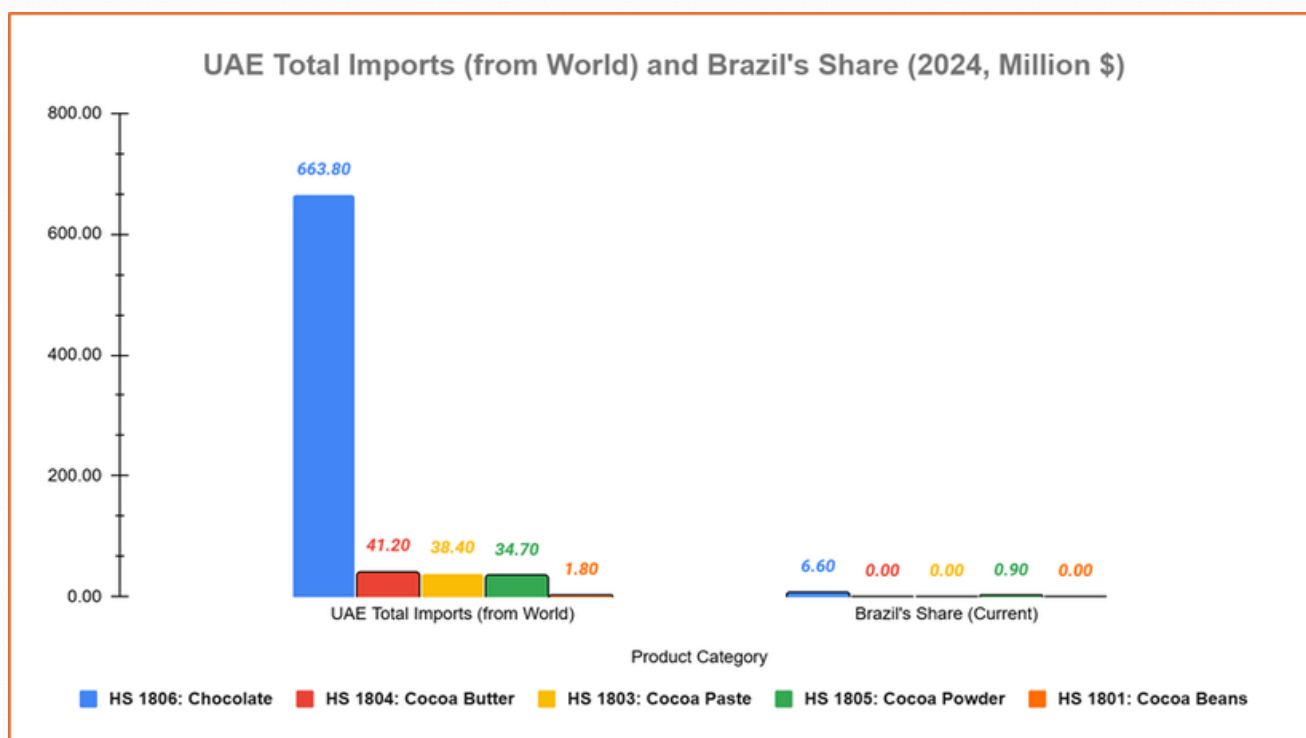
O mercado de cacau e chocolate dos Emirados Árabes Unidos, avaliado em US\$ 780 milhões em 2024, encontra-se em forte expansão, com o segmento de chocolate projetado para crescer de US\$ 555 milhões em 2025 para US\$ 1 bilhão em 2033 (CAGR de 8,5%) e o de amêndoas de cacau ultrapassando US\$ 1 bilhão no mesmo período (CAGR de 7,35%). Embora marcas europeias ainda dominem o varejo premium, o Brasil registrou crescimento de 134% nas exportações de chocolate acabado entre 2023 e 2024, mas detém apenas 0,9% de participação de mercado. Com a expectativa de encerramento das negociações do Acordo Mercosul-EAU e a nova tributação escalonada sobre teor de açúcar (vigente desde janeiro de 2026), abre-se uma janela estratégica para produtos brasileiros de alto valor agregado, especialmente chocolate de origem, manteiga de cacau e cacau em pó, posicionando o Brasil como fornecedor relevante no hub regional.

INTRODUÇÃO

Por trás do impressionante comércio de cacau brasileiro para o mundo, pulsa o coração de mais de 90 mil famílias brasileiras que se levantam todos os dias para cuidar da terra, muitas delas cultivando modestas parcelas de cinco a dez hectares, herdadas de geração em geração. Esses pequenos agricultores são os verdadeiros arquitetos do legado cacaujeiro do Brasil, percorrendo as sombreadas florestas da Bahia e da Amazônia para colher manualmente as vagens com uma precisão que nenhuma máquina consegue replicar. Para esses produtores, o cacau brasileiro representa um modo de vida, um compromisso com a sustentabilidade e uma fonte de orgulho que garante que seu legado chegue a todos os cantos do mundo.

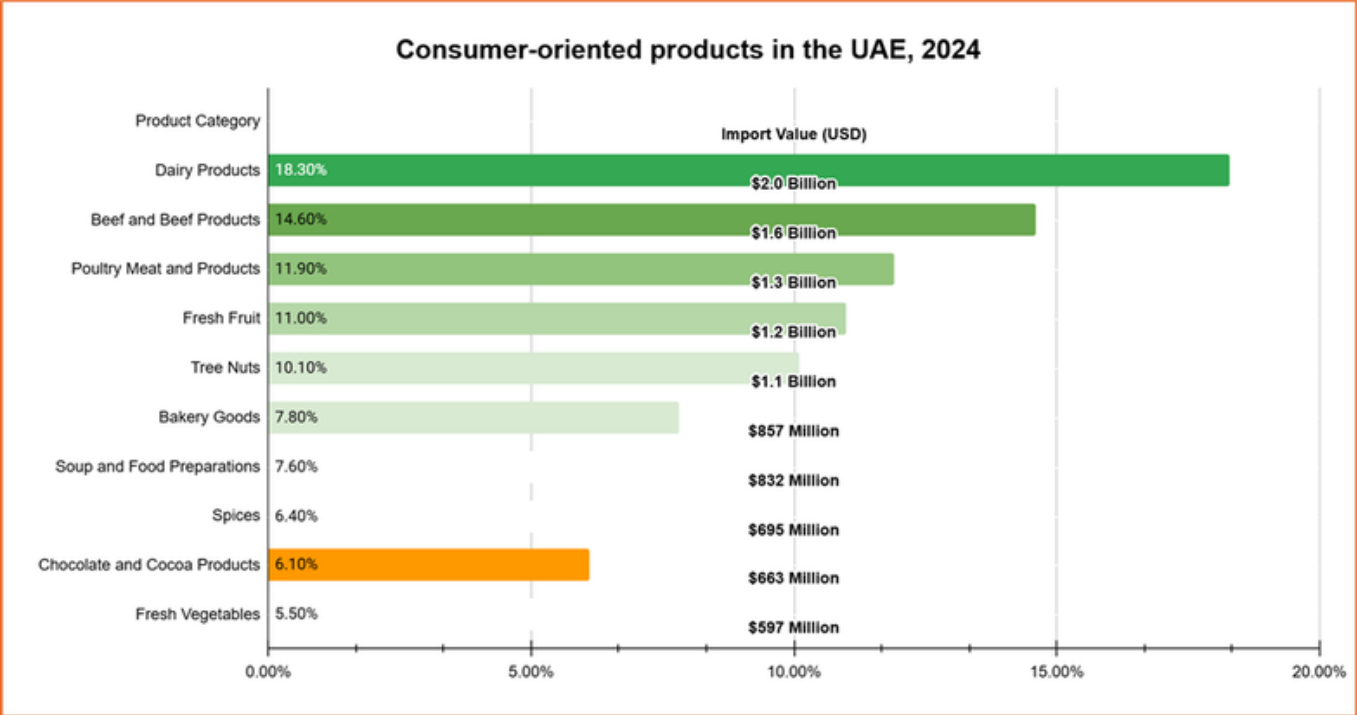
Para os Emirados Árabes Unidos, o comércio de cacau vai além da segurança alimentar — reflete uma sofisticada cultura de hospitalidade, onde compartilhar doces de alta qualidade é uma tradição profundamente enraizada. Nos Emirados Árabes Unidos, a demanda por produtos de alta qualidade voltados para o consumidor atingiu US\$ 16,2 bilhões em 2024, com o Brasil consolidado como um dos cinco principais fornecedores do país. Nesse cenário competitivo, o chocolate e os produtos de cacau representam um segmento comercial significativo, ocupando a 9ª posição entre as dez principais importações de alimentos dos Emirados Árabes Unidos, com um valor de US\$ 663 milhões (6,1% de participação). Essa forte presença no mercado ressalta uma oportunidade estratégica para o Brasil expandir sua atuação no ecossistema cacaujeiro em rápido crescimento dos Emirados Árabes Unidos.

Gráfico 1. Importações totais dos EAU e participação do Brasil (2024, milhões de dólares)



Fonte: Trade Map

Gráfico 2. Principais produtos de consumo final importados pelos EAU em 2024



Fonte: United States Department of Agriculture (USDA), Report Number: TC2025-0005, julho de 2025

2. VISÃO GERAL DO MERCADO

O mercado de cacau dos Emirados Árabes Unidos evoluiu para um sofisticado hub regional ancorado pelo Centro de Cacau DMCC, em Jebel Ali. A infraestrutura de classe mundial de cadeia de frio e logística portuária conecta grandes produtores (Brasil e África Ocidental) aos mercados de alto crescimento do Oriente Médio e da Ásia.

Marcas de luxo tradicionais como Patchi e Godiva dominam o segmento de presentes, enquanto produtores artesanais “do grão à barra”, como Mirzam e Cocoa Wanderers, e marcas como Co Chocolat, atendem a demanda por histórias de origem única e produtos saudáveis. A produção local também avança, com cultivo experimental bem-sucedido de cacau em Fujairah.

O comportamento do consumidor é definido pela preocupação com saúde e pela preferência por chocolate amargo (devido aos benefícios antioxidantes e cardiovasculares) em relação às variedades ao leite e branco. Gigantes globais como Mars, Lindt, Nestlé e Hershey mantêm presença relevante, mas os consumidores priorizam imagem de marca, embalagem sofisticada e origem ética.

O mercado é atendido por distribuidores profissionais (Greens International, Trade Hub FZ LLC) e grandes varejistas (Carrefour, Amazon.ae, Lulu Hypermarket), que oferecem as mais diversas variedades de chocolate.

Tabela 1. Preços de produtos de cacau e chocolate nos EAU (abril de 2026)

Categoria de produto	Exemplo de marca/produto	Preço (aprox. 1kg)	Fonte
Chocolate em pó	Nesquik Chocolate Milk Powder	AED 42,83	Carrefour
Cacau em pó (premium)	Hershey's Natural Sem Açúcar	AED 136,91	Carrefour
Manteiga de cacau (cosmético)	Bliss of Earth (crua e orgânica)	AED 400,00	Carrefour
Amêndoas de cacau (crus/orgânicas)	Dragon Superfoods (200g)	AED 288,75	Spinneys
Nibs de cacau	Nibs de cacau orgânico do Lulu	AED 100,00	Lulu Hypermarket
Cascas de cacau (chá)	Resíduos locais	AED 15 - 25	Atacado

Tamanho e projeção do mercado

Os setores de chocolate e cacau dos Emirados Árabes Unidos estão entrando em um período de crescimento transformador, com o mercado de chocolate avaliado em aproximadamente US\$ 555 milhões em 2025 e projetado para quase dobrar, atingindo US\$ 1,05 bilhão até 2033, com uma robusta taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 8,5%. Essa expansão se reflete no segmento de amêndoas de cacau, avaliado em cerca de US\$ 536 milhões em 2024, e com previsão de ultrapassar US\$ 1 bilhão até 2033. O mercado de cacau está crescendo a uma taxa composta de crescimento anual (CAGR) de 7,35%, impulsionado pela evolução estratégica dos Emirados Árabes Unidos para um importante centro regional de reexportação e por uma crescente demanda interna por confeitaria artesanal premium. Embora o mercado permaneça moderadamente consolidado — com gigantes globais como Barry Callebaut, Ferrero, Mars, Nestlé e Hershey controlando quase 60% da participação, o surgimento de infraestrutura especializada, como o Centro de Cacau DMCC, está criando caminhos para matérias-primas de alta qualidade e produção sustentável "do grão à barra". Consequentemente, os EAU estão passando de um mercado consumidor de alto volume para um sofisticado centro de comércio global, equilibrando a estabilidade do mercado de massa com uma demanda crescente por produtos de cacau funcionais, saudáveis e de luxo.

3. COMÉRCIO EXTERIOR E PARTICIPAÇÃO BRASILEIRA

As importações totais dos Emirados Árabes Unidos no Capítulo HS 18 atingiram US\$ 780,1 milhões em 2024, das quais o Brasil contribuiu com US\$ 6,6 milhões (0,9% de participação). Com base nos dados do ITC Trade Map de 2024, os Emirados Árabes Unidos consolidaram sua posição como um dos principais destinos globais para cacau e produtos à base de cacau. Ocupando a 24ª posição no ranking mundial, o mercado é caracterizado por uma demanda refinada por produtos de alta qualidade. Os fornecedores europeus dominam atualmente esse cenário.

- Os Países Baixos (US\$ 86,4 milhões), a Itália (US\$ 74,3 milhões) e a Suíça (US\$ 70,9 milhões) detêm, em conjunto, quase 30% do mercado.
- O mercado está mudando rapidamente em direção a produtos acabados premium, evidenciado pelo crescimento explosivo das importações da França (45%) e do Reino Unido (71,6%).

Gráfico 3. Principais exportadores de cacau e derivados aos EAU em 2024



Fonte: Trade Map

Domínio dos produtos acabados (HS 1806)

O mercado dos Emirados é impulsionado principalmente por chocolates e preparações alimentícias (HS 1806), que representam 85% das importações relacionadas ao cacau (US\$ 663,8 milhões).

Tabela 2. Desempenho do Brasil no segmento de chocolate acabado (HS 1806)

Código HS	Descrição do produto	Importações pelos EAU	Exportações do Brasil	Importações pelos EAU provenientes do Brasil (2024)	Crescimento (23-24)
180631	Barras recheadas ≤2kg	US\$ 178,9 milhões	US\$ 42,9 milhões	US\$ 5,7 milhões	+140%
180620	Blocos >2kg	US\$ 99,6 milhões	US\$ 8,7 milhões	US\$ 0,6 milhão	+649%
180690	Outros preparativos	US\$ 223,4 milhões	US\$ 91,8 milhões	US\$ 0,2 milhão	+27%
Total	Todos os HS 1806	US\$ 663,8 milhões	US\$ 176,7 milhões	US\$ 6,6 milhões	+134%

Fonte: Trade Map

Embora o Brasil detenha apenas 1% do mercado nessa categoria, trata-se de um player com alto potencial. As exportações brasileiras para os Emirados cresceram mais de 120% entre 2020 e 2024, sendo negociadas a um valor unitário competitivo de US\$ 3.615 por tonelada — bem abaixo do prêmio da Suíça, de US\$ 13.577 por tonelada.

Tabela 3. Participação no mercado emirático por região em 2024 (HS 1806)

Região	Principais parceiros	Valor (Milhões)	Participação (%)
Europa	Itália, Suíça, Países Baixos	\$ 473,50	71,30%
Ásia	Turquia, Índia, China	\$ 145,30	21,90%
África	Egito	\$ 31,10	4,70%
Brasil	Brasil	\$ 6,60	1,00%

Fonte: Trade Map

Crescimento intermediário: cacau em pó e manteiga de cacau

O setor manufatureiro dos Emirados Árabes Unidos está amadurecendo, gerando crescimento de dois dígitos para insumos industriais:

- Cacau em pó (HS 1805): O mercado atingiu US\$ 34,7 milhões. O desempenho do Brasil foi interessante, com as importações aumentando 208%, chegando a US\$ 0,9 milhão. O Brasil detém agora uma participação de 2,6%, superando o crescimento geral do mercado.
- Manteiga de cacau (HS 1804): Este mercado quase dobrou, atingindo US\$ 41,2 milhões em 2024. Atualmente, o Brasil possui 0% de participação direta no mercado, sendo que os Emirados Árabes Unidos dependem de fornecedores asiáticos (67%) e europeus (32%). Isso representa uma enorme oportunidade de nicho inexplorado para o agronegócio brasileiro.

Amêndoas e pasta de cacau (HS 1801–1803)

O perfil dos Emirados Árabes Unidos como um centro consumidor, em vez de um principal centro de britagem, reflete-se nos dados das matérias-primas:

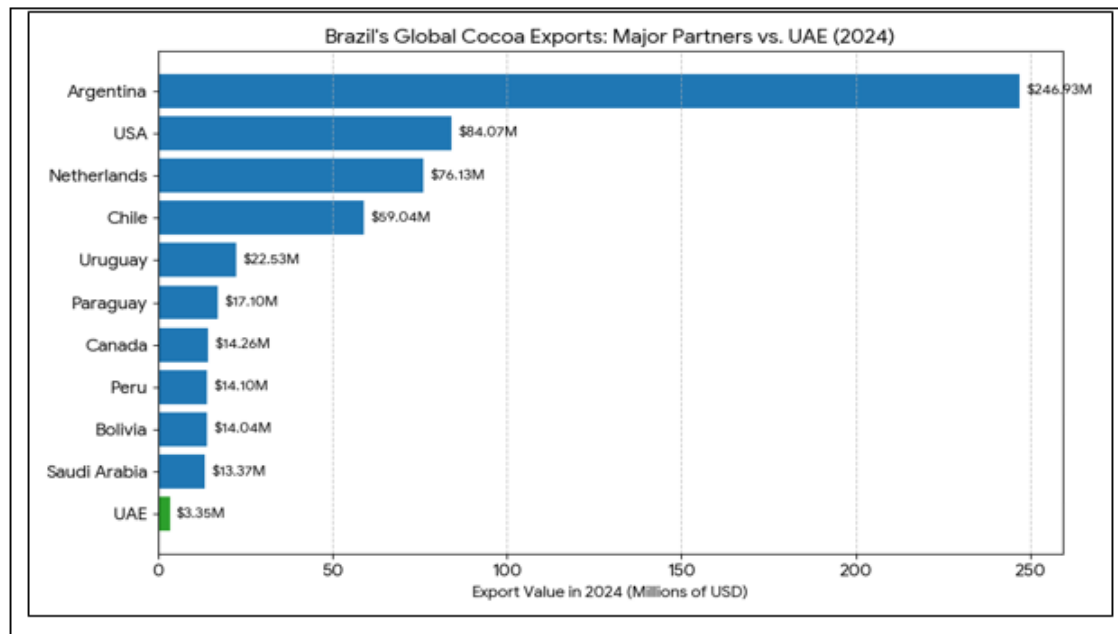
- Amêndoas de cacau (HS 1801): nicho volátil (US\$ 1,88 milhão) dominado por Madagascar. O Brasil detém atualmente 0% de participação, o que abre espaço para a substituição dos intermediários europeus.
- Pasta de cacau (HS 1803): setor lucrativo e em expansão (US\$ 38,4 milhões). Existe oportunidade para o Brasil desafiar os grandes fornecedores da África Ocidental e as refinarias europeias, fornecendo pasta de cacau diretamente para uso industrial.

Perspectivas para 2026: Qualidade acima de volume

Embora o volume acumulado no ano de 2026 pareça menor em comparação com anos anteriores, o pico histórico de preços (US\$ 4,14/kg) garante que o setor permaneça lucrativo. Se o ritmo de embarques se mantiver estável nos próximos trimestres, 2026 deverá fechar com receita sólida, apesar da normalização da oferta global.

Para os exportadores brasileiros, os dados confirmam que os Emirados não são mais apenas um destino para grandes volumes, mas um parceiro de alto valor, disposto a pagar um preço premium por qualidade, rastreabilidade e preparações especializadas de cacau.

Gráfico 4. Principais destinos do cacau brasileiro em 2024



Fonte: Trade Map

Mapeamento dos atores do mercado

Com base nos dados do Trade Map de 2024, embora o Brasil tenha apresentado um crescimento de 134% recentemente, enfrenta um cenário competitivo altamente estratificado nos Emirados Árabes Unidos. Para conquistar uma participação de mercado superior aos atuais 0,9%, o Brasil precisa navegar por três frentes competitivas distintas: os gigantes europeus, os distribuidores regionais e os líderes de volume da África Ocidental.

O nível premium europeu (os líderes de mercado)

A Europa domina o mercado dos Emirados Árabes Unidos, detendo coletivamente mais de 70% da participação. Esses países são os principais concorrentes do Brasil no varejo de alto valor agregado.

- Holanda (11,1% de participação): principal fornecedor dos Emirados. Como um centro global de reexportação, o país processa frequentemente amêndoas de todo o mundo.
- Itália (9,5%) e Suíça (9,1%): essas nações detêm o mercado de "luxo". Seus produtos alcançam os maiores valores unitários nos Emirados. O diferencial competitivo do Brasil pode estar atrelado ao storytelling de produtos da Amazônia e da Bahia, oferecendo uma alternativa exótica e singular às marcas tradicionais europeias.
- França (6,2%): concorrente em rápido crescimento, com uma taxa de expansão de 39%. O chocolate francês está ganhando terreno nos setores de confeitaria de alta qualidade e HORECA (Hotéis, Restaurantes e Cafés) dos Emirados.

Concorrentes regionais e emergentes (o fator proximidade)

Os concorrentes regionais se beneficiam da proximidade logística ou de acordos comerciais específicos, o que os torna relevantes para os segmentos de mercado de massa e industrial dos Emirados.

- Turquia (5,9%): um dos principais concorrentes nos setores de gama média e marcas próprias. O país se beneficia da proximidade geográfica e de uma sólida base de produção que proporciona qualidade consistente e acessível.
- Índia (4,3%): registrando um crescimento expressivo de 117% em valor, o país está expandindo agressivamente sua presença no setor de confeitaria nos Emirados.
- Egito (4%): embora seu crescimento tenha diminuído (-55%), o país continua sendo um concorrente regional importante, pois goza de uma tarifa de 0% sob o Acordo GAFTA, em comparação com a tarifa média de 5% atualmente aplicada ao Brasil.
- Arábia Saudita (2,2%): o país mantém uma balança comercial positiva com os Emirados neste setor, sendo um vizinho regional direto com vantagem tarifária de 0%.

Os concorrentes da África Ocidental no fornecimento de insumos (matérias-primas)

Para ingredientes industriais como pasta e pó de cacau, os Emirados Árabes Unidos recorrem à África Ocidental.

- Gana (1,9%) e Costa do Marfim (1,5%): esses países são líderes mundiais em volume. Embora sua participação atual nos Emirados seja modesta, eles são concorrentes diretos do Brasil na base industrial das fábricas de chocolate locais dos Emirados. A oportunidade para o Brasil aqui é fornecer rastreabilidade e padrões de qualidade mais elevados (conformidade fitossanitária) que os fornecedores a granel da África Ocidental às vezes têm dificuldade em atender.

Tabela 4. Principais concorrentes do Brasil no mercado emirático

Concorrente	Quota de mercado	Crescimento (23-24)	Força Primária	Ameaça competitiva ao Brasil
Holanda	11,10%	+7%	Centro de Reexportação	Eficiência e Logística
Itália	9,50%	+28%	Marcas de luxo	Percepção da marca
Suíça	9,10%	+18%	Qualidade Premium	Valor unitário mais alto
Turquia	5,90%	-9%	Valor de mercado médio	Preço e Proximidade
Índia	4,30%	+117%	Produção em massa	Expansão rápida

Fonte: Trade Map

4. OPORTUNIDADES E DESAFIOS

Há espaço para crescimento e um potencial inexplorado dentro do corredor cacauero Brasil-Emirados Árabes Unidos. Embora o Brasil tenha apresentado crescimento nos últimos anos, os dados revelam uma lacuna significativa entre a capacidade de exportação global do Brasil e sua penetração atual no mercado dos Emirados.

O principal desafio na atual relação comercial é a divergência de prioridades. A força das exportações brasileiras está atualmente voltada para matérias-primas industriais (manteiga de cacau), enquanto o apetite por importações dos Emirados está fortemente inclinado para produtos acabados de varejo (chocolate).

A lacuna de reconhecimento de marca no setor de chocolates (HS 1806)

- A realidade: Atualmente, o Brasil supre apenas 1% das importações de chocolate dos Emirados (US\$ 6,6 milhões).
- Potencial: As exportações globais totais de chocolate do Brasil (US\$ 176 milhões) poderiam, teoricamente, satisfazer 26,6% de toda a demanda nacional dos Emirados.
- Movimento estratégico: Existe uma lacuna de valor de US\$ 170 milhões. O Brasil poderia preenchê-la promovendo, por exemplo, o "Chocolate de Origem" (amazônico/baiano). Esses produtos premium alcançam preços mais altos no setor de varejo dos Emirados em comparação com as importações europeias em larga escala.

O território inexplorado industrial: manteiga de cacau (HS 1804)

- A realidade: A manteiga de cacau é um dos principais produtos brasileiros no mercado global, representando US\$ 284 milhões em exportações. Os Emirados têm uma demanda robusta de US\$ 41 milhões para suas fábricas locais, mas o comércio bilateral permanece ínfimo.
- Movimento estratégico: Conquistar apenas 10% do mercado de manteiga de cacau dos Emirados adicionaria US\$ 4 milhões ao comércio anual brasileiro. Isso requer o direcionamento direto B2B aos polos de fabricação de produtos.

Desconexão do cacau em pó (HS 1805)

- A realidade: O Brasil exporta US\$ 119 milhões em cacau em pó para o mundo todo — quase 3,5 vezes a necessidade total dos Emirados (US\$ 34,7 milhões) —, mas apenas US\$ 92 mil chegam atualmente ao país do Golfo.
- Movimento estratégico: Verificar se os Emirados estão adquirindo cacau em pó de origem brasileira indiretamente, por meio de intermediários europeus. Evitar esses centros de distribuição poderia aumentar significativamente as margens de lucro dos produtores brasileiros.

5. ASPECTOS REGULATÓRIOS E ACESSO AO MERCADO

Imposto Especial de Consumo por níveis de açúcar (vigente desde 1º de janeiro de 2026)

Os Emirados estão cada dia mais preocupados com a saúde pública e seu novo sistema tributário escalonado pode beneficiar as exportações brasileiras focadas em cacau de alta qualidade e baixo teor de açúcar.

O novo modelo volumétrico da Federal Tax Authority (FTA) vincula a alíquota diretamente ao teor de açúcar por 100 ml (ou equivalente em pós/concentrados). Produtos com < 5g de açúcar ou adoçados apenas com adoçantes artificiais/estévia são isentos. A medida beneficia diretamente a manteiga de cacau (HS 1804) e o cacau em pó sem açúcar (HS 1805), além de chocolates amargos de baixo teor de açúcar e adoçados com estévia.

Tabela 4. Imposto Especial de Consumo de acordo com teor de açúcar

Categoria Açúcar	Teor total de açúcar (por 100ml)	Taxa de Imposto Especial de Consumo
Alto teor de açúcar	≥ 8g	AED 1,09 por litro
Açúcar médio	5g a < 8g	AED 0,97 por litro
Baixo teor de açúcar	< 5g	AED 0
Artificial apenas	Qualquer quantidade (<u>aspartame, estévia, etc</u>)	AED 0

Fonte: Federal Tax Authority UAE (FTA)

Canais de distribuição e potenciais parceiros

O cacau e o chocolate estão amplamente disponíveis nos Emirados Árabes Unidos em varejistas como Carrefour, Lulu Hypermarket, Spinneys e lojas especializadas. O enorme setor de hotéis de luxo (Dubai e Abu Dhabi) e o canal HORECA também representam importante demanda, especialmente para produtos premium e de origem. Grandes redes expandiram espaços dedicados a produtos saudáveis e premium, com crescimento nas vendas online.

6. CONCLUSÃO

A conjuntura atual apresenta uma janela de oportunidade para o cacau e o chocolate brasileiros nos Emirados Árabes Unidos, destacando-se os seguintes fatores:

- Tarifa de importação de 5% (com Acordo Mercosul-EAU em fase final de negociações);
- Lacuna de mercado de aproximadamente US\$ 170 milhões em chocolate acabado (HS 1806);
- Demanda crescente por produtos de baixo teor de açúcar e origem rastreável;
- Posição dos Emirados como hub de reexportação para todo o Oriente Médio e Norte da África (MENA);

- Infraestrutura logística consolidada e relação comercial já estabelecida.

O principal desafio é a construção de canais específicos para os segmentos premium e industrial, que exigem abordagem distinta da commodity. No que tange ao setor industrial é interessante estabelecer contratos de fornecimento direto de manteiga e pasta de cacau com a crescente base de fabricação de confeitaria dos Emirados. No varejo, recomenda-se aproximar-se de redes de supermercado, lojas especializadas e hotéis, visando a divulgação do chocolate de origem brasileira.

As certificações de qualidade, rastreabilidade e origem, já detidas pelos produtores brasileiros, eliminam barreiras de entrada e facilitam a expansão do cacau e do chocolate brasileiros no país.