

# COMO EXPORTAR NIGÉRIA

Coleção  
**Estudos e Documentos de Comércio Exterior**

Série  
**Como Exportar**

**CEX: 262**

Elaboração  
**Ministério das Relações Exteriores – MRE**  
**Coordenação-Geral de Promoção Comercial – CGPR**  
**Embaixada do Brasil em Pequim**  
**Setor de Promoção Comercial – SECOM**

Coordenação  
**Coordenação-Geral de Promoção Comercial – CGPR**

Distribuição  
**Coordenação-Geral de Promoção Comercial – CGPR**

Diagramação  
**Coordenação-Geral de Promoção Comercial – CGPR**

Os termos e apresentação de matérias contidas na presente publicação não traduzem expressão de opinião por parte do MRE sobre o status jurídico de quaisquer países, territórios, cidades ou áreas geográficas e de suas fronteiras ou limites. Os termos “desenvolvidos” e “em desenvolvimento”, empregados em relação a países ou áreas geográficas, não implicam tomada de posição oficial por parte do MRE.

Direitos reservados.

O DPR que é titular exclusivo dos direitos de autor (\*) permite sua reprodução parcial, desde que a fonte seja devidamente citada.

**(\*) Este guia foi registrado no Escritório de Direitos Autorais da Fundação Biblioteca Nacional (ISBN 85-98712-75-8).**

O texto do presente estudo foi concluído em janeiro de 2021.

B823c	Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Coordenação-Geral de Promoção Comercial.
2021.	Como Exportar. Nigéria. / Ministério das Relações Exteriores. – Brasília: MRE,
	89 p. (Coleção estudos e documentos de comércio exterior.).
	1. Brasil- comércio exterior. 2. Nigéria- comércio exterior.
	I. Título. II. Série. <b>CDU 339.5 (81:510)</b>

# ÍNDICE

INTRODUÇÃO	5
1. ASPECTOS GERAIS	7
1.1 GEOGRAFIA E CLIMA	7
1.2 POPULAÇÃO, CENTROS URBANOS E PADRÕES DE VIDA	8
1.3 COMUNICAÇÃO E MEIOS DE TRANSPORTE	11
1.4 ESTRUTURA POLÍTICA E ADMINISTRATIVA	13
1.5 ORGANIZAÇÕES E ACORDOS INTERNACIONAIS	16
2. ECONOMIA, MOEDA E FINANÇAS	19
2.1 SITUAÇÃO ECONÔMICA	19
2.2 PRINCIPAIS SETORES ECONÔMICOS	20
2.3 MOEDA E FINANÇAS	23
2.4 BALANÇO DE PAGAMENTOS E RESERVAS INTERNACIONAIS	24
3. COMÉRCIO INTERNACIONAL	26
3.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS	26
3.2 EVOLUÇÕES RECENTES	26
3.3 EXPORTAÇÕES NIGERIANAS	26
3.4 IMPORTAÇÕES NIGERIANAS	29
3.5 C. ECONÔMICA DOS ESTADOS DA ÁFRICA OCIDENTAL (ECOWAS)	30
3.6 ÁREA DE LIVRE COMÉRCIO CONTINENTAL AFRICANA (AfCFTA)	31
4. RELAÇÕES ECONÔMICAS E COMERCIAIS ENTRE BRASIL E NIGÉRIA	33
4.1 EVOLUÇÕES RECENTES	33
4.2 EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS	33
4.3 IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS	34
4.4 POTENCIAL DE PRODUTOS BRASILEIROS NO MERCADO NIGERIANO	35
5. ACESSO A MERCADO	55
5.1 SISTEMAS TARIFÁRIOS E NÃO TARIFÁRIOS	55
5.2 MEDIDAS SANITÁRIAS E FITOSSANITÁRIAS	58
5.3 REGULAÇÕES ÀS IMPORTAÇÕES	63
6. COMPREENDENDO O CONSUMIDOR NIGERIANO	64
6.1 CRESCIMENTO DA CLASSE MÉDIA	64
6.2 SEGMENTOS DE CONSUMO	66
6.3 PADRÕES DE CONSUMO	66
7. ESTRUTURA DE MERCADO	69
7.1 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	69
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	70
7.3 PRÁTICAS DE NEGÓCIO	71
8. AMBIENTE DE INVESTIMENTOS	75
8.1 GOVERNANÇA	75
8.2 CORRUPÇÃO	76
8.3 SETORES DE INVESTIMENTO	78
9. RECOMENDAÇÕES PARA EMPRESAS BRASILEIRAS	81
10. ANEXOS	82

# INTRODUÇÃO

A Nigéria é um dos principais países africanos tanto em termos demográficos (a maior população do continente) e territoriais (décimo quarto em área - dentre 54 -, mas sexto em densidade populacional) quanto econômicos (maior Produto Interno Bruto nominal do continente, porém décimo oitavo em termos de PIB per capita). Desta maneira, a Nigéria se apresenta como uma das principais portas de entrada para o continente africano, em especial para a chamada África Negra (subsaariana).

O país possui área relevante de costa, incluindo sua principal cidade, Lagos, o que facilita o ingresso de produtos por seus seis portos, dois dos quais na cidade mencionada. Além da fronteira marítima, a Nigéria possui fronteira territorial com outros países africanos, como Camarões (ao leste e sul), Benim (ao oeste), Níger e Chade (ambos ao norte). Apesar da rede rodoviária ser extensa e parcialmente asfaltada, ela é ineficiente e as viagens pelo interior do país são consideradas perigosas e longas. A rede ferroviária serve ao propósito de levar bens e itens agrícolas, sobretudo do interior do país em direção aos principais portos para exportação.

Apesar do impressionante número de habitantes, a economia nigeriana ainda está em fase de desenvolvimento e é extremamente dependente da exploração de petróleo, com 60% do PIB do país proveniente das exportações de tal produto. Esse cenário torna toda a estrutura econômica altamente suscetível a choques externos, fugas de capitais e flutuações dos preços internacionais do petróleo. De modo a controlar a entrada e saída de moeda estrangeira e, ao mesmo tempo, incentivar alguns segmentos da indústria nacional, a Nigéria restringe as importações de determinados itens ou proíbe a utilização de moedas estrangeiras em trocas comerciais com o exterior, criando uma prática de comércio internacional protecionista e relativamente fechada ao intercâmbio com outros países.

De algum modo, a Nigéria está em um lento, porém importante, processo de abertura comercial, especialmente a partir da criação e adesão a CEDEAO (Comunidade Econômica dos Estados da África Ocidental, ECOWAS, em inglês), bloco econômico que pretende uni-la com seus vizinhos, de modo a integrar suas economias e propor a autossuficiência produtiva regional – também podendo ser vista pelo exportador brasileiro como uma das portas de entrada para mercados na África Ocidental.

As relações comerciais com o Brasil foram muito intensas ao longo da primeira década do século XXI, com as exportações brasileiras para o mercado nigeriano chegando a US\$1,5 bilhão em 2007 e 2008,

aproximadamente sete vezes mais do que a cifra apresentada em 2000, de US\$246 milhões. Esse aumento, contudo, não foi sustentável nem mantido ao longo da década seguinte, pois o Brasil exportou cerca de US\$596 milhões para a Nigéria em 2020, pequeno aumento frente aos US\$593 milhões exportados em 2019. Da mesma maneira, as exportações nigerianas para o Brasil caíram de forma abrupta nos últimos anos, sendo reduzidas de US\$9,5 bilhões em 2014 para US\$427 milhões em 2020, um dos primeiros anos nos quais o Brasil apresentou superavit em sua balança comercial com o país africano.

Ambos países se escoram em poucos produtos para manter suas relações de comércio internacional. Em 2020, os principais itens exportados pelo Brasil à Nigéria foram outros açúcares de cana (código NCM 1701.14.00), com aproximadamente US\$448 milhões, ou 75% do total exportado pelo país sul-americano ao africano. Outros produtos relevantes vendidos pelo Brasil são tabaco, billetes de ferro, sal marinho e tratores. Em comparação, a pauta de exportação da Nigéria para o Brasil é concentrada basicamente em dois produtos: óleos brutos de petróleo (código NCM 2709.00.10), com US\$301 milhões exportados em 2020, e ureia - mesmo em solução aquosa, com teor de nitrogênio (azoto) superior a 45%, em peso, calculado sobre o produto anidro no estado seco (código NCM 3102.10.10) - cujas exportações para o Brasil em 2020 foram de US\$105 milhões. Ambos produtos somaram cerca de 95% das exportações nigerianas ao país sul-americano em 2020. Desta forma, observa-se que há espaço para expansão de negócios bilaterais, em especial com diversificação e aprofundamento da pauta exportadora brasileira em produtos de uso industrial, alimentício e agrícola.



Por conta da proximidade com a Linha do Equador, a Nigéria é um país de clima predominantemente quente, dividido em zonas climáticas bem-definidas desde o sul até o norte do país. No sul e no sudeste, o clima é tropical de monções, com temperaturas quentes o ano inteiro e pouquíssima variação de temperatura entre os meses. O ano é dividido em uma estação chuvosa, com intensas precipitações e maior período de recorrência, e uma seca, de curta duração. Na faixa que cobre toda a área central da Nigéria, cortando o país de oeste a leste, o clima é tropical de savana, também com temperaturas elevadas, mas com estações divididas mais pronunciadamente – a estação seca é mais longa e é notável pela ocorrência do harmatã, ventos carregados de poeira do Saara que vêm do norte entre os meses de novembro e março, aproximadamente. Mais ao norte e distante do oceano, o clima se torna árido, típico da região do Sahel, com temporadas chuvosas menos duradouras e extensa estação seca.

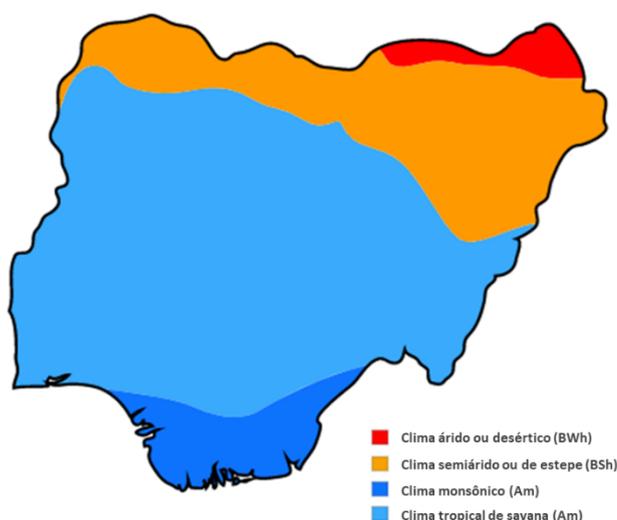


Figura 2 - Mapa de clima de Köppen da Nigéria (modificado)

Fonte: Ali Zifan

## 1.2. População, centros urbanos e padrões de vida

### 1.2.1. População

A Nigéria possui a maior população do continente africano, com aproximadamente 206 milhões de habitantes em 2020 – o Brasil, como comparação, tem aproximadamente 212 milhões. A taxa média de fertilidade ainda é alta, com cinco filhos por casal, o que significa que sua população ainda deverá crescer acentuadamente nos próximos anos, embora a taxa esteja cada vez menor.

### Taxa de fertilidade (Filhos por mulher)

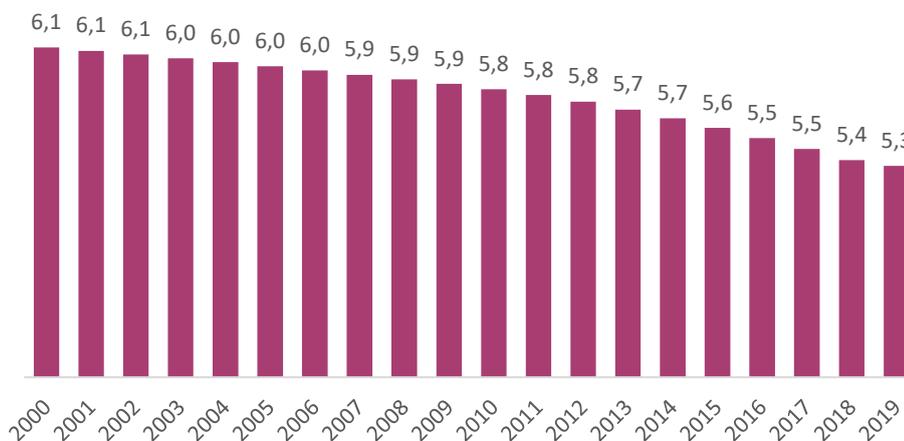


Gráfico 1 - Taxa de fertilidade na Nigéria  
Fonte: Banco Mundial, Organização das Nações Unidas (ONU)

A população nigeriana é um mosaico de diferentes etnias e grupos culturais. Mais de 500 dialetos são falados no território, como consequência de suas históricas divisões tribais. As três maiores populações da Nigéria são os hauçás, os iorubás e os igbos, divididos geograficamente em regiões bem definidas no país: os hauçás habitam o lado norte da Nigéria, são majoritariamente muçulmanos sunitas e falam o hauçá como língua; os iorubás habitam principalmente a região sudoeste, principalmente no entorno da cidade de Lagos e têm diversas afiliações religiosas, sendo as mais importantes o cristianismo e o islamismo; os igbos habitam a região sudeste da Nigéria, falando o idioma igbo e praticando o cristianismo.

Na ocasião da independência do Reino Unido, em 1960, o governo nigeriano optou por adotar o inglês como sua língua oficial, além de ser a língua franca para comunicações, ensino e negócios, a fim de evitar que a escolha do idioma de uma das tribos se sobrepusesse aos demais. São poucos, todavia, os nigerianos que falam inglês como língua nativa, já que a maioria utiliza suas línguas locais para a comunicação com pessoas das mesmas cidades e tribos.

#### 1.2.2. Centros urbanos

A Nigéria se urbanizou muito rapidamente nos últimos anos, com uma parcela significativa da sua população migrando para centros urbanos. Desde 2018, mais da metade dos nigerianos vivem em cidades, com tendência constante de alta há décadas.



Figura 3 - Principais centros urbanos da Nigéria  
 Fonte: Organização das Nações Unidas (ONU)

A maior cidade da Nigéria é Lagos, uma megalópole com mais de 20 milhões de habitantes espalhados em diversas municipalidades e em dois estados diferentes, embora os números oficiais sejam dúbios, por conta da dificuldade dos órgãos estatais de conseguir realizar censos confiáveis. As estimativas atuais colocariam Lagos como a maior cidade no continente africano, à frente de Cairo, no Egito. Ela foi fundada por uma tribo de iorubás no século XIII, mas foi nomeada como Lagos por navegadores portugueses, por conta dos lagos no entorno da ilha em que a cidade existia. Foi formalmente anexada pelos britânicos em 1861, tornando-se, cinco anos depois, a capital da colônia da Nigéria. Devida à exploração do petróleo, no delta do Níger, Lagos se expandiu rapidamente após a independência, com sua população aumentando constantemente.

Além de ser a maior cidade nigeriana, até 1992 Lagos foi a capital do país. Atualmente, é o centro financeiro e cultural da Nigéria. A população também é uma das mais heterogêneas, com diversas etnias e culturas habitando a cidade. Lagos também comporta uma minoria de descendentes de escravos brasileiros, que se emanciparam e retornaram à África no século XIX. Estes são conhecidos como “amarôs” ou “agudás” e são tradicionalmente ligados à elite urbana da região, tendo regressado de seu período de cativeiro com costumes e ofícios ocidentais.

Cano é a segunda maior cidade da Nigéria e a maior do norte do país. Capital do estado de Cano, é principalmente habitada por hauçás, embora tenha uma minoria significativa de fulas. Ela tem 3,5 milhões de habitantes, sendo majoritariamente islâmica. O emir de Cano, título cerimonial dado ao sucessor do antigo emirado que existia na região antes da subjugação britânica, é considerado o

segundo líder islâmico mais importante do país. Desde 2012, o estado de Cano introduziu a xaria, a lei islâmica segundo o Corão.

Ibadan, ou Ibadã, é a terceira maior cidade da Nigéria, além de ser a maior cidade e capital do estado de Oyo, no sudoeste do país. A importância de Ibadan é devida à sua posição, um entreposto entre as regiões costeiras do sul e as planícies de savana às margens do Níger, mais ao norte. Foi a mais importante cidade dos povos iorubás antes da colonização e, mesmo durante a independência da Nigéria, era a cidade mais populosa do país.

Por conta da imensa heterogeneidade étnica nigeriana, no começo dos anos 1970 foi decidida a construção de uma cidade para servir de capital federal, em um lugar “neuro” e geograficamente centralizado, para estar o mais próximo possível de todas os segmentos demográficos do país. Assim como Brasília, foi escolhida uma localização central, em um trecho relativamente despovoado do país, na região de savana. A cidade, nomeada como Abuja, foi planejada especificamente para não ficar em nenhum território que pudesse ser reclamado pelas etnias – Lagos, por exemplo, fica em território tradicional dos iorubás. Para isso, foi criado o Território da Capital Federal que, a exemplo do Distrito Federal, não é parte de nenhum outro estado. Abuja se tornou a capital oficial do país em 1991. Por conta da importância política de um dos principais países africanos, é uma das cidades com maior crescimento do mundo.

## **1.3. Comunicação e meios de transporte**

A infraestrutura nigeriana é um dos pontos mais desafiadores do país, por conta da precariedade de estradas, linhas férreas e oleodutos. Muitos empresários e comerciantes nigerianos citam a infraestrutura defeituosa como o maior entrave para o crescimento do país. Notavelmente, ataques de vandalismo nos oleodutos da região do delta do Níger enfraqueceram a capacidade de escoamento da produção petrolífera da Nigéria nas últimas décadas.

### **1.3.1. Comunicações**

A infraestrutura precária também é vista no acesso do nigeriano às telecomunicações. Linhas fixas de telefone existem principalmente nas maiores cidades, mas são caras e pouco confiáveis, além de não terem expandido com sucesso para os rincões menos urbanos do país. Entretanto, a tecnologia de telefonia móvel se expandiu mais rápido na Nigéria, especialmente após a década de 2000, com diversas empresas oferecendo acesso barato e de qualidade por conta da forte competição no setor.

O acesso à internet ainda é pequeno no país, com aproximadamente 20% dos domicílios nigerianos tendo conexão – destes, 15% ainda não têm conexão banda larga. Isso se deve porque a estrutura necessária para prover esse tipo de acesso é muito custosa para a renda média da maioria da população nigeriana. Por outro lado, com o barateamento do acesso a redes de telefonia móvel, mais nigerianos têm conseguido acesso à internet: o número de usuários quase triplicou no país nos últimos cinco anos, mas ainda segue abaixo da metade da população total do país.

A pouca estrutura de acesso à internet implica também na baixa incidência de smartphones, especialmente longe das principais cidades do país. Mais da metade dos telefones móveis vendidos são os *feature phones*, telefones celulares com menos recursos que os smartphones, capazes de realizar conversas pela rede telefônica, mandar e receber SMS. A maior vantagem é a duração mais longa da bateria e, quanto a principal desvantagem, a de não ter acesso a recursos mais avançados on-line, ela não tem impacto muito grande em regiões onde a cobertura 4G é ruim ou inexistente.

### **1.3.2. Meios de transporte**

Apesar de contar com uma estrutura rodoviária e férrea relativamente ampla, cruzando todo o país e aproveitando antigas rotas comerciais que conectam as regiões fluviais ao norte com as regiões costeiras ao sul, a infraestrutura terrestre nigeriana ainda é deficitária. Diversas rodovias e ferrovias têm pouca manutenção. Muitos projetos de expansão da malha terrestre recebem aportes milionários, mas estão incompletos ou abandonados. O sistema férreo nigeriano é estatal, operado pela Nigerian Railway Corporation, porém há pressão interna para a privatização da companhia, a fim de tornar o investimento em malha ferroviária mais rápido e constante, além de diminuir o desperdício de recursos e materiais. O sistema férreo, por exemplo, não alcança a capital Abuja, e muito da malha planejada para expansão não está avançando há anos. A Nigéria conta, atualmente, com aproximados 3.800 quilômetros de vias férreas, sendo o principal corredor aquele que conecta Lagos, no sudoeste, com Cano, a segunda maior cidade do país. O governo nigeriano está tentando realizar a construção de uma via férrea mais moderna e de maior capacidade conectando Lagos com Cano, mas passando por Abuja. A construção tem sido realizada com apoio e financiamento de empresas de origem chinesa, entretanto dificuldades estruturais e climáticas, além de convulsões sociais e políticas, atrasam o projeto, o qual ainda não está concluído.

O sistema rodoviário é extenso, sendo o mais amplo da África – existem aproximadamente 195 mil quilômetros de rodovias na Nigéria, dos quais aproximadamente 60 mil são pavimentados. O Brasil,

como comparação, detém 1,7 milhão de quilômetros de estradas, sendo 200 mil asfaltados. Diferentemente da malha férrea, todas as grandes metrópoles nigerianas são conectadas ao sistema rodoviário, particularmente Lagos e Cano. Assim como o sistema ferroviário, as estradas nigerianas sofrem com pouca manutenção e com a depreciação, tornando a viagem terrestre difícil e custosa, especialmente durante épocas de chuvas prolongadas. Não obstante essas dificuldades, longe dos centros urbanos há a insegurança de gangues e criminosos realizando assalto de cargas e de carros de passeios.

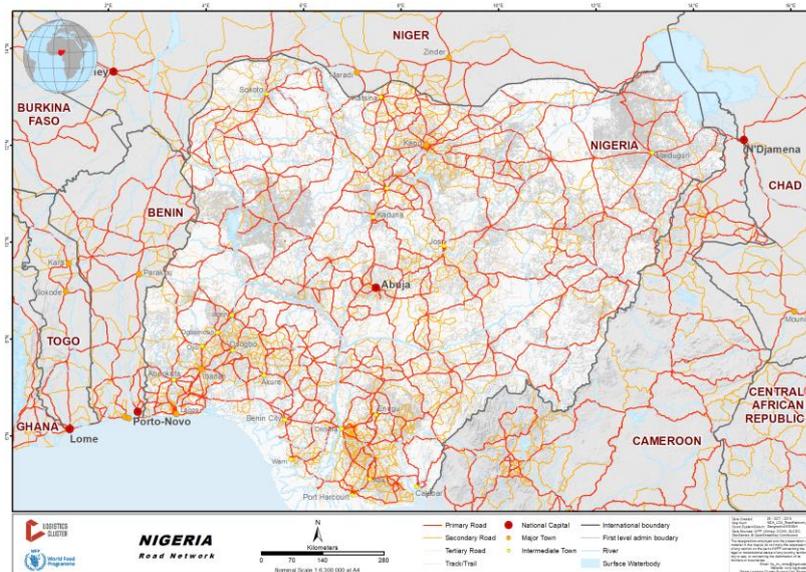


Figura 4 - Mapa com as principais rodovias da Nigéria e de países vizinhos  
Fonte: Logistics Capacity Assessment

O sistema de transporte aéreo nigeriano é comumente utilizado por ser menos exposto às dificuldades estruturais, mas recebe críticas por ser ineficiente e inseguro, mesmo que a segurança seja maior que nos outros meios. O maior aeroporto é o Aeroporto Internacional Murtala Muhammed, localizado em Ikeja, subúrbio de Lagos, e é usado como principal porta de entrada de turistas para o país. O aeroporto Nmandi Azikiwe é o segundo maior do país, localizando-se em Abuja. Em seguida vem o aeroporto Mallam Aminu Kano, estabelecido na cidade de Cano, sendo o principal aeroporto da metade norte da Nigéria. Até 2003, o país manteve uma companhia aérea estatal, a *Nigerian Airways*, porém ela foi dissolvida naquele mesmo ano. A Arik Air é a maior empresa aérea do país hoje, pertencendo à aviação privada.

## 1.4. Estrutura política e administrativa

À semelhança do Brasil, a Nigéria – oficialmente conhecida como República Federal da Nigéria – é uma

federação de 36 estados autônomos e um território federal, onde se situa a capital Abuja. Abaixo dos estados, há as áreas de governos locais (*Local Government Areas*, LGA, da sigla em inglês), equivalentes em estrutura aos municípios brasileiros, embora guardem diferenças importantes.

#### 1.4.1. Estrutura de governo

A Constituição da Nigéria estabelece um sistema tripartite de poder, dividido entre o Executivo, o Legislativo e o Judiciário, em equivalência com o sistema político brasileiro.

O Poder Executivo é chefiado pelo presidente da Nigéria, eleito em sufrágio universal para um período de quatro anos, com uma reeleição permitida. Assim como no Brasil, o presidente acumula as funções de chefe de Estado e chefe de governo, além de comandante em chefe das Forças Armadas. O Poder Legislativo é formado pela Assembleia Nacional, o órgão legislativo federal da Nigéria. A Assembleia é bicameral, tendo um Senado (109 senadores) e uma Câmara de Representantes (360 representantes). Já o Poder Judiciário é chefiado pela Suprema Corte da Nigéria, um órgão composto por 21 ministros apontados pelo Presidente da Nigéria.

A política nigeriana é pluripartidária, com diversos partidos de afiliações ideológicas distintas participando dos pleitos presidenciais e legislativos. Até 2018, mais de 70 partidos tinham registro oficial no órgão eleitoral da Nigéria, mas uma reforma constitucional naquele ano impôs cláusulas de barreiras – dezoito partidos têm licença para lançar candidatos e disputar pleitos no país que, à semelhança do Brasil, não permite nenhuma candidatura independente. Os dois maiores partidos da são o Congresso de Todos os Progressistas (*All Progressives Congress*, APC), de centro-esquerda, e o Partido Democrático Popular (*People's Democratic Party*, PDP), de centro-direita. Juntos, os dois partidos controlam mais de 90% da composição da Assembleia Nacional.

#### 1.4.2. Zonas geopolíticas da Nigéria

Os estados nigerianos são divididos em seis grandes regiões, chamadas oficialmente de zonas geopolíticas, as quais são baseadas em laços culturais, traços geográficos e divisões climáticas.

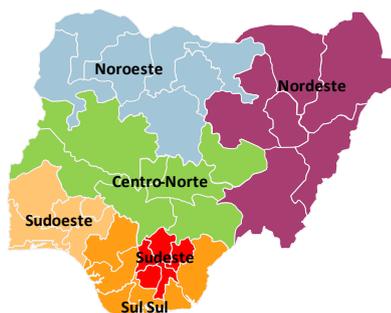


Figura 5 - Mapa com as zonas políticas da Nigéria

Fonte: Euromonitor International

As regiões do sul (sudoeste, sudeste e sul) são as de clima mais chuvoso. O sudoeste é predominantemente habitado pelos iorubás e é onde se encontra a cidade de Lagos. Já a região sul é a maior produtora de petróleo da Nigéria: mais de 60% da produção petrolífera nigeriana é oriunda do local. O sul também é conhecido como a região do delta, por ser onde o rio Níger desagua no Oceano Atlântico – o imenso delta do Níger passa por todos os estados da zona geopolítica. Por sua vez, a zona sudeste é composta pelos estados sulistas às margens do Níger que não possuem saída para o oceano e, em sua maioria, é habitada pelos igbos – as terras conhecidas como igbolândia coincidem bastante com a zona sudeste da Nigéria.

Ao norte, as regiões setentrionais (centro-norte, noroeste e nordeste) são definidas pelo clima de Sahel menos úmido que os do sul. A grande maioria dos habitantes dessa localidade é muçulmana e alguns dos estados do norte, inclusive, aplicam a xaria islâmica como parte de suas leis estaduais. A região do centro-norte é onde fica a maior interação entre os povos iorubás, hauçás e igbos, além de ser o local em que a capital Abuja se situa. Já a região noroeste é considerada a terra natal dos hauçás, mas tem sido palco de disputas recentes entre eles e os fulas, outra tribo da região, por recursos naturais para pastoreio e plantio – todos os estados do noroeste aplicam a xaria. Ao passo que o nordeste da Nigéria é habitado principalmente por fulas e por canúris. Há focos de violência sectária e intolerância religiosa na última década. Os ataques realizados por membros do Boko Haram, há alguns anos, por exemplo, ocorreram nesta região.

### **1.4.3. Estados e áreas de governo locais**

Desde a sua emancipação, a Nigéria passou por diversas reestruturações internas para melhorar a administração local e pulverizar o controle, que antes era fortemente centralizado por conta da colonização britânica. O país tinha três estados em 1960, na ocasião de sua independência, que foram divididos em estados menores e melhor distribuídos para atender os interesses locais. Hoje, há 36 estados, além do Território da Capital Federal.

Pelas estimativas populacionais de 2016, o estado mais populoso da Nigéria é Cano, com aproximadamente 13 milhões de habitantes, seguido de perto pelo estado de Lagos, com 12,5 milhões. Do outro lado, o estado menos populoso é Bayelsa, no delta do Níger, com 2,3 milhões de cidadãos.

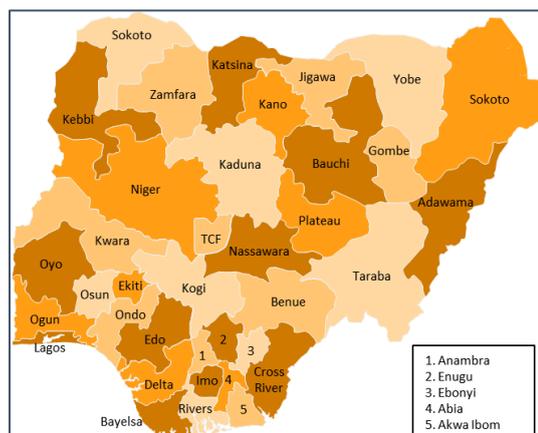


Figura 6 - Mapa político da Nigéria

Fonte: Wikimedia Commons

Os estados são divididos em LGAs, entidades subestaduais que, a princípio, ocupam o mesmo nicho administrativo dos municípios brasileiros, mas há importantes diferenças. A principal é a de que as LGAs não costumam englobar grandes cidades. As maiores metrópoles nigerianas são divididas em áreas de governo distintas, que funcionariam como distritos dessas cidades. Dessa forma, Lagos, por exemplo, não tem uma única estrutura administrativa, pois ela é dividida em 16 LGAs diferentes, cada uma com seu conselho e suas instituições próprias. Abuja é dividida em 6, enquanto Cano contém 8.

## 1.5. Organizações e acordos internacionais

A Nigéria é uma das nações mais envolvidas em acordos internacionais na África, tendo participado de esforços para a independência e a integração africana praticamente desde a sua emancipação em relação ao Reino Unido. Ela foi um dos países signatários da Organização da Unidade Africana, de 1963, e apoiou a independência e o autogoverno dos países africanos, respaldando, por exemplo, esse processo de Angola em relação a Portugal, nos anos 1970.

### 1.5.1. União Africana e CEDEAO

Por conta do interesse das lideranças nigerianas em promover a aproximação dos países africanos, da resistência contra a influência das minorias descendentes de europeus e da promoção do desenvolvimento regional, a Nigéria foi um dos 32 participantes originais da cúpula de Adis Abeba, em 1963, que estabeleceu a Organização da Unidade Africana, e também foi participante do acordo que substituiu a organização pela União Africana, em 2002. Não só isso, como também patrocinou a criação

da Comunidade Econômica Africana (CEA) em 1991, com o Tratado de Abuja. A CEA promove a integração regional subcontinental, através da formação de blocos econômicos entre países geograficamente próximos, para a promoção de desenvolvimento regional e maior cooperação.

Dentro do ambiente da CEA, a Nigéria participa da Comunidade Econômica dos Estados da África Ocidental (CEDEAO), aliança econômica sediada em Abuja, e que comporta, além da própria Nigéria, as nações de Benin, Burkina Fasso, Cabo Verde, República de Côte d'Ivoire (antiga Costa do Marfim), Gâmbia, Gana, Guiné, Guiné-Bissau, Libéria, Mali, Níger, Senegal, Serra Leoa e Togo. A CEDEAO tem o propósito de integrar as economias do bloco com menores tarifas e integração das cadeias de produção, mas também é usado como organismo de pacificação internacional, tendo agido recentemente em operações no Mali, na Guiné-Bissau e em Côte d'Ivoire.

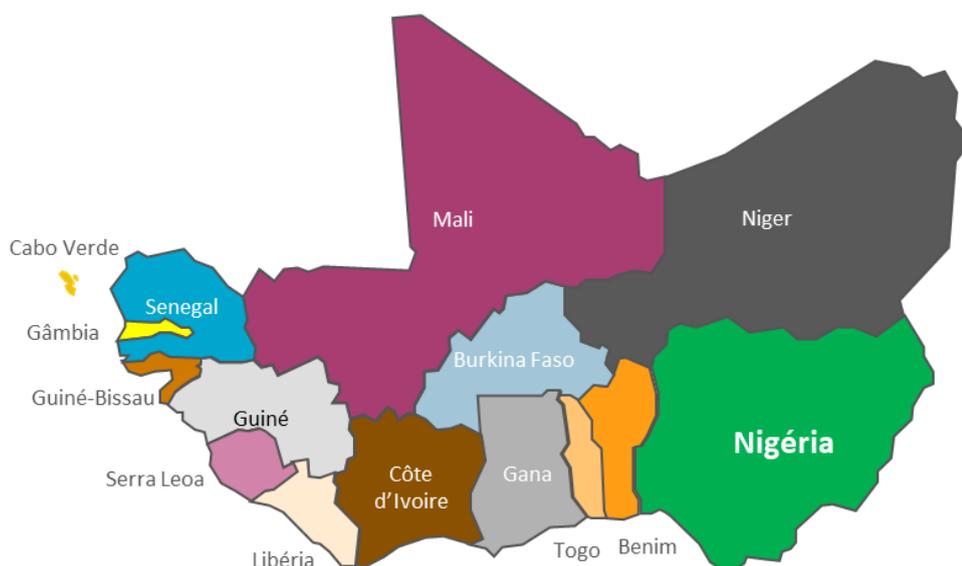


Figura 7 - Mapa dos quinze países integrantes da CEDEAO  
Fonte: Comunidade Econômica dos Estados da África Ocidental, modificado

### 1.5.2. Organismos internacionais

A Nigéria participa de uma ampla gama de organizações multilaterais desde sua fundação. Logo após sua independência, o país foi aceito na Organização das Nações Unidas (ONU), e fundou, dentro do âmbito da ONU, o Grupo dos 77, uma coalizão de países em desenvolvimento das Américas Central e do Sul, da África, da Ásia e da Oceania, dentro do conceito de movimento não-alinhado. Também participa das principais agências de trabalho da ONU, como a Organização Internacional do Trabalho, a Agência Internacional de Energia Atômica, a Organização Mundial da Saúde e a Organização da Alimentação e Agricultura. Por ser uma ex-colônia britânica, a Nigéria é membro da *Commonwealth*, embora seja uma república e não reconheça a rainha do Reino Unido como chefe de Estado, a exemplo

de outras ex-colônias participantes do grupo.

## 2. Economia, Moeda e Finanças

A Nigéria tem a maior economia do continente africano, segundo estimativas do Banco Mundial. Em 2019, o país produziu aproximadamente US\$450 bilhões, tornando a Nigéria a 26ª maior economia do planeta. O país é descrito como tendo uma economia mista – fundamentalmente um sistema de mercado livre, mas com diversos setores sendo capitaneados e geridos pelo governo federal, como o de exploração do petróleo.

O PIB per capita do nigeriano médio é de US\$2.229 por ano, o que coloca a Nigéria como uma economia de classe média, ainda segundo os parâmetros do Banco Mundial. Comparando-se com o Brasil, este detém PIB per capita de US\$8.717 por ano, sendo considerado uma economia de classe média alta. Se por um lado a Nigéria é um país profundamente dependente da exportação de petróleo (aproximadamente 60% da receita total do governo federal é oriunda de sua venda para o exterior), por outro o petróleo responde por somente 9% do PIB total nigeriano, pois a economia interna do país é diversificada, com parques industriais de manufaturas, um complexo sistema legal, financeiro e de serviços públicos, além de uma vasta produção de itens agrícolas, especialmente de itens tropicais.

### 2.1. Situação econômica

Depois do fim do governo militar nigeriano entre 1983-1999, o governo civil de Olusegun Obasanjo experimentou um alto e constante crescimento do PIB, devido principalmente ao aumento da demanda chinesa por commodities, como o petróleo, mas também por reformas administrativas implementadas para facilitar o investimento estrangeiro e o ambiente internacional de negócios. O PIB nigeriano, que era de US\$70 bilhões em 2000, chegou a US\$568 bilhões em 2014, um importante crescimento médio de 16% ao ano. Contudo, é importante salientar que em 2014 a Nigéria passou por uma reestrutura em seu cálculo de produção interna, o que alterou sensivelmente os dados econômicos do país.

Segundo as estimativas antigas, o PIB nigeriano de 2013 havia sido de US\$270 bilhões, mas a mudança da base de cálculo e a consideração de novas maneiras de estimar as produções nacionais elevaram-no para US\$510 bilhões, fazendo da Nigéria o país mais produtivo da África, ultrapassando a África do Sul e o Egito. O Escritório Nacional de Estatísticas nigeriano (*National Bureau of Statistics*, NBS) alterou a base de cálculos para levar em conta setores que tinham se desenvolvido rapidamente na década anterior, como o de telefonia móvel e o de produção cinematográfica.

Nos últimos cinco anos, todavia, a economia nigeriana tem passado por um encolhimento, consequência principalmente da desvalorização do petróleo no mercado internacional. O PIB de 2019 foi de US\$448 bilhões, o segundo menor valor da década, e uma queda acumulada de 19%, em valores nominais. A maior crítica em relação a esse período é a de que o governo federal não priorizou o crescimento de manufaturas e da economia formal na Nigéria durante o período de crescimento, e quando a exportação petrolífera arrefeceu, a economia interna não foi capaz de ocupar o espaço. Por conta disso, o último plano de crescimento do Ministério de Orçamento e Planejamento Nacional promete destacar soluções para o desenvolvimento dos setores privados.

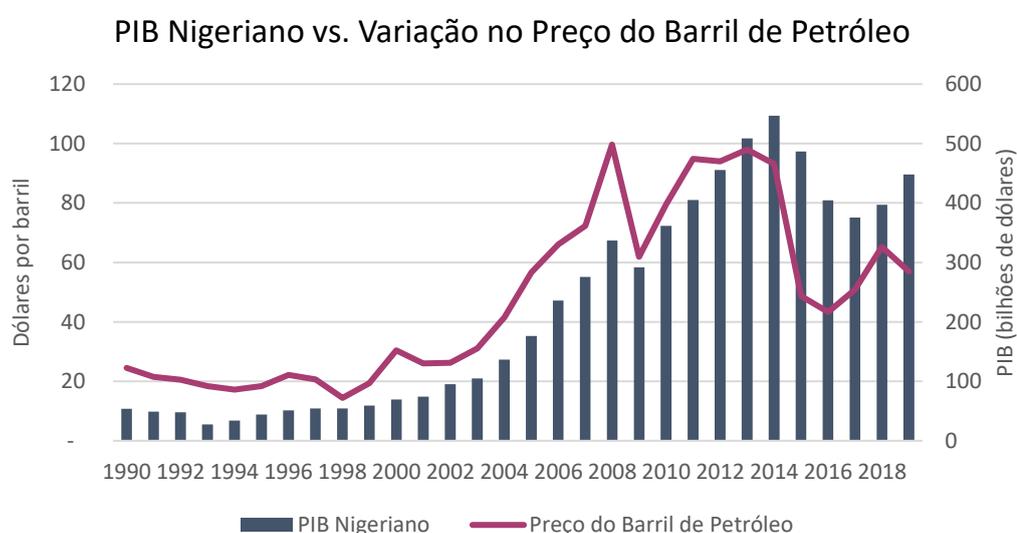


Gráfico 2 - Comparação do preço do petróleo com o PIB nigeriano, de 1990 a 2019  
 Fonte: Banco Mundial, Macrotrends

## 2.2. Principais setores econômicos

### 2.2.1. Agricultura

O setor agrícola nigeriano é um dos maiores do mundo em termos de volume de produção, com a estimativa de que produza mais em agricultura que países como Estados Unidos, Rússia e até mesmo o Brasil. Segundo o *World Factbook* da Agência Central de Inteligência dos Estados Unidos, a Nigéria produziu em 2017 o equivalente a US\$236 bilhões em produtos agrários, sendo o sexto maior produtor mundial e o maior produtor africano nesse quesito.

Durante a independência do país, na década de 1960, a exportação de produtos agrícolas, particularmente a de itens tropicais, como coco, mandioca, azeite de dendê, cacau, algodão e goma arábica, era a principal fonte de recursos do governo. Todavia, a maior importância relativa à extração petrolífera nos anos 1970 e o aumento populacional combinado com o maior poder de compra dos

nigerianos diminuíram o tamanho da agricultura na composição de exportação do país.

A maior relevância da agricultura se deve à sua importância para o emprego de mão de obra nigeriana. Estimativas da Organização Internacional do Trabalho (OIT) indicam que 36% do trabalho no país estavam relacionados à terra e à agricultura em 2019, a maior parte voltada para a produção de subsistência. As propriedades rurais da Nigéria são pequenas e descentralizadas, talvez por consequência do passado de grupos tribais e pelo emprego de ferramentas e tecnologias rudimentares.

Outro efeito colateral do crescimento populacional foi o aumento da demanda por nutrientes nos últimos anos, o que forçou a Nigéria a se tornar um grande importador de alimentos. Tornou-se, em 2018, o segundo maior importador de arroz do mundo, atrás somente da China.

### **2.2.2. Petróleo**

O setor petrolífero ganhou importância durante os anos 1970 e 1980, transformando-se o maior item de exportação da Nigéria. Atualmente, responde por 87% das entradas de dólares no país (números de 2019). Em 1971, a exploração de petróleo foi nacionalizada pelo governo militar e, até hoje, a *Nigerian National Petroleum Corporation* (NNPC) é a única empresa permitida para operar no delta do rio Níger, onde se concentra essa atividade. A produção de hidrocarbonetos (petróleo e gás natural) foi um dos maiores componentes para o crescimento da economia desse país nas últimas décadas. A produção de petróleo é tão importante que a Nigéria é membro integrante da Organização dos Países Exportadores de Petróleo (OPEP) e o sétimo maior produtor do grupo.

A exploração do petróleo encontra alguns problemas importantes no país, todavia. A NNPC possui histórico de corrupção e desvio de verbas, o que dificulta a captação de investimento estrangeiro e o aumento da produção. A região do delta do Níger foi cenário da Guerra do Biafra, na qual o estado secessionista de Biafra, cuja população majoritária era de igbos, tentou declarar independência e criar uma nação independente. A guerra civil durou três anos e terminou com a vitória decisiva do governo nigeriano, mas ainda há conflitos étnicos e movimentos separatistas eclodindo nos estados do sul e do sudeste, buscando a independência. Tais movimentos colocam em perigo as iniciativas de investimento na região.

Em 2014, o preço internacional do petróleo caiu sensivelmente, o que também dificultou a situação econômica nigeriana. Essa queda foi um dos principais determinantes da crise econômica enfrentada pela Nigéria desde 2015, impulsionando a queda do PIB, da entrada de dólares e do câmbio da naira.

O governo tem discutido sobre a privatização da NNPC, a fim de captar mais investimentos e impulsionar o crescimento da indústria de hidrocarbonetos no país.

### **2.2.3. Serviços**

Por conter a maior população da África, o setor de serviços é um dos maiores e mais decisivos do continente, tendo sido responsável por metade do PIB do país em 2019, segundo o Banco Mundial. Nigerianos contam com um setor de serviços diversificado, porém mais disponível nas grandes cidades.

O setor financeiro se desenvolveu a partir de 2000, com reformas importantes em 2004 e em 2009, após a Grande Recessão, como a introdução de um fundo para reservar uma parte dos ganhos de vendas do petróleo, uma âncora cambial para estabilizar a naira em relação ao dólar, ademais do controle inflacionário, cuja volatilidade era relacionada com o preço do petróleo. A aglutinação dos bancos menores em maiores conglomerados financeiros possibilitou uma capitalização superior destas instituições, levando ao crescimento do setor em mais de dez vezes durante a década. A Bolsa de Valores nigeriana, em Lagos, se tornou a segunda maior da África em capitalização de empresas ativas, com uma capitalização total estimada de ₦28 trilhões, ou US\$74 bilhões, atrás somente da Bolsa de Johannesburgo.

O setor de turismo também é uma parcela importante da economia do país – menos como entrada de turistas internacionais e mais como turismo interno e de negócios, por conta da importância da política econômica de Lagos e de Abuja. Ademais, por Lagos ser um caldeirão cultural de diversas etnias, é comum que viajantes de todo o país visitem a cidade para participar de festivais. A indústria do turismo movimentou US\$22 bilhões em 2019, cerca de 5% do PIB nigeriano, mas os problemas de infraestrutura e precariedade de serviços dificultam a maior proeminência do setor na economia.

Telecomunicações é outro importante setor para a economia nigeriana, com a popularização de aparelhos celulares em um país com dificuldade de expandir e manter uma rede de infraestrutura de comunicação confiável. O setor teve receita de 4,1 trilhões de nairas (US\$10 bilhões) em 2019, um crescimento aproximado de 4,7% em relação a 2018, e tem como grande trunfo operacional a enorme base de usuários, já que 185 milhões de nigerianos detinham uma linha telefônica em 2019, em contraste com somente 2,3 milhões em 2002. A maior parcela destes usuários é detentora de linhas de telefone celular. Ainda há espaço para crescimento, uma vez que a capilaridade de oferta de banda larga ainda é baixa, com apenas 37,8% de penetração no mercado nigeriano em 2019.

## 2.3. Moeda e Finanças

O tamanho da economia da Nigéria, a relevância de Lagos como um polo financeiro e de Abuja como um importante centro político africano, fazem do seu setor financeiro um dos mais importantes da África.

### 2.3.1. Moeda

Desde 1973, a Nigéria usa a naira (símbolo ₦) como moeda nacional. O nome é uma abreviação fonética do nome do país na língua inglesa e foi implementado em sua fundação para substituir a libra, moeda da antiga metrópole, durante os esforços de mudança para o sistema decimal. Uma naira nigeriana é dividida em cem *kobos*. Ela tem o código ISO 4217 NGN e sua emissão é controlada pelo Banco Central Nigeriano.

Após criação da naira, a moeda teve um processo acelerado de inflação de preços, particularmente durante as décadas de 1980 e 1990, o que desvalorizou seu câmbio perante as moedas internacionais. Em 1974, eram precisos 63 *kobos* para comprar um dólar; no final de 2019, o mesmo dólar comprava 305 nairas. A inflação é causada por uma miríade de fatores, embora haja evidências de que seu maior peso seja a exposição da economia local para choques externos: o aumento do preço de itens importados pelos nigerianos contamina rapidamente os preços internos, causando inflação local. Paralelamente, a fim de manter reservas internacionais, o governo é forçado a desvalorizar a moeda local, o que encarece importações, novamente forçando a inflação interna. Entre 2013 e 2015, a inflação média anual foi de 8,4%, mas em 2016, primeiro ano após a queda do preço do petróleo, a inflação disparou para 15,6% ao ano. A média inflacionária entre 2016 e 2019 foi de 13,9% ao ano.

A título de combater a inflação e tentar mantê-la abaixo da banda dos 10%, a autoridade monetária nigeriana tem aumentado a taxa básica de juros e, em 2016, decidiu liberar a flutuação parcial (visto que o Banco Central intervém para manter a estabilidade artificial da naira) da moeda contra o dólar no mercado financeiro, o que reajustou o câmbio oficial e desvalorizou a naira, aproximando o valor do câmbio paralelo. O governo federal discutiu, também, uma reforma financeira, cortando dois zeros da naira e reemitindo-a como a nova naira, retirando de circulação as moedas antigas - agora praticamente sem valor de troca -, mas a reforma não prosperou e foi descartada.

### 2.3.2. Finanças

O sistema financeiro nigeriano tem passado por importantes mudanças nos últimos vinte anos por causa do aumento populacional, da urbanização e do governo civil do país. A maior robustez do sistema

formal tem melhorado o seu desempenho econômico, mas ainda existe uma parcela considerável da população que depende de métodos informais de crédito, os quais ainda são muito populares e difundidos, especialmente nas zonas rurais.

A maior autoridade financeira da Nigéria é o Banco Central Nigeriano, mas outros órgãos importantes para a manutenção do setor são o Ministério de Finanças, a Comissão de Valores Mobiliários, a Comissão Nacional de Seguros e o Banco Federal de Hipotecas da Nigéria. O Banco Central tem como principal diretriz a manutenção da estabilidade da moeda e do sistema financeiro em geral, como prestador de última instância.

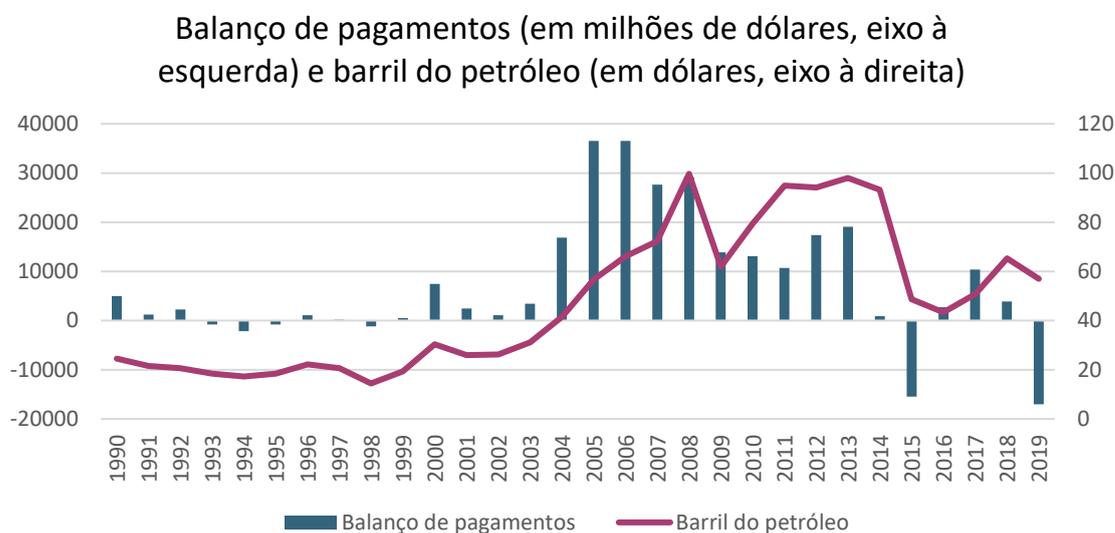
Algumas importantes reformas realizadas nos últimos quinze anos auxiliaram a reestruturação e expansão do sistema bancário nigeriano – em particular, uma reforma realizada em 2004 que forçou bancos a realizarem depósitos compulsórios para fortalecer e formalizar o sistema bancário, obrigando bancos menores a se fundirem para conseguirem escala. A medida impediu que instituições especulativas pudessem abrir esse gênero de instituição no país, o que possibilitou a expansão bancária nigeriana para o interior e países vizinhos.

Neste âmbito, a Bolsa de Valores da Nigéria (*Nigerian Stock Exchange, NSE*), a segunda maior bolsa de ações da África, possui importante papel de difusão do sistema financeiro, através da captação de investimento e do fomento de opções de crédito para empresas nigerianas. A NSE não tem restrições para capitais estrangeiros, o que permite a qualquer investidor não-nigeriano a possibilidade de operar.

O setor informal, por outro lado, é mais descentralizado e mais opaco, mas ainda tem extrema importância dentro da economia do país. Muitos fazendeiros não obtêm acesso às opções de crédito bancárias e recorrem a emprestadores informais para cobrir o período de entressafra e a compra de sementes de plantio. Apesar dos desafios do sistema informal de crédito, em muitos casos ele é mais atrativo do que o sistema bancário regular, principalmente por conta da ausência de burocracia e de menores taxas de juros e de inadimplência do setor. O governo nigeriano tem tentado compreender melhor esse sistema informal, a fim de entender o motivo de seu melhor desempenho e como o próprio sistema bancário do país pode alcançar esses nichos.

## **2.4. Balanço de pagamentos e reservas internacionais**

A Nigéria é um país relativamente fechado para o comércio internacional, com um grau de abertura econômica (soma de exportações e importações como porcentagem do PIB) de 34% em 2019. A média é bem menor do que a da África Subsaariana como um todo, por exemplo, que no mesmo ano teve um índice de 53% - o Brasil, para efeitos de comparação, tem 29% de abertura. Isso é resultado, em boa parte, do mercado consumidor interno que depende fortemente da agricultura e indústria locais, com pouca importação (ou exportação) participando da vida regular dos nigerianos. Por conta disso, seu comércio internacional é muito mais denominado pelo peso do petróleo nas exportações do país, com períodos de superávits comerciais acompanhando o aumento do preço internacional do barril do petróleo.



*Gráfico 3 - Balanço de pagamentos do governo nigeriano em comparação com o barril do petróleo  
Fonte: Banco Mundial, Macrotrends*

No ano de 2014, por exemplo, o preço internacional do petróleo começou a cair mais intensamente e, naquele mesmo ano, o saldo da conta corrente nigeriana foi menos de US\$1 bilhão de dólares, depois de ter conseguido superávit de US\$19 bilhões em 2013. O saldo foi negativo em 2015, com um déficit de US\$15 bilhões, acompanhando uma queda mais acentuada do petróleo no mercado internacional.

A diminuição do preço do petróleo não é a única explicação, todavia, pois há uma demanda cada vez maior da população nigeriana por serviços internacionais, a despeito de esforços do governo em tentar fortalecer o mercado local e diminuir importações estrangeiras. Setores como finanças e telecomunicações dependem de serviços do exterior, o que demanda muitos dólares internacionais, pressionando a balança de pagamento negativamente.

# 3. Comércio Internacional

## 3.1. Considerações Gerais

Apesar de, historicamente, a economia nigeriana ser muito dependente da produção agrícola para subsistência, ela tem uma intensa interface com o mercado internacional por conta do petróleo. Desde que foi oficialmente descoberto, nos anos 1950, a Nigéria explora hidrocarbonetos para a exportação internacional, sendo um dos países membros da OPEP e uma das principais nações exportadoras de petróleo do mundo. As receitas dessas exportações compõem a maior parte do orçamento público nigeriano, tornando sua economia altamente dependente das flutuações do petróleo.

Apesar desse componente, a economia nigeriana ainda não é muito aberta para o comércio internacional. Em 2018, o índice de abertura econômica, que é a soma das importações e das exportações divididos pelo total do PIB do país, foi de apenas 26% (o Brasil, comparativamente, teve 24%). A urbanização e a explosão demográfica da Nigéria aumentaram a demanda por itens de consumo, tornando-a uma importadora de bens alimentícios, principalmente do arroz. Contudo, o controle do estado na economia e as barreiras à importação ainda dificultam a inserção do país na economia global.

## 3.2. Evoluções recentes

O esforço nigeriano pela abertura econômica vem desde os anos 1980, com as frustrações de um sistema de industrialização por substituição de importações (ISI) mal planejado e mal implementado. Desde o fim do governo militar, em 1999, reformas econômicas foram implementadas pelo governo da Nigéria, a fim de facilitar o aumento da movimentação de capitais e a abertura comercial com o restante do país. A principal prioridade, em termos de integração internacional, é com seus vizinhos regionais, no âmbito da CEDEAO, mas a pauta de exportação nigeriana ainda é extremamente dependente da venda de petróleo, o que faz de seus principais parceiros comerciais os países que importam seus hidrocarbonetos.

## 3.3. Exportações Nigerianas

### 3.3.1. Destino das exportações nigerianas

O item mais importante da pauta de exportações da Nigéria é o petróleo, junto a seus derivados, de modo que os países que mais o consomem figuram como seus principais destinos de exportação. Em

2019, a Índia foi o principal destino comercial da Nigéria, com US\$8,3 bilhões sendo vendidos para lá – em segundo e terceiro lugar, respectivamente, ficaram a Espanha (US\$5,3 bilhões) e os Países Baixos (US\$4,9 bilhões).

Posição	País Destino das Exportações	Valor Exportado (bilhões de dólares)
1º	Índia	8,3
2º	Espanha	5,3
3º	Países Baixos	4,9
4º	Gana	4,0
5º	França	3,6
6º	África do Sul	3,2
7º	Estados Unidos	2,8
8º	Itália	2,1
9º	China	1,7
10º	Indonésia	1,5
-	<i>Brasil (18ª posição)</i>	<i>0,9</i>

Tabela 1 - Maiores destinos das exportações nigerianas, em 2019  
Fonte: International Trade Centre

O petróleo define não só os principais parceiros comerciais da Nigéria, como também a entrada de divisas e o tamanho do orçamento do governo. Com a reintrodução do embargo dos EUA sobre o Irã, país também exportador de petróleo, a expectativa é de que a Nigéria exporte ainda mais hidrocarbonetos para seus parceiros comerciais.

O Brasil, por exemplo, já teve posição de destaque entre os parceiros comerciais da Nigéria nas décadas de 2000 e 2010. Entre 2007 e 2008, por exemplo, a Nigéria chegou a importar mais de US\$1,5 bilhões da economia brasileira, mas a combinação de crise econômica nesses países diminuiu a interação comercial entre eles. A China, por outro lado, desponta cada vez mais como um importante parceiro comercial nigeriano, sendo a principal fonte de produtos importados pelo país africano em 2019. A Índia também aparece como significativo parceiro comercial da Nigéria, tanto como fonte das importações quanto destino de exportações.

O comércio com países europeus, por outro lado, tem o perfil de exportação de petróleo cru para posterior recompra de petróleo refinado. A relação da Nigéria com os Países Baixos, por exemplo, é uma das mais constantes, porém foi de um pico de US\$10 bilhões em exportações em 2014 - ápice do preço do petróleo - para um vale de US\$2,7 bilhões em 2016.

### 3.3.2. Composição das exportações nigerianas

A maior parcela da exportação nigeriana, de longe, é o petróleo, que respondeu por aproximadamente 87% do valor total de exportações do país em 2019. Afora a exploração de hidrocarbonetos, o maior peso nessa pauta é o de embarcações rebocadoras, que representou 1,48% do total de exportações em 2018 e foi responsável por uma receita de 849 milhões de dólares naquele ano.

Em conjunto, o segundo setor mais importante nesse quesito é o de itens agrícolas, particularmente o de bens tropicais. O setor agrícola como um todo representou aproximadamente 3% das exportações nigerianas, sendo as de cacau, castanhas de caju e madeira como os principais itens. Finalmente, há a exploração do ouro, que responde por 0,76% da receita total de exportação nigeriana.

A importância do petróleo na pauta de exportação do país é uma constante há décadas, sendo poucos os anos em que o valor total de entradas de capitais oriundos da venda desse produto não representou mais do que 90% da exportação total nigeriana, considerando os últimos vinte anos. Em 2016, o governo federal lançou seu programa de modernização do país, o Plano de Crescimento e Recuperação Econômica 2017-2020 (*Economic Recovery and Growth Plan 2017-2020*), ou ERGP, em que elenca as estratégias para crescimento do país sem uma dependência tão forte da exportação de petróleo, com valorização da indústria local, por exemplo. Contudo, os resultados ainda são tímidos e a dependência do petróleo na pauta exterior ainda é massiva.

Exportações nigerianas, 2006-2019 (participação de produtos, milhões de dólares)

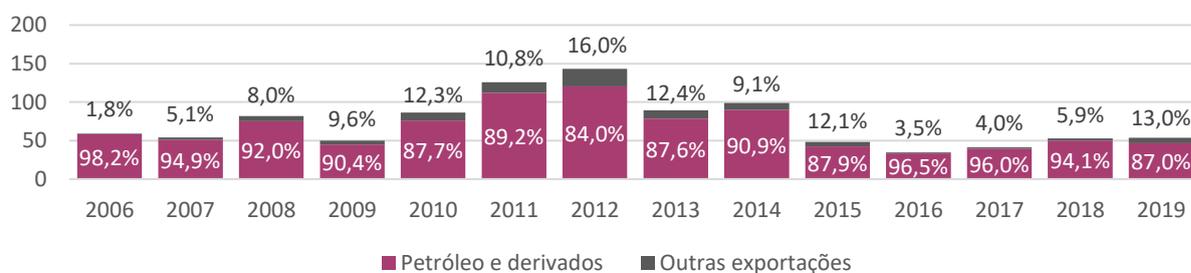


Gráfico 4 - Participação do petróleo nas exportações nigerianas  
Fonte: International Trade Centre

## 3.4. Importações Nigerianas

### 3.4.1. Origem das importações nigerianas

Se o petróleo é extremamente importante para a composição das exportações nigerianas, nas importações há mais diversificação, com a entrada de diversos tipos de bens manufaturados, agrícolas e químicos na pauta.

No ano de 2019, a China foi a principal origem das importações nigerianas, com um valor de US\$12,1 bilhões de dólares – aumento de 70% de vendas chinesas para o país africano, em comparação com 2018. A Índia foi a segunda maior parceira de importações, com US\$5,7 bilhões, e os Estados Unidos, em terceiro, exportaram 4,7 bilhões para a Nigéria. A China substituiu os Estados Unidos como o país com mais exportações para a economia nigeriana em 2012, posição que manteve desde então.

Posição	País Origem das Importações	Valor Importado (bilhões de dólares)
1º	China	12,1
2º	Índia	5,7
3º	Estados Unidos	4,7
4º	Países Baixos	3,5
5º	Bélgica	2,4
6º	Essuatíni	1,6
7º	Alemanha	1,5
8º	Reino Unido	1,3
9º	Emirados Árabes Unidos	1,2
10º	Coreia do Sul	1,0
-	<i>Brasil (15ª posição)</i>	0,7

Tabela 2 - Maiores origem das importações, em 2019

Fonte: International Trade Centre

### 3.4.2. Composição das importações nigerianas

Assim como na exportação, o petróleo é um item extremamente importante da pauta de importação nigeriana, mas com peso bem menor – aproximadamente 15% de todo volume de importação de 2019 foi petróleo refinado. O maior exportador do produto para a Nigéria foram os Países Baixos, com a

Bélgica em segundo lugar. A relação entre a Nigéria e estes países europeus não é a ideal para os políticos nigerianos, uma vez que o país africano exporta petróleo cru e reimporta o petróleo refinado. Os planos atuais do governo nigeriano são de investir nas refinarias da estatal de petróleo, NNPC, para permitir o refino do produto dentro do país e, assim, diminuir a dependência do refino estrangeiro.

A rubrica mais importada pela Nigéria em 2019 foi maquinário, em particular da China e da Índia. Foram importados US\$ 8,97 bilhões em manufaturas nesse ano, um acréscimo de 73% em relação a 2018.

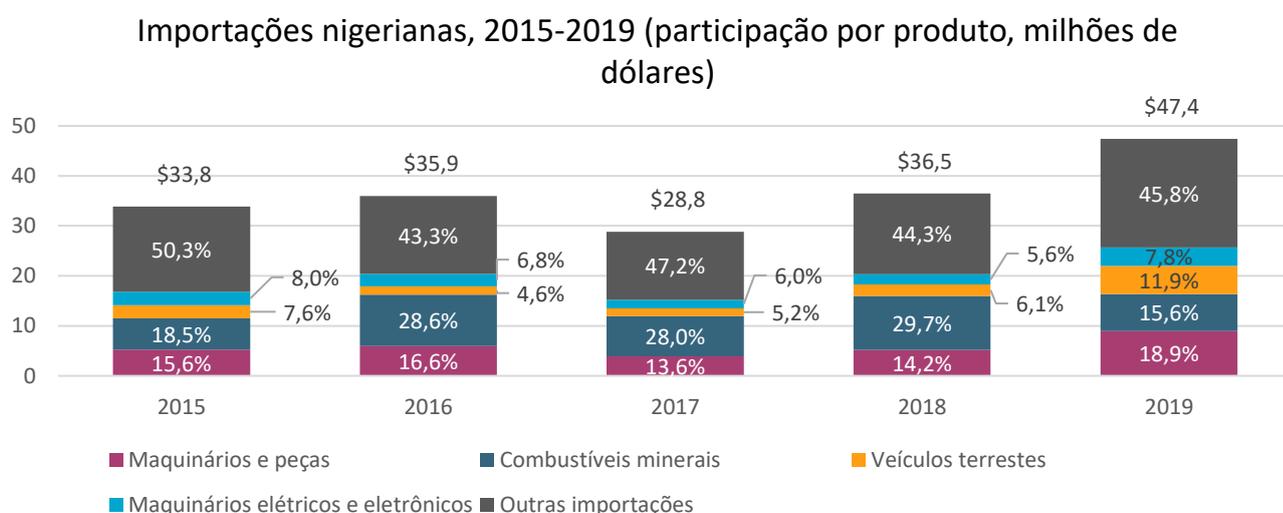


Gráfico 5 - Importações nigerianas por tipo, 2015-2019 (milhões de dólares)  
Fonte: International Trade Centre

Uma análise mais aprofundada das pautas de exportação e importação da Nigéria denotam um país urbano e complexo, dependente de variadas importações de produtos manufaturados, mas cuja exportação é fortemente dependente do petróleo. O Plano para Crescimento e Recuperação Econômica do governo nigeriano (*Economy Recovery and Growth Plan, ERGP*) tem como norte a busca por diminuir a dependência do petróleo como principal item de exportação, mas o peso deste item ainda é imenso.

### 3.5. Comunidade Econômica dos Estados da África Ocidental

A CEDEAO é o bloco econômico regional de quinze países africanos, contando com a Nigéria. Ele existe desde 1975 e, além de servir como uma área de comércio regional, já foi usada para fins de discussão política e até de missões de paz em seus países membros. A Nigéria, de longe, é o país mais importante do bloco, respondendo por 76% do comércio do conjunto, seguida por Gana (9,2%) e por Côte d'Ivoire

(8,9%). Segundo a CEDEAO, entre 2005 e 2014 o comércio intrabloco aumentou em 18%, com a maior parte deste volume sendo de minérios (principalmente o petróleo).

A relação da Nigéria com a CEDEAO é amplamente superavitária, já que, em 2019, exportou US\$ 6,3 milhões para seus parceiros de bloco e importou US\$603 mil, ou 10% do total exportado. A balança de 2019, portanto, foi de US\$5,6 milhões de dólares, o maior valor do século.

O país exporta muito para seus vizinhos, especialmente o petróleo cru (36,5% do total exportado), além de barcos e outros veículos aquáticos (25,0%). O tabaco é outra pauta importante dessa exportação, o que, em 2019, equivaleu a US\$90 mil (1,5% do peso das exportações).

Ainda em 2019, excepcionalmente, houve uma importante exportação de tubos de aço para Gana, o que levantou a rubrica de bens de metal como o segundo tipo de itens mais exportado nesse ano (33,5% do total). Mas isso não reflete as relações históricas da Nigéria com o bloco, pois são raros os anos em que a exportação desta conta é relevante para o resto da CEDEAO.

Em relação às importações, o petróleo refinado aparece como principal item de compra externa nigeriana com o bloco, sendo mais de 77% do valor total. A principal explicação para esse valor imenso é a relação *sui generis* da Nigéria com o Benim. O pequeno país vizinho tem uma fração da população e do PIB nigerianos, e possui o costume de importar bens do exterior e reexportar para a Nigéria, muitas vezes omitindo a origem internacional do produto para evitar o pagamento de impostos de importação. Neste contexto, o Benim importa petróleo refinado da Europa e reexporta para a Nigéria, o que infla o total de importações desse segundo país com as nações vizinhas.

Há a discussão, no âmbito da CEDEAO, de integrar mais profundamente as economias dos países com a introdução de uma moeda comum regional. Oito dos quinze países do bloco, em sua maioria ex-colônias francesas, já dividem uma moeda, o franco CFA, que é lastreada no euro e é garantida pelo governo da França. Mas a percepção cada vez maior entre os cidadãos de que o franco CFA é uma relíquia colonial pressionou os membros da CEDEAO a negociarem uma moeda única emitida e administrada pelos países da África Ocidental. O nome proposto seria o Eco (diminutivo do nome inglês do bloco, ECOWAS), porém dificuldades políticas e macroeconômicas entre os países têm impedido a criação da moeda.

### **3.6. Área de Livre Comércio Continental Africana**

Em 2018, os países da União Africana (com a exceção da Eritreia) reuniram-se para implementar a Área

de Livre Comércio Continental Africana, um imenso projeto de redução de barreiras tarifárias e não tarifárias para as demais economias do continente, a fim de facilitar o comércio intra-africano, estimular a integração regional e diminuir a dependência das relações coloniais que ainda denotam o comércio dos países africanos com as nações desenvolvidas. A AfCFTA, sigla em inglês, foi criada no âmbito da União Africana, para agir como seu braço de integração econômica. A sede administrativa do bloco fica em Acra, Gana.

A relação da Nigéria com a AfCFTA foi difícil, no início, por conta da relutância dos setores econômicos nigerianos em participar de um acordo de livre-comércio que poderia, do ponto de vista deles, atrapalhar o ambiente de negócios e trazer práticas anticompetitivas, como o *dumping*. Ela foi um dos países que optou por não participar da cerimônia de assinatura do acordo, em Quigali, Ruanda, e o fato da Nigéria ter a maior economia e população do continente foi motivo de desconforto entre os diplomatas participantes.

Dentro do país, o atraso na assinatura foi recebido positivamente, por conta do ceticismo de certos grupos de interesse em aderir ao AfCFTA. A Associação de Fabricantes da Nigéria (*Manufacturers Association of Nigeria*), por exemplo, receou que a assinatura trouxesse desemprego devido à possível competição entre a indústria nigeriana e a de africanos vizinhos. O Congresso Trabalhista Nigeriano, por outro lado, denunciou o acordo como um instrumento de política neoliberal perigoso. Uma preocupação maior veio do peso que a AfCFTA teria na legislação comercial nigeriana, haja vista que a África é dividida em oito blocos regionais de comércio – a Nigéria participa da CEDEAO – e cada um deles têm regras, tarifas e exceções muito específicas.

Pelo outro lado, há a expectativa de que com a assinatura a economia nigeriana tenha acesso aos mercados consumidores do restante da África, o que daria uma vantagem econômica importante, já que o comércio intra-africano é bem menor, por exemplo, que o volume de comércio entre países africanos e europeus. O governo nigeriano finalmente assinou o acordo em julho de 2019 e passou a integrar oficialmente o bloco a partir de sua ratificação em novembro de 2020. Hoje, somente a Eritreia não integra o acordo.

# 4. Relações Econômicas e Comerciais Entre Brasil e Nigéria

## 4.1. Evoluções recentes

Devido ao grande contingente de nigerianos que vieram para o Brasil durante o período colonial, por razão do tráfico escravagista português, há uma relação cultural de muita proximidade entre os dois países. Muitos escravos alforriados optaram por retornar à Nigéria nas últimas décadas do século XIX e montaram uma pequena comunidade de brasileiros no país, particularmente em Lagos, sendo conhecidos como *agudás*, ou *amaros*.

O Brasil apoiou a independência nigeriana em 1960 e foi o único país sul-americano convidado para participar do evento de proclamação da independência. Desde 1961, o Brasil mantém sua embaixada na Nigéria aberta, a qual foi primeiramente estabelecida em Lagos e, em 2005, foi remanejada para a atual capital, Abuja. O presidente João Figueiredo foi o primeiro chefe de estado brasileiro a visitar a Nigéria, em 1983. Já em 1999, Olusegun Obasanjo foi o primeiro presidente nigeriano a visitar o Brasil.

O governo brasileiro mantém a relação bilateral com a Nigéria em situação de destaque estratégico, realizando parcerias econômicas, de defesa, de investimento agrícola e de suporte internacional. Mais recentemente, por exemplo, o Brasil aceitou participar do projeto *Green Initiative*, do governo nigeriano, para expandir e desenvolver o setor agroindustrial do país africano, com suporte tecnológico e estratégico do Brasil.

## 4.2. Exportações brasileiras

A exportação brasileira para a Nigéria é, principalmente, de produtos agrários. Em 2019, o Brasil exportou para esse país aproximadamente US\$593 milhões. É importante ressaltar que a Nigéria é o quarto maior mercado consumidor no continente africano, atrás do Egito, da África do Sul e da Argélia, de acordo com os números do Centro de Comércio Internacional (*International Trade Centre*) de 2019.

A exportação do açúcar bruto, refinado e da sacarose respondeu por 71% do total exportado do Brasil para a Nigéria naquele ano, seguida da exportação de tabaco (4,3% da pauta total) e de minérios como sal, cimento, limo e enxofre (4,3%). A pauta brasileira de exportação para a Nigéria é relativamente constante, com pouca variância de produtos nos últimos dez anos.

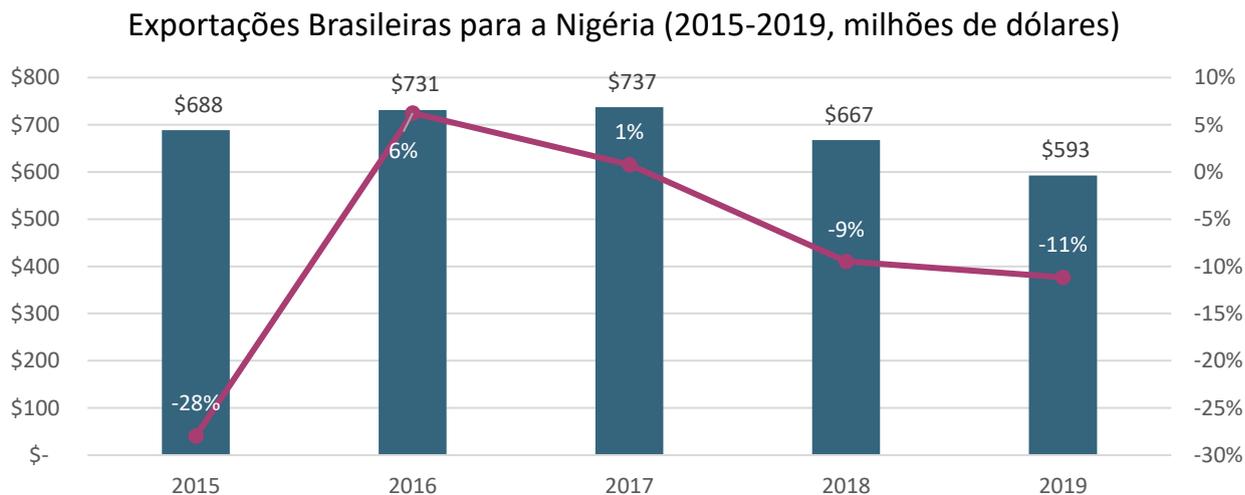
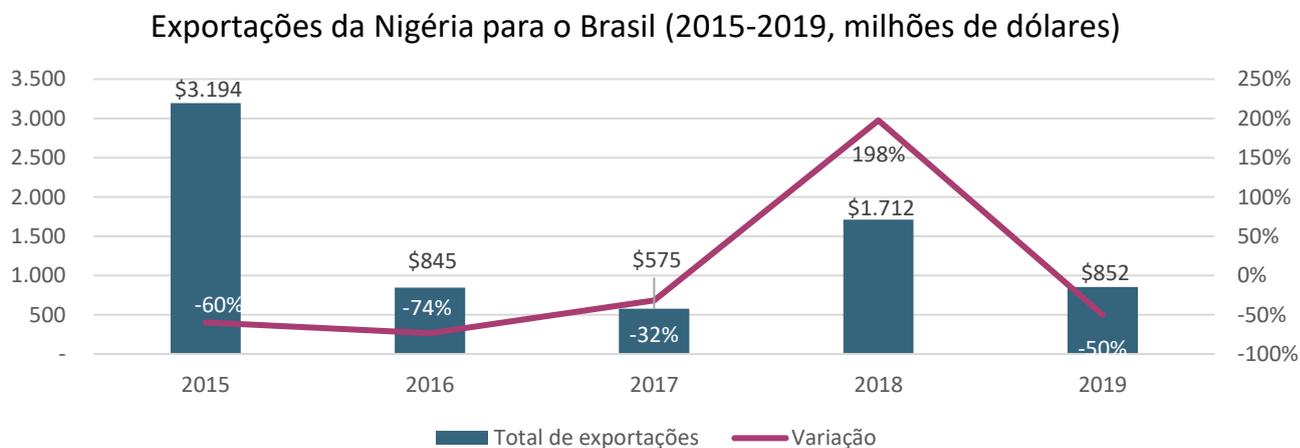


Gráfico 6 - Exportações brasileiras em milhões de dólares, 2015-2019  
Fonte: International Trade Centre

### 4.3. Importações brasileiras

Em 2019, a Nigéria exportou o equivalente a US\$851,7 milhões, fazendo a balança comercial Brasil-Nigéria pender levemente para o lado nigeriano. O volume de importação brasileiro já foi muito mais vultuoso nas décadas anteriores – em 2011 o Brasil chegou a importar mais de US\$10 bilhões da Nigéria, mas os números caíram substancialmente a partir de 2015, uma possível resposta às crises econômicas que o Brasil e a Nigéria enfrentaram naquele ano, embora ambas tenham se originado de contextos distintos.

À semelhança da pauta internacional da Nigéria, o principal produto exportado por eles para o Brasil é o petróleo, cujo peso é de 87% do volume total, ou US\$742 milhões. Afora os produtos petrolíferos, o maior item de exportação da Nigéria para o Brasil é o de fertilizantes – somente em 2018, US\$101 milhões foram comprados pelos brasileiros, ou 11,9% da pauta total de importação brasileira.



## 4.4. Potencial de produtos brasileiros no mercado nigeriano

### 4.4.1. Açúcar

O governo nigeriano criou o *Nigeria Sugar Master Plan*, em 2013, com o objetivo de ampliar a produção local de açúcar, a área cultivada e o número de refinarias no país, majoritariamente através da atração de investimento privado. O plano de dez anos oferece isenção de impostos para os produtores locais, acesso a crédito, assim como elevação de tarifas sobre açúcar bruto (10%) e refinado (20%) importados, além de outras cobranças adicionais. Contudo, os planos ainda não tiveram resultados significativos em incremento da produção devido à infraestrutura precária, financiamento limitado e mesmo enchentes e insegurança nas regiões produtoras, que se localizam principalmente na região Norte e Leste do país, em estados como Katsina, Taraba, Cano e Adamawa. O custo de produção e transporte da cana colhida até os moinhos também são obstáculos importantes do setor. Além disso, a dinâmica fundiária dificulta novos investimentos, porque há fazendas de cana tornando-se propriedade residencial privada, limitando a expansão do plantio. Nesse sentido, a produção local não consegue acompanhar o aumento da demanda por açúcar na Nigéria. Segundo o *National Sugar Development Council* do país, as importações, em 2018, corresponderam por 97,5% do consumo em volume, que foi de 1,2 milhão de toneladas. O Brasil é o principal exportador de açúcar para o país, correspondendo por cerca de 80% das importações.

As principais empresas da indústria de processamento de açúcar são a Dangote Sugar Refinery, a Golden Sugar Company Limited e a Bua Sugar Refinery Limited. Estima-se que a Dangote corresponda por 70% do mercado e busca expansão ainda maior para produzir localmente o açúcar importado. A empresa faz parte de um dos maiores conglomerados do continente africano, operando em setores como cimento, energia, petroquímicos, fertilizantes, sal, condimentos, farinha e embalagens, pretendendo aproximar a Nigéria da autossuficiência nesses setores. A Bua Sugar também pertence a um conglomerado que atua em diferentes setores, enquanto a Golden Sugar é mais focada em alimentos processados e básicos, como farinha, massa e óleo.

O consumo per capita de açúcar bruto na Nigéria foi de cerca de oito quilos em 2019, abaixo da média global de 36 quilos. O consumo está em crescimento, impulsionado pelo aumento populacional, mas

especialmente pelo crescimento da classe média e a urbanização do país. Com o desenvolvimento das cidades, há maior direcionamento para hábitos de consumo de alimentos processados, beneficiando o açúcar e seus derivados. A indústria processadora é o principal destino do açúcar na Nigéria, mais do que o consumo domiciliar.

#### **4.4.2. Papel e Papelão**

A Nigéria é um importador líquido de papel e papelão, à semelhança de outras matérias-primas que o país não produz na medida do necessário. As três fábricas de papel existentes eram de propriedade estatal desde sua criação, no final dos anos 1960. Contudo, sua produção combinada, tanto de papel para impressão como para a indústria em geral, estava abaixo do esperado para o país. Como a Nigéria não desenvolveu uma indústria local de plantio de árvores adequadas para produção de papel, a matéria-prima é importada. A falta de recursos para importar a polpa de fibra longa e produtos químicos necessários ao processo levou, em 2006, à privatização das fábricas, que tinham baixíssimo desempenho. Após essa medida, apenas a fábrica Nigeria Paper Mill (NPM) está em funcionamento. As críticas ao processo de privatização indicam que os compradores estavam mais interessados em importar papel do que em desenvolver as fábricas locais.

Como resultado, o país importa papel e papelão tanto para impressão quanto para embalagens e outros usos. De acordo com a Printers Association of Nigeria, é importado um milhão de toneladas de papel anualmente, ao custo total de US\$1 bilhão. Enquanto o imposto de importação para papel e matéria-prima chega a 30%, para livros é de zero, levando empresas a imprimirem livros fora do país. Uma renovação do setor passaria por uma reestruturação de toda a cadeia de valor, desde pesquisa sobre espécies de árvores e técnicas de cultivo, o plantio de árvores adequadas até as fábricas de papel e outras indústrias que utilizam intensamente tal produto. A dependência das importações coloca forte pressão de custos sobre diferentes setores que demandam cada vez mais papel e papelão. Por exemplo, o crescimento do *e-commerce* no país tem levado ao maior uso de embalagens, um importante impulsionador do setor e que pode vir a ser negativamente afetado pela falta de materiais para embrulho.

#### **4.4.3. Máquinas e Equipamentos Agrícolas**

Nos últimos anos, o governo nigeriano vem buscando diversificar a economia e reduzir a dependência do petróleo, sendo a produção agrícola uma das atividades prioritárias para dinamizar a atividade econômica, substituir importações, criar empregos e garantir segurança alimentar. Embora existam

restrições às importações de alimentos, há espaço e demanda crescente por máquinas e equipamentos para plantio, colheita, estoque e processamento de produtos agrícolas. A produção de maquinário local ainda é baixa. Os principais tipos de maquinário, como trator, arado, colheitadeira, plantadeira, entre outros, costumam ser importados por empresas especializadas como Dizengoff West Africa e Bertola Machine Tool. As que são locais produzem peças para reposição e fazem serviço de manutenção, como as empresas privadas Allamit Nigeria e Hanigha Nigeria, e as estatais Nigeria Machine Tools e a National Agency for Science and Engineering Infrastructure.

O governo está comprometido em fornecer aos pequenos fazendeiros, que compõem a maioria destes no país, os recursos necessários para modernização e mecanização do setor e permanecer como principal comprador desses insumos, em nível estadual e federal. Por exemplo, o Ministério de Agricultura assinou um acordo de parceria público-privada com a John Deere em 2018 para fornecer dez mil tratores agrícolas ao país no período de cinco anos, através da Nigerian Agricultural Mechanisation & Equipment Leasing Company (NAMEL). A NAMEL oferece a grupos organizados de fazendeiros, cooperativas e até indivíduos a possibilidade de melhores condições de compra de equipamentos agrícolas, como entrada de 20% do valor do produto e pagamento parcelado em seis anos com taxas de juros abaixo de 10%.

Contudo, há entrada de investidores privados no setor agrícola, principalmente pelas restrições que a taxa de câmbio coloca sobre a importação de alimentos e o eventual desabastecimento resultante. Os fazendeiros nigerianos são sensíveis ao preço do maquinário e costumam buscar opções de fácil utilização e manutenção. A existência de linhas de crédito e serviço pós-venda locais são diferenciais importantes para participação nesse mercado.

#### **4.4.4. Móveis**

O mercado local de móveis vem se desenvolvendo positivamente desde que o governo impôs um embargo parcial nas importações desses produtos em 2019, cujo objetivo é estimular a indústria e comércio nigerianos. Parte da política comercial nigeriana tem focado em cotas quantitativas ou licenciamento de importações, não em tarifas de importação. O baixo custo da mão-de-obra no país também permite que os móveis produzidos localmente sejam competitivos diante dos importados. Além disso, o boom imobiliário é outro motor por trás do crescimento da indústria de móveis, decoração e design de interiores. Um exemplo do crescimento de empresas locais é a Vava Furniture. Embora pertença a um expatriado egípcio, ela se destaca no mercado como fabricante interna de

móveis e tem planos de expansão para o restante da África Ocidental e Oriental. Contudo, a oferta intermitente de madeira e o problema estrutural de falta de energia elétrica na Nigéria são desafios à indústria que, com frequência, depende de geradores à diesel para funcionar.

As principais lojas de móveis e utensílios domésticos na Nigéria são: Vitafoam Nigeria, Mouka, Lifemate Nigeria e Svengali Designs. A Vitafoam focaliza em produtos que usam espuma, como sofás, poltronas e camas, mas vem expandindo sua atuação tanto para subsegmentos do mercado de móveis quanto para outros países, como Gana e Serra Leoa. A Mouka também atua principalmente com produtos de espuma, enquanto a Lifemate tem um portfólio mais amplo, com móveis para todas as partes da casa e escritório. Por fim, a Svengali opera de maneira mais personalizada para design e produção de móveis.

Mudanças nas tendências moveleiras na Nigéria se revelam pelo maior uso de painéis, tais quais HDF, MDF e LDF, em vez da madeira como principal material. A inspiração ocorre principalmente em relação a itens importados com designs arredondados e cores que se diferenciem de madeiras comuns e tradicionais. Enquanto consumidores abastados dão preferência por peças com uso de couro, famílias com baixo e médio poder aquisitivo preferem produtos de tecidos simples, com alta durabilidade e facilidade de limpeza.

#### **4.4.5. Calçados**

O setor de calçados na Nigéria está em crescimento, beneficiado pelas melhores condições de vida da população, que pode gradualmente arcar com marcas mais caras. A indústria local crescente, ao contrário de outros segmentos de vestuário e acessórios, amplia o leque de opções para os consumidores, também com produtos mais baratos. As vendas no varejo foram estimadas em US\$444 milhões em 2019 e devem apresentar uma taxa de crescimento médio anual de 6% entre 2019 e 2024.

Calçados são considerados um símbolo de status social, o que faz aumentar a demanda por produtos mais sofisticados, principalmente aqueles de maior durabilidade. Calçados de uso casual e mais confortáveis também apresentam demanda em alta, o que favorece marcas de calçados esportivos, visto que oferecem maior conforto, assim como sandálias. A tendência de estilo de vida saudável e prática de exercícios físicos estão por trás da popularidade dos calçados esportivos. As três principais concorrentes do país – Adidas, Nike e Puma - têm como foco esse tipo de produto e somaram 28,1% das vendas do varejo em valor na Nigéria em 2019. Qualidade, conforto, durabilidade e propaganda constante garantem a liderança das três maiores, embora se trate de um setor altamente pulverizado.

A dinâmica no ramo também deve se potencializar com o retorno da marca Bata à Nigéria, que foi muito popular no passado, mas deixou o país na década de 1980. Além disso, a marca local Keeks é a primeira a competir na categoria esportiva e deve ampliar a concorrência no setor. Antigos e novos concorrentes têm utilizado cada vez mais o *e-commerce* para popularizar seus produtos, visto que o canal é progressivamente usado na Nigéria, muitas vezes visto como mais barato e com mais descontos que as lojas físicas.

Os calçados femininos são o principal produto do setor no país. Em particular, mulheres vêm buscando mais os calçados esportivos, embora tradicionalmente prefiram os de uso formal. Os calçados femininos devem permanecer como principal segmento, cerca de 54% do setor, visto que as consumidoras estão mais dispostas a pagar um valor mais alto que os homens. As mulheres buscam estilos de sapato para diferentes ocasiões, tanto eventos sociais como para ir ao trabalho, o que ganha relevância com o aumento do emprego formal feminino no país. Em menor grau, com aproximadamente 32% do setor, homens também vêm dedicando maior atenção à aparência e à maneira de vestir, sendo que os sapatos complementam as escolhas de vestuário.

Outro nicho de consumo importante é o calçado infantil, mesmo que em base menor que o segmento adulto, com cerca de 14%. Além do crescimento da proporção de crianças no país, há aumento das ocasiões em que elas utilizam calçados como, por exemplo, para ir à escola, o que também vem aumentando com o processo de urbanização nigeriano. Como crianças precisam trocar de calçado com frequência à medida que crescem, há perspectiva de alta demanda nesse grupo para os próximos anos.

#### **4.4.6. Gado para reprodução**

O setor agropecuário tinha grande relevância na Nigéria antes da exploração de petróleo tornar-se o motor de sua economia. Essa atividade ainda é o meio de subsistência de boa parte da população, mas sua produtividade é baixa, contribuindo para apenas 1,7% do PIB e 9% do PIB agropecuário. Estima-se que 13 milhões de domicílios possuam algum animal em casa, o que abrange 42% da população nigeriana. A dinâmica do setor agropecuário está relacionada à demanda crescente por alimentos de origem animal, como carne, leite, ovos e derivados. No caso nigeriano, o aumento no consumo de carne deve impulsionar a procura por técnicas mais eficientes de produção de gado.

A Nigéria possui cerca de 18,4 milhões de cabeças de gado. Estima-se que 82% do rebanho seja criado sob sistema pastoril (extensivo), incluindo os rebanhos nômades, que são guiados à procura de pastagem e água. Esse modo tem como principal fim a subsistência, é predominante no norte do país

e é formado por raças nativas, sendo White Fulani (Bunaji) a mais comum, seguida pela Sokoto Gudali e Red Bororo (Rahaji). A produção no modo comercial (intensivo) é estimada em apenas 1% do rebanho, na qual o gado é criado em espaços demarcados e recebe alimento de qualidade superior. A existência de grandes produtores em escala comercial ainda é rara, mas está em expansão, embora seja um fenômeno mais presente na produção de frango que de gado. Esse modo de criação é mais comum na região Centro-Norte da Nigéria e as raças utilizadas são exóticas ao país, como Holstein Friesian, Brown Swiss e Jersey, mais comuns para gado de leite. Por fim, o modo agropastoril é estimado em 17% do rebanho e é um híbrido dos dois tipos acima. Mais comum no sul do país, pode ter uma função de subsistência ou comercial, pois os criadores também estão envolvidos no plantio de alimentos. Nesse modo também são mais comuns raças de gado nativas.

#### **4.4.7. Produtos e Serviços para Defesa**

As Forças Armadas da Nigéria são usadas primariamente para segurança interna, consequência das diferentes ameaças existentes no país. Na região Nordeste, realizam-se operações de contra insurgência e contraterrorismo relacionadas aos grupos Boko Haram e Estado Islâmico da África Ocidental. Na região Noroeste, há atuação de grupos criminosos, militantes e conflitos entre pastores e agricultores por terrenos. Na região do Delta do Rio Níger e Golfo da Guiné, onde está localizada a indústria petrolífera do país, também há atividades terroristas em boicote às instalações e mesmo pirataria marítima.

O inventário das Forças Armadas nigerianas consiste em uma ampla variedade de armas importadas de origem chinesa, europeia, russa, americana e do Oriente Médio. Os principais fornecedores de armamentos ao país são Estados Unidos, Inglaterra, França, Rússia, Paquistão, Índia e Alemanha. A Nigéria é o maior importador de armas da África Subsaariana desde 2014 e vem desenvolvendo sua capacidade industrial-militar, incluindo armas leves, veículos armados tripulados e produção para uso naval em pequena escala. Destacam-se também a fabricação de veículos militares pela empresa nacional Innoson Motors e o desenvolvimento do Unmanned Aerial Vehicle (UAL), veículo aéreo não tripulado pela Força Aérea Nigeriana. Contudo, o atual presidente Muhammadu Buhari reduziu significativamente o orçamento para defesa desde que foi eleito, em 2015. De 2016 para 2019, por exemplo, o corte foi de cerca de 50%.

O Brasil possui um acordo no setor de Defesa com a Nigéria assinado em 2010, porém jamais entrou em vigor, especialmente após a proposta de emenda brasileira devido à nova lei de acesso à

informação que foi contraposta por a sugestão nigeriana da assinatura de um novo acordo mais abrangente. Nesse sentido, o acordo seria de grande importância, dados os esforços de reativação da ZOPACAS, a participação do Brasil como membro pleno do Grupo do G7 dos Amigos do Golfo da Guiné (G7++FoGG) e a decisão da Marinha do Brasil de transferir embarcação a serviço da UNIFIL no Líbano para a região do Golfo da Guiné.

Apesar desta situação, há espaço para o fornecimento de material bélico brasileiro, especialmente pelo Ministério da Defesa nigeriano buscar aumentar seus investimentos em reequipamento e modernização das Forças Armadas, reestruturação do sistema previdenciário e de habitação para militares na ativa. Como exemplo destas iniciativas, um fundo de US\$1 bilhão para combater as insurgências internas é reivindicado pelos militares e está em tramitação no país. Há uma série de programas de reaparelhamento militar em andamento na Nigéria, dentre os quais:

- Fabricação de veículos militares pela empresa nacional Innoson Motors;
- Desenvolvimento do *Unmanned Aerial Vehicle* (UAL), veículo aéreo não tripulado pela Força Aérea Nigeriana (*Nigerian Air Force*).

Além destes, o Governo nigeriano adquiriu, em 2018, 12 aeronaves super tucano (A29), com tecnologia brasileira, ao preço de US\$496 milhões. A venda foi realizada pela empresa Sierra Nevada (EUA), então parceira norte-americana da Embraer.

O Brasil foi participante ativo em algumas das principais feiras e eventos do setor na Nigéria nos últimos anos:

- *Land Forces Conference* realizado em Abuja, em 2017, com a participação de dois oficiais do exército brasileiro e representantes da AVIBRAS;
- *VI African Land Forces Summit* realizado em 2018, com a participação de um oficial do exército brasileiro;
- *NISEC - Defence and Homeland Security Africa*, em 2018, também com a participação de um militar do exército brasileiro;
- *II Nigerian Navy International*, realizada em 2018, com a participação de dois oficiais da Marinha do Brasil;
- Planejamento final da operação *Obangame Express 2019*, que incluiu a participação de dois

oficiais da Marinha do Brasil.

Como país mais populoso e principal economia do continente africano, a Nigéria é um relevante parceiro do Brasil em questões de segurança no Golfo da Guiné e, de forma mais ampla, no Atlântico Sul. Sua participação institucional na LAAD (principal feira de defesa e segurança na América Latina) com participação de delegações das Forças Armadas chefiadas pelo Ministro da Defesa demonstra o interesse que o país possui em produtos brasileiros, dentre os quais dois se destacaram nos últimos anos: o sistema de vigilância e rastreamento da empresa brasileira Atech, em especial por seu potencial de combate ao terrorismo, e dos aviões de transporte militar e civil K-390 (rebatizado como Milenium) da Embraer. Em termos de serviços, a Nigéria solicitou, por meio de adidância brasileira em Abuja, vagas para treinamento de pilotos (helicópteros e aviões) da força aérea local no Brasil. Nesse contexto, realizou-se na embaixada do Brasil em Abuja, em dezembro de 2019, evento de promoção comercial de produtos de defesa brasileiros, presidido pelo Ministro das Relações Exteriores do Brasil. Este evento contou com a presença de diversas empresas nacionais do setor, bem como a participação de autoridades das três Forças Armadas nigeriana, de membros do ministério da defesa da Nigéria, de empresas privadas de segurança local e de representantes da polícia da capital.

Em relação ao setor privado, a Embraer vendeu 13 jatos E195-E2 para a maior companhia nigeriana aérea de aviação, a Air Peace. O contrato vislumbra a opção de compra de 30 aeronaves brasileiras, o que pode perfazer uma venda total cujo valor se aproxima de US\$2 bilhões, caso a opção seja exercida pela parte nigeriana. A Air Peace ambiciona ampliar a oferta de voos domésticos no país, bem como lançar outras rotas internacionais, ligando as principais cidades nigerianas a destinos como Joanesburgo, Londres, Houston, Guangzhou e Mumbai, entre outros.

#### **4.4.8. Equipamentos Médicos e Odontológicos**

A Nigéria apresenta alguns dos piores indicadores de saúde do continente africano. Seu crescimento populacional significativo deve acentuar tais problemas. O setor de planos de saúde ainda é mal estruturado, há baixo financiamento à saúde o país depende majoritariamente de importações para produtos médicos e odontológicos. Contudo, tais deficiências abrem espaço para um grande potencial de desenvolvimento do setor. Ações governamentais importantes que devem impulsionar esse mercado são o *National Health Insurance Scheme*, o *National Health Bill*, um empréstimo de US\$500 milhões do Banco Mundial e também parcerias público-privadas, como o Lagos Medical Park.

A pandemia da Covid-19 deu visibilidade à baixa produção local de produtos médicos, levando o governo federal a cogitar não só a necessidade de produção de descartáveis, como máscaras e luvas, como também de ventiladores respiratórios. Estima-se que 99% dos produtos sejam importados, sendo a produção local muito baixa, limitada principalmente a seringas. Atualmente, a China destaca-se como principal exportador à Nigéria, com destaque para a área de produtos descartáveis, tratamento contra o HIV, produtos odontológicos e outros, seguida pelos Estados Unidos, Índia e países europeus. As barreiras à entrada no mercado são poucas, mas é necessário obter registro na National Agency for Food and Drug Administration and Control (NAFDAC) que, além de alimentos e remédios, também regula produtos de uso médico. As tarifas de importação variam entre 5 e 10%, dependendo da classificação do produto. Os itens com maior potencial de crescimento são os de uso descartável e, na sequência, os de diagnóstico por imagem.

#### **4.4.9. Serviços para Agricultura**

A despeito da relevância do petróleo, a agricultura permanece como principal fonte de renda da maior parte dos nigerianos, empregando dois terços da força de trabalho no país. Ele é um grande produtor de cacau, mandioca e óleo de palma, mas a agricultura é pouco produtiva e o país depende da importação de alimentos em geral. Com o fechamento das fronteiras com países vizinhos em 2019, o contrabando e comércio irregular de alimentos foram reduzidos, mas aumentou a pressão sobre o setor agrícola. Dentre os motivos para a baixa produtividade estão: dependência da chuva (pouco uso de sistemas de irrigação), propriedades rurais de pequeno porte, baixo uso de fertilizantes, más condições de estocagem e acesso restrito a crédito.

Um dos projetos de maior porte para modernizar a agricultura nigeriana é o *Green Imperative Program* (GIP), lançado em janeiro de 2020. O programa faz parte da parceria bilateral Brasil-Nigéria e é promovido pela FGV Europe com o objetivo de mecanizar e modernizar o setor agroindustrial do país africano por meio da exportação de máquinas, equipamentos e serviços brasileiros (incluindo transferência de tecnologia) estimados em US\$1,1 bilhão de dólares, com suporte tecnológico e de treinamento e capacitação a fim de gerar empregos locais. Além de visar à segurança alimentar do país e torná-lo um produtor ou mesmo exportador regional de alimentos, o projeto estima a criação de cinco milhões de empregos e a injeção de US\$10 bilhões na economia nigeriana ao longo de dez anos. O GIP prevê a aquisição de maquinário agrícola brasileiro e a contrapartida de capacitação à mão-de-obra local para operar as máquinas. Espera-se que o GIP traga amplo estímulo à cadeia de valor

agrícola, da produção ao processamento industrial, até o comércio de alimentos.

#### **4.4.10. Tubos de Ferro e Aço**

Os planos de criação de uma indústria moderna de ferro e aço na Nigéria datam do *Ajaokuta Steel Project*, de 1979, após a descoberta de minério de ferro em escala comercial na década de 1970. O projeto previa a instalação de uma planta capaz de produzir 1,3 milhão de toneladas de aço líquido por ano, mas com potencial de chegar a 5,2 milhões de toneladas. O projeto fazia parte de um acordo com a empresa soviética Technopromexport e incluía, também, o treinamento de engenheiros, técnicos e equipe operacional, assim como transferência de tecnologia. Contudo, a planta não se tornou completamente funcional após problemas relacionados ao financiamento de suas etapas finais de construção. Após quase quatro décadas de sucessivas concessões a empresas privadas e estrangeiras, a planta encontra-se praticamente em estado de abandono. O atual governo do presidente Muhammadu Buhari busca ressuscitá-la como mais uma iniciativa voltada à diversificação da economia e substituição de importações.

Dadas as características e limitações da indústria siderúrgica nigeriana, uma demanda resultante é por tubos de ferro e aço, usados no setor de exploração de petróleo e gás, bem como de fornecimento de água. O setor de gás, em particular, apresenta oportunidades crescentes, valorizado pelo governo como uma fonte de energia e impulsionador de outras indústrias. Há importantes projetos de gasodutos no país, como o *Ajaokuta–Kaduna–Kano* (AKK), conectando o sul ao centro do país e, parte de uma rede mais ampla, o *Trans Nigeria Gas Pipeline Project* (TNGP).

#### **4.4.11. Autopeças para carros e ônibus**

O governo nigeriano tem aumentado as tarifas de importação de automóveis finalizados, em mais um movimento de estímulo à indústria local e montadores de veículos de pequeno porte. As medidas levantam críticas sobre os produtores locais, que não teriam mais concorrência estrangeira, ocasionando baixa inovação e tendência de oligopolizar o mercado interno, gerando inflação. De acordo com o National Automotive Design and Development Council (NADDC), há 31 produtores licenciados no país, mas estima-se que apenas metade esteja em operação.

A construção de uma indústria automotiva nigeriana passa pela existência de indústrias auxiliares e infraestrutura de suporte, inclusive empresas de manutenção e reparo. Enquanto tal processo não ocorre, espera-se que veículos usados apresentem cada vez mais aumento de preço, dada a redução de opções de carros novos. Com isso, a demanda por peças de reposição, acessórios e outros produtos

de manutenção veicular para carros usados é promissora.

#### **4.4.12. Varejo**

O setor de comércio varejista apresenta dinamismo desde 2017, impulsionado por uma melhora econômica geral, aumento da confiança e consumo dos nigerianos. Entretanto, sem uma retomada forte da economia, o consumo segue concentrado em canais tradicionais (como mercados independentes e que não fazem parte de redes organizadas, ou espaços como mercados centrais e feiras livres), visto que há procura por bens básicos e essenciais. Os canais de varejo moderno, como supermercados, hipermercados e farmácias, continuam em uma trajetória gradual de aumento de sua relevância, oferecendo principalmente conveniência aos compradores. O varejo em geral deve ser beneficiado com o aumento do nível de emprego e consequente renda à disposição, que permitirá que consumidores gastem em produtos de maior valor e nos canais modernos. A melhora da renda deve favorecer, principalmente, o varejo de vestuário e calçados, além de casa e jardim, porque os consumidores poderão dar mais atenção à aparência e à mobília da casa com uma condição financeira melhor. A urbanização do país também impacta na construção de novos domicílios e estilos de decoração, particularmente no caso de jovens proprietários. Além disso, o *e-commerce*, majoritariamente através de aparelhos móveis e focado em compra de alimentos e bebidas, contribuiu para o crescimento do varejo como um todo em 2019, cujo valor de vendas foi de 10,6%, atingindo US\$32 bilhões em tamanho de mercado.

### Tamanho do Mercado Varejista Nigeriano – Bilhões de Dólares (2019)



Gráfico 8: tamanho do mercado varejista nigeriano

Fonte: Euromonitor Internacional.

### Participação de Mercado – Principais Varejistas Nigerianos (% das Vendas, 2019)

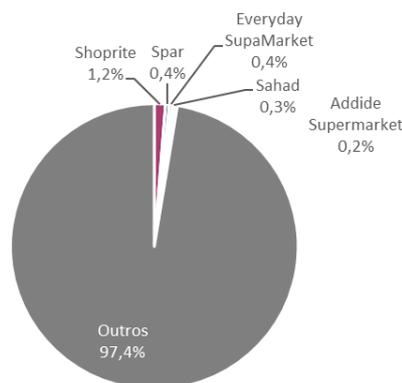


Gráfico 9: participação de mercado das principais bandeiras varejistas da Nigéria

Fonte: Euromonitor Internacional

O ambiente concorrencial é pulverizado. A principal empresa, Shoprite, tem uma participação de mercado estimada em 1,2%, seguida por Internationale Spar Centrale, Jumia Technologies e Everyday Group, com 0,4% cada uma. A alta pulverização indica um mercado com baixíssima consolidação de empresas, assim como da predominância de vendas em canais informais ou tradicionais que privilegiam a ausência de bandeiras.

O varejo alimentar, que é composto por lojas de varejo tradicional (como mercados independentes, não organizados em cadeias e feiras), supermercados, hipermercados, lojas de conveniências, lojas de postos de gasolina e lojas de desconto, corresponde por 57% do total. Por outro lado, o varejo não alimentar, composto por varejistas de moda, lojas de produtos de beleza, farmácias, óticas, lojas de materiais de construção, pet shops, entre outros, representa 43% das vendas na Nigéria.

### Tamanho das Vendas dos Canais de Varejo Alimentar (2019, Bilhões de dólares)



Gráfico 10: principais canais de varejo alimentar na Nigéria.

Fonte: Euromonitor International

### Tamanho das Vendas dos Canais de Varejo Não-Alimentar (2019, Bilhões de dólares)

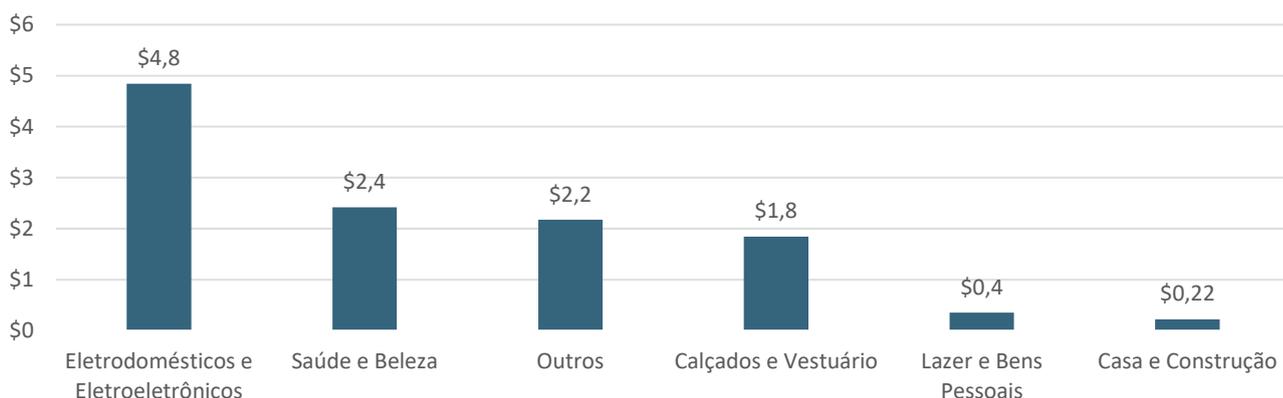


Gráfico 11: principais canais de venda de varejo não alimentar na Nigéria.

Fonte: Euromonitor International

Os canais de varejo alimentar moderno também estão crescendo, mas às custas dos varejistas tradicionais e menores. Supermercados e hipermercados oferecem espaços de compra maiores, climatizados, com uma gama mais diversificada de produtos e, muitas vezes, com preços promocionais. Poder comprar a maioria dos itens de que necessitam em um só lugar é um importante fator de atração para os consumidores, além da localização de fácil acesso e ampliação do número de lojas, como das redes Spar e Shoprite. Apesar de tais mudanças, os canais de varejo alimentar tradicional seguem como dominantes, beneficiados pela proximidade dos consumidores, tradição e poucas barreiras à entrada de novos concorrentes. Eles oferecem atendimento personalizado e amigável aos clientes, além de

preços baixos em quiosques e mercados ou feiras de rua. A expansão de lojas de grandes redes é um investimento de risco em tempos de incerteza, o que deve contribuir para que os canais tradicionais mantenham sua dominância, principalmente entre consumidores de baixa renda.

A urbanização acelerada da Nigéria, que resulta também em cidadãos com vidas mais agitadas e com menos tempo para se dedicarem às compras, é o impulsionador mais relevante para a modernização do varejo no longo prazo. Em especial, há o surgimento de uma camada de consumidores que valorizam a conveniência, principalmente mulheres que ingressam no mercado de trabalho pela primeira vez. Outro aspecto relacionado à urbanização é o crescimento de shoppings que contêm supermercados, além de opções variadas de lojas e de alimentação, fazendo das compras uma atividade que pode incluir outras experiências, como o entretenimento.

Além disso, os horários de atendimento oferecidos pelos canais modernos também refletem a transformação da rotina dos nigerianos, com longas jornadas e poucos intervalos. Enquanto varejistas alimentares tradicionais fecham às 19h ou 20h, os modernos permanecem abertos até as 21h, e farmácias e drogarias, como a H-Medix Pharmacy & Stores, ficam abertas 24h em alguns casos. Ainda neste ponto, lojas de conveniência e comércio virtual devem ser beneficiados pela necessidade dos consumidores de fazerem compras em variados horários. Um exemplo disso é a plataforma Jumia, que oferece entregas em horários incomuns (madrugada, por exemplo) e o Jumia Party, que promete entregas de bebidas alcoólicas em 60 minutos.

O comércio eletrônico merece uma menção especial, visto que tem se favorecido pelo número de jovens adultos com maior conhecimento de tecnologia, o que também dinamiza novas formas de pagamento on-line. Grandes empresas desse setor, como Jumia e Konga, têm contribuído para reduzir o receio nessa modalidade de pagamento, com processos confiáveis e livres de erros, assim como na entrega de produtos de qualidade. O aumento da internet 4G e operadoras GSM (*Global System for Mobile Communication*), além da popularidade dos smartphones, estão por trás do crescimento do *e-commerce*. Assim, enquanto os varejistas on-line de todos os tipos lançam aplicativos para dispositivos móveis, empresas que são consolidadas com suas lojas físicas realizam um movimento complementar, oferecendo *e-commerce* a seus clientes. A empresa Jumia segue como líder dentro do comércio eletrônico, com 55,7% desse mercado, muito beneficiada pelas vendas de empresas terceiras que usam sua plataforma para anunciar produtos. A segunda maior empresa do canal, Konga, com 3,4%, adquiriu recentemente a companhia de tecnologia Zinox Group e busca uma estratégia *omnichannel*

(multicanal), o que deve acrescentar ainda mais dinamismo ao setor. Em 2019, as vendas no *e-commerce* cresceram 33%, embora ainda correspondam a cerca de apenas 1% do varejo como um todo.

Apesar do crescimento dos canais de varejo moderno, a predominância dos canais tradicionais com seus mercados abertos (*open markets*) é característica do mercado africano e, naturalmente, da Nigéria. Localizados em diferentes cidades do país, eles possuem características que mesclam feiras livres com grandes centros de distribuição popular. No estado de Lagos, os principais são Balogun (localizado no centro da cidade, onde podem ser encontrados itens de vestuário, majoritariamente), Alaba (eletrônicos), Idumota (produtos a granel), Epe (alimentos frescos, principalmente peixes), Ebute Ero (bebidas alcoólicas e não alcoólicas) e Oyingbo (frutas, legumes e verduras). Outros importantes mercados fora de Lagos são o Onitsha (em Anambra), Ariaria (em Aba) e Ogbete (em Enugu).

#### **4.4.13. Cosméticos**

A categoria de beleza e cuidado pessoal foi afetada pela pandemia da Covid-19, mas de maneira irregular entre diferentes produtos. Além da restrição econômica, que leva consumidores a priorizarem bens essenciais, o maior tempo em casa e em lugares fechados deve reduzir o uso de produtos como protetor solar, fragrâncias e cosméticos com cor, que são mais usados ao ar livre, viagens turísticas ou ocasiões sociais. Antes da pandemia, a categoria como um todo se favorecia por tendências demográficas já mencionadas, como a urbanização e a entrada de mulheres no mercado de trabalho, em setores como o bancário, de telecomunicações e de varejo. Manter uma aparência adequada ao ambiente de trabalho tornou-se uma necessidade profissional e não apenas social ou estética.

As consumidoras mulheres, jovens e urbanas demonstram interesse em produtos de cuidado com a pele (hidratantes e clareadores) e cosméticos com cor (protetor solar e cosméticos multifuncionais, como *BB cream* e *CC cream*). Em um ritmo menor, homens também estão mais preocupados com sua aparência, com mais opções de convivência social em ambientes urbanos e influenciados pelo estilo de vida de celebridades e mídias sociais.

O cenário concorrencial é pulverizado nessa ampla categoria de beleza e cuidado pessoal, mas com prevalência de multinacionais. A principal *player* é a Unilever Nigeria (marcas Dove, Closeup, Lux, Vaseline etc.) com 6,7% do mercado no varejo, seguida pela PZ Cussons Nigeria (marcas Cussons, Venus, Premier, Joy etc.) com 5,7%; Beiersdorf AG (Nivea) com 5,3%; Procter & Gamble Nigeria

(Gillette, Oral B, Olay, Head & Shoulders etc.) com 5,1% e Johnson & Johnson (Johnson's Baby, Neo Medrol, Clean & Clear, Aveeno etc.) com 4,6%. O crescimento agregado em 2019 foi de 3,1% nas vendas, atingindo US\$1,4 bilhão em tamanho de mercado.

Os produtos de beleza e cuidado pessoal com preço mais acessível e consumo de massa são os de maior sucesso na Nigéria, devido ao limitado poder de compra da população. Os fabricantes também buscam estabelecer uma categoria de produtos “sub-premium”, equilibrando qualidade e preço, visto que os artigos mais sofisticados seguem como um nicho limitado. Os produtos de cuidado com a pele para consumo em massa foram os que obtiveram melhor desempenho em 2019, considerados essenciais para tonificação, hidratação extra e clareamento da pele.

Os anos recentes não foram tão dinâmicos na criação de novos produtos, embora existam alguns exemplos. A fabricante local NN Fems Industries criou uma linha para cuidado capilar natural chamada Elam, visando atender à demanda por produtos que usem menos química. Por outro lado, a multinacional Nivea criou uma submarca para pele com produtos contendo manteiga de cacau, em movimento semelhante de valorização de ingredientes naturais. Apesar de tais exemplos, as inovações na categoria, contudo, estão mais presentes no tamanho da embalagem, que vem se tornando menor para atender consumidores de baixa renda que não podem pagar volumes grandes. Por exemplo, a Soulmate Industries lançou tamanhos menores do *Soulmate Hair Cream* para conter a escalada de preços no varejo, o que tende a afetar a demanda por embalagens maiores.

A subcategoria de **cuidados com o cabelo** merece atenção especial, visto que já vinha apresentando taxas de crescimento declinantes antes da pandemia. As mulheres nigerianas valorizam cada vez mais estilos naturais de cabelo. Elas evitam o uso de permanentes e relaxantes capilares e, em vez disso, procuram condicionadores e hidratantes de alta qualidade. Os condicionadores, em especial, devem apresentar uma boa performance, usados para tratar os danos que os produtos químicos causam nos cabelos, principalmente quando são usadas técnicas de relaxamento da raiz. O uso de ingredientes mais naturais, como óleo de coco e manteiga de carité são tendências igualmente observáveis. Além disso, há consumidoras que optam por extensão de cabelo, tranças e perucas para evitar o efeito desagradável dos produtos químicos. Embora seja uma tendência importante, os produtos usados para permanentes e relaxamentos de cabelo ainda são e devem continuar sendo os principais dentro da subcategoria capilar, por ser uma prática tradicional entre as mulheres nigerianas, tornando o cabelo mais fácil de manter no dia a dia.

### Vendas de Produtos de Cuidados Para Cabelos (2019, Milhões de dólares)

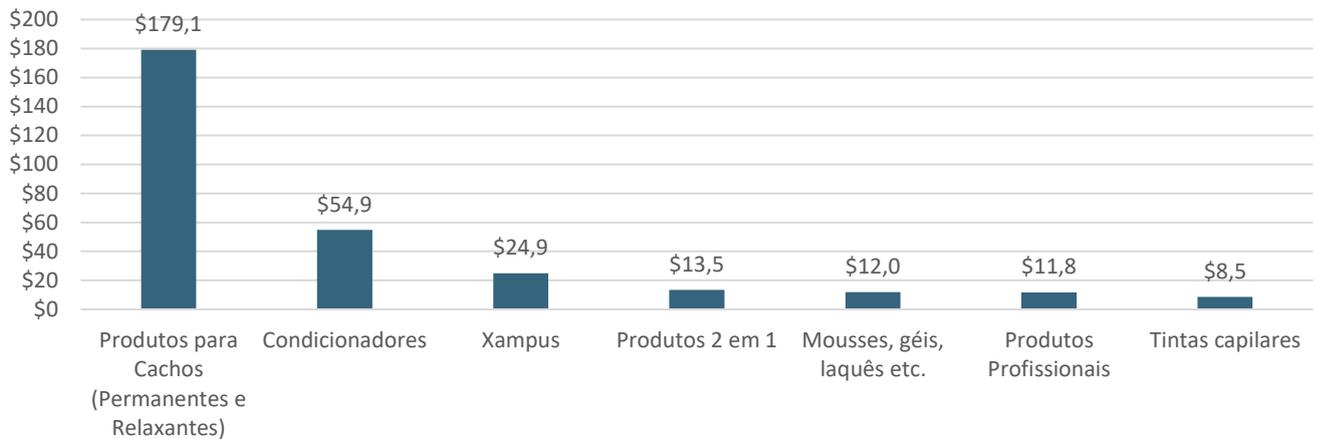


Gráfico 12: principais categorias de produtos para cuidados com cabelos vendidos na Nigéria

Fonte: Euromonitor International

A subcategoria de **cosméticos com cor** (que inclui maquiagens faciais, para os olhos, para os lábios, para as unhas e afins) vinha tendo um bom desempenho antes da pandemia da Covid-19, impulsionada principalmente pelas consumidoras mulheres, antenadas com novas tendências, mais ocidentalizadas e buscando produtos de alta qualidade. Empresas de venda direta, como Oriflame e Lornamead, e o aumento de salões especializados, também contribuem para uma maior penetração e conhecimento dos cosméticos. Essa subcategoria, ao contrário do setor em geral, mostra uma inclinação a produtos mais selecionados, com a chegada das marcas MAC e Maybelline à Nigéria, permitindo às nigerianas de maior renda comprarem sua maquiagem dentro do país, o que antes fariam em viagens internacionais. Canais de *e-commerce* internacional também oferecem essas marcas cada vez mais.

### Vendas de Produtos de Cosméticos com Cor (2019, Milhões de dólares)

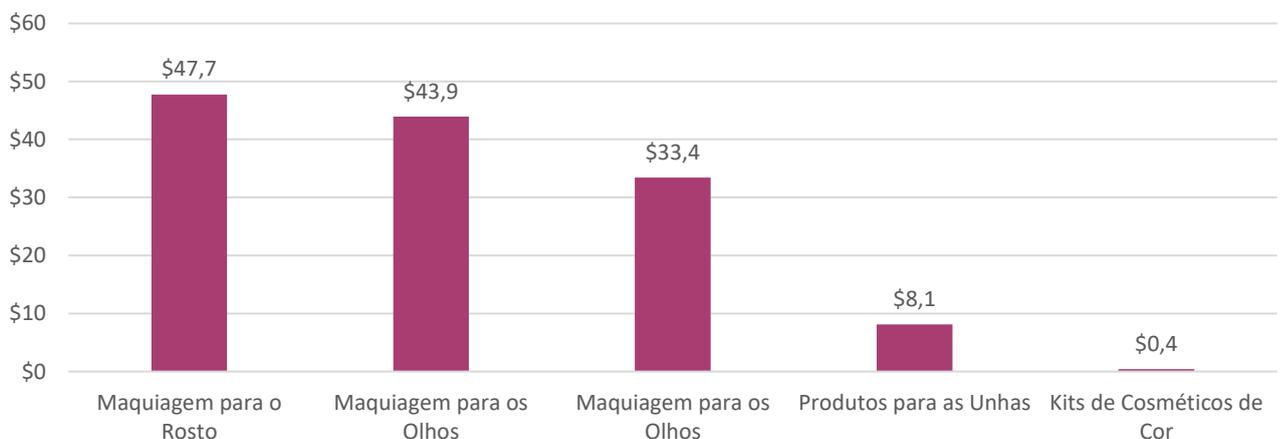


Gráfico 13: principais categorias de cosméticos de cor vendidos na Nigéria

Fonte: Euromonitor International

Produtos como brilho labial e esmalte para unhas são populares entre consumidoras com menor renda devido ao seu preço relativamente baixo. O brilho labial é usado até mesmo por nigerianas mais conservadoras ou religiosas que não usam outros tipos de maquiagem. Contudo, a pandemia impactou exatamente os produtos usados nos lábios, que ficam escondidos com o uso de máscara, e os esmaltes, mais usados para situações fora do lar. Por isso, a maquiagem para os olhos deve se mostrar mais resiliente, porque a parte superior do rosto continua à mostra. Nas categorias mais afetadas pela queda na demanda, deve-se esperar uma pressão para maiores descontos nos preços. Com um ano de 2020 mais difícil para esse setor, a recuperação deve ser gradual em 2021, não apenas pelo uso continuado de máscaras, mas também pelo receio de frequentar salões de beleza e clínicas estéticas.

#### 4.4.14. Genética Animal

O uso de genética e reprodução controlada como forma de melhoria na agropecuária reflete o baixo desenvolvimento do setor na Nigéria. Como mencionado em seção anterior, apenas 1% do rebanho de gado no país é criado no modo intensivo (comercial), justamente no qual práticas mais modernas poderiam ser aplicadas. Conseqüentemente, a disponibilidade de informações sobre raças, uso de inseminação artificial, embriões ou monta natural também é escassa. Nesse sentido, há necessidade de mais estudos para estabelecer quais raças bovinas seriam mais adequadas à realidade nigeriana, seu clima e solo, e quais poderiam ser usadas estrategicamente em cruzamento com raças nativas do país.

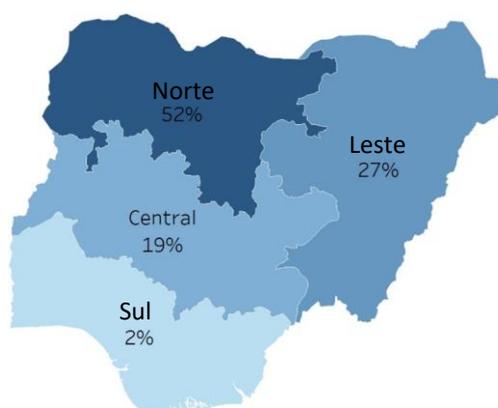


Figura 8: população de gado da Nigéria por regiões geográficas (NASS 2011)

Fonte: Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura.

Regionalmente, a produção de gado na Nigéria é basicamente localizada nas áreas norte e leste do país, tradicionalmente mais rurais, que somam 79% do total da população de gado do país. Contudo, 80% das poucas fazendas comerciais do país estão localizadas na região central (*Middle Belt*), onde esquemas de mecanização extrativa e gado de corte e leiteiro são intensificados, havendo maior oportunidades para desenvolvimento de genética animal.

Em termos gerais, observa-se que, pelas raças exóticas já inseridas no país, como Holstein Friesian, Brown Swiss e Jersey, o setor de gado leiteiro está mais avançado no cruzamento de raças do que o de corte, sobre o qual não há registro de introdução de novas raças. A raça Bunaji é mais usada para produção de leite, enquanto Rahaji, Ndama e Muturu como gado de corte.

Instituições relevantes do setor na Nigéria são: National Centre for Genetic Resources (NACGRAB), Nigerian Conservation Foundation (NCF), Federal University of Agriculture, Institute of Agricultural Research and Training, e National Animal Production Research Institute (NAPRI). O NAPRI, em particular, mantém programas de pesquisa sobre diferentes rebanhos: gado de leite e corte, equinos e camelos, suínos, pequenos ruminantes e coelhos. Em relação aos animais bovinos, há ênfase da instituição no estudo de gado de leite pois, desde a década de 1980, estuda o cruzamento da raça local Bunaji com a raça Friesian para otimizar a produção de leite. Atualmente, seus focos continuam sendo os de melhoramento da produção leiteira, produção de ração e pasto adaptados e bem-aceitos pelo rebanho, além de adição de valor à cadeia com a introdução de técnicas de produção de iogurte. Dentro do estudo do uso de embriões, o NAPRI tem pesquisas relacionadas à mortalidade precoce de embriões da raça Bunaji, assim como de novas áreas a serem pesquisadas: transferência e conservação de embriões, ovulação múltipla e clonagem de embriões.

Tendo em vista a natureza incipiente da genética animal na Nigéria, uma abordagem bem-sucedida deveria ser acompanhada de treinamento e capacitação local, bem como de garantias de que há infraestrutura adequada para nutrição e manutenção do gado. Uma parceria com instituições como NAPRI e um planejamento de longo prazo também podem ser considerados como parte da estratégia de entrada. Mesmo em países com pecuária avançada, o uso de embriões é muitas vezes menor do que o de inseminação artificial (sêmen) ou reprodução natural, o que indica, do mesmo modo, que a Nigéria ainda precisa passar por um amadurecimento maior do setor para então utilizar embriões em escala comercial. Oportunidades de desenvolvimento de genética animal nesse país se relacionam com a atual incapacidade do rebanho em prover leite e seus derivados de forma suficiente para a população

local, que atualmente consome cerca de 1,45 bilhão de litros de leite por ano.

#### **4.4.15. Aviação Comercial**

O mercado de aviação comercial na Nigéria representa oportunidades para a indústria brasileira, especialmente devido à demanda recente da empresa privada nigeriana Air Peace, a maior da África Ocidental. Em 2019, a empresa concluiu uma negociação com a Embraer para a compra de 13 aeronaves E-195 E2 de última geração para a sua frota de aviões. Além disso, há negociações para a compra de mais 17 aeronaves em médio prazo, o que totalizaria um negócio de US\$2,1 bilhões de dólares. No passado, a Air Peace já havia comprado 8 aeronaves da empresa brasileira, especificamente do modelo E-145.

A Air Peace é a principal empresa do país, voando para a maioria dos países vizinhos e para o Oriente Médio (Emirados Árabes Unidos). A Air Peace possui 26 aeronaves em serviço. Outras companhias aéreas comerciais relevantes do país são a Arik Air, que possui uma série de voos internos, além de servir países vizinhos e, no passado, voou para Reino Unido, Estados Unidos e África do Sul, com 22 aeronaves em serviço, a Dana Air, com 8 aeronaves e apenas voos nacionais, a Azman Air que possui 6 aeronaves em serviço e realiza apenas voos internos. Uma nova empresa surgindo no país é a Green Africa Airways, fundada em 2015, e que já realizou negociações com a Boeing e a Airbus para a compra de número significativo de aeronaves. Apesar de ainda não operar, a empresa espera inicialmente operar apenas dentro da Nigéria com planos para expansão para o restante do continente africano no futuro.

# 5. Acesso a Mercado

## 5.1. Sistemas tarifários e não tarifários

### 5.1.1. Estrutura tarifária nigeriana

O principal dispositivo legal que baseia o sistema tarifário da Nigéria é o *Customs and Excise Management Act*, de 1990, o qual estabelece as regras, as taxações, o comitê regulador e o destino das somas e suas respectivas taxações. O sistema tarifário nigeriano se mantém essencialmente o mesmo desde então, com alguns regulamentos alterados para a imposição de tarifas adicionais em setores estratégicos (como o automotivo, de agricultura e de petróleo). Uma importante ressalva, todavia, é a mudança causada pela formação da união aduaneira com a CEDEAO.

### 5.1.2. União aduaneira e tarifa externa comum

A Nigéria, além de ser membro fundador, é um dos principais membros participantes da CEDEAO e, desde 2013, faz parte da união aduaneira formada pelo bloco para agregar os mercados consumidores dos países da África Ocidental. A tarifa externa comum (TEC) da CEDEAO unifica a taxaço de bens e serviços oriundos de nações de fora do bloco, como o Brasil, para todos os países que participam daquela união. As bandas de tarifas de importação adotadas pela CEDEAO são as seguintes:

- 0% - bens essenciais socialmente relevantes (medicamentos, insumos farmacêuticos);
- 5% - commodities, matérias-primas, bens de capital;
- 10% - bens intermediários e insumos;
- 20% - bens de consumo final;
- 35% - bens específicos para o desenvolvimento econômico, como itens agrícolas.

A unificação das tarifas aduaneiras permite não só a facilitação burocrática ao simplificar as classificações de bens e serviços entrando na Nigéria, como a coordenação dos mercados consumidores locais e, no caso do exportador para os países da CEDEAO, maior facilidade na centralização dos dispositivos fiscais e legais entre eles.

Disputas políticas internas, entretanto, ainda são comuns na adesão dos países à TEC e na solicitação de exceções. Nigéria e Gana, por exemplo, detêm uma indústria farmacêutica incipiente e, dessa forma, há o lobby destas indústrias para que medicamentos sejam considerados itens estratégicos e

tarifados na última banda. Há, todavia, casos opostos solicitando a classificação de medicamentos como bens essenciais socialmente relevantes, o que não acarretaria cobrança de tarifas. Outro importante exemplo é o do arroz, que recebe estímulos internos para o desenvolvimento de produção na Nigéria, o que a faz demandar uma tarifa alta para evitar a concorrência internacional. Por outro lado, países menores do bloco, como a Gâmbia, se colocam contra essa medida por desejarem facilitar a importação de outros locais. O arroz e outros cereais entram na banda de 10%, mas há a possibilidade dentro do acordo para que países pratiquem tarifas excepcionais de até 70% de diferença das bandas acordadas.

### 5.1.3. Barreiras não tarifárias

Alguns dispositivos não tarifários são previstos no âmbito da união aduaneira da CEDEAO, com a finalidade principal de proteger a indústria nigeriana e do bloco de práticas estrangeiras danosas. As medidas abaixo podem ser acionadas pelos governos dos países-membros para salvaguardarem o mercado local:

- a) Restrições e cotas: bloqueio de importação de algum produto, ou imposição de cotas de importação, com a finalidade de proteger indústrias locais de competição internacional, podendo ser acionada tanto por um país-membro específico quanto pelo bloco como um todo. A Nigéria, por exemplo, impôs uma proibição da importação de arroz no ano de 2019, permitindo somente a entrada do cereal pelo porto de Lagos, onde uma tarifa de 70% é imposta;
- b) Tarifas anti-*dumping*: imposição de tarifas adicionais ou bloqueio de importação de produtos que sejam considerados *dumping* internacional, com preços mais baixos que a concorrência com a intenção de prejudicar a indústria local;
- c) Medidas compensatórias: bens e serviços importados que tenham seus preços artificialmente barateados por subsídios internacionais podem ser sobretaxados a título de compensação, caso sejam importados por um dos membros;
- d) Medidas de proteção suplementar: provisionamento de exceções em tarifas que podem alterar certas cobranças regidas pela TEC regional, com base em situações específicas:
  - a. *imposto de ajuste de importação* – um país que tenha acordo bilateral com um membro de fora do bloco e cobre tarifa menor do que a prevista na TEC pode ter de pagar um

valor adicional se for reexportar um bem para outros membros do bloco. Em agosto de 2020, por exemplo, o governo nigeriano acionou essa medida para medidores de energia elétrica, a fim de estimular a indústria local;

- b. *taxa de proteção suplementar* – caso a adoção da TEC aumente consideravelmente o volume de importação de um produto em comparação com os três anos anteriores, o país em questão pode adicionar taxas suplementares para proteger o mercado local.

O governo nigeriano também tem imposto barreiras na aquisição de moedas estrangeiras para empresas importadoras de produtos específicos, com o intuito de dificultar a entrada de itens estrangeiros, particularmente o arroz, principal item de alimentação básica de consumo do nigeriano. O interesse do governo em complexificar a entrada desses produtos é de estimular a produção interna e diminuir a exposição nigeriana ao dólar.

A introdução destas barreiras, seja por motivações econômicas ou políticas internas, trouxe como consequência um importante mercado paralelo na Nigéria, com forte contrabando de produtos pelas fronteiras secas do país, especialmente com o Benim e o Níger. Apesar dos dois países participarem da CEDEAO com a Nigéria e, em tese, todos serem membros da mesma união aduaneira, na prática a Nigéria usa seu peso econômico para praticar protecionismo e impõe pesadas tarifas sobre o arroz para propulsionar a produção nacional. Alguns contrabandistas nigerianos usam o Benim, principalmente, para importar cereais de outros continentes e contrabandear o produto sem pagar a tarifa adicional. Carros usados também não podem ser importados para a Nigéria, por conta da importância da indústria automotiva do país, mas contrabandistas tentam importar dos países vizinhos que não têm essas restrições para, posteriormente, levar esses automóveis para a fronteira nigeriana.

#### **5.1.4. Empresas com acesso à importação**

Não há uma lista oficial de empresas que tenham autorização para importar na Nigéria, embora existam maneiras de verificar se algumas delas possuem relações com o governo federal, com a Aduana e com os bancos autorizados para transações internacionais. [A relação de empresas que participam do Conselho de Embarcadores da Nigéria](#) é uma boa referência inicial.

A Associação Nacional dos Agentes de Aduana Licenciados (*Association of Nigerian Licensed Custom Agent*), ou ANLCA, também pode fornecer informação a respeito de empresas que operam na Aduana nigeriana e que, portanto, teriam a liberação para realizar transporte de bens e serviços para o país.

O processo de importação precisa ser intermediado por um banco concessionário autorizado (*authorized dealer bank*), o qual realizará parte dos trâmites de validação de manifestos e formulários para a alfândega nigeriana. É o banco que valida o *e-form*, confere e repassa todas as informações para a Aduana Federal, além de recolher o pagamento de tarifas e enviá-las ao governo.

Lista de bancos concessionários autorizados:

- Access Bank
- Bank of Industry
- CityBank
- Diamond Bank
- EcoBank
- Enterprise Bank
- FCMB
- Fidelity Bank
- First Bank
- GTB Bank
- Heritage Bank
- Jaiz Bank
- Keystone
- Mainstreet Bank
- Skye Bank
- Stanbic IBTC Bank
- Stanchart Bank
- Sterling Bank
- United Bank for Africa
- Union Bank
- Unity Bank
- WEMA
- Zenith

## 5.2. Medidas sanitárias e fitossanitárias

A Nigéria detém importantes barreiras sanitárias e fitossanitárias, a fim de proteger seus setores econômicos de doenças e más práticas econômicas estrangeiras, como, por exemplo, a proibição de importação de carne animal para impedir a proliferação de encefalopatia espongiforme bovina (EEB, também conhecida como *doença da vaca louca*) em seu rebanho bovino. Muitas das barreiras existentes seguem protocolos internacionais estipulados por órgãos como a OMC e a CEDEAO.

Entretanto, há crítica a respeito do processo de imposição dessas barreiras por parte do governo da Nigéria, devido à suspeita de que o interesse seria, em último caso, a criação de uma reserva de mercado para a expansão de produção local nigeriana sem a aparência de protecionismo econômico.

O veto à importação de carne bovina, por exemplo, é aplicado sobre todos os países exportadores, mesmo os que conseguem provar que não contêm incidência de EEB em seus rebanhos – processo semelhante ao veto de importação de carne de aves por alegação de possível contaminação de gripe aviária. O governo nigeriano estabelece as seguintes proibições:

Produto	Código HS
Aves vivas ou mortas, incluindo congelados	0105.1100 – 0105.9900, 0106.3100 – 0106.3900, 0207.1100 – 0207.3600 e 0210.9900
Carne de porco e de boi	0201.1000 – 0204.5000, 0206.1000 – 0206.9000, 0210.1000 – 0210.2000
Ovos de aves, excluindo ovo para incubação	4.070.000
Óleo vegetal e gordura refinada - mas excluindo azeite, óleo de castor e de linho; óleos vegetais brutos não são banidos	1507.1000.00 – 1516.2000.29
Açúcar de cana ou de beterraba e sacarose quimicamente pura, em formato sólido, em embalagens para varejo	1701.91.1000 – 1701.99.9000
Manteiga de cacau, farinhas e bolos	1802.00.0000 – 1803.20000, 1805.001000 – 1805.00.9000, 1806.10.0000 – 1806.20.0000 e 1804.00.0000
Macarrão	1902.1100 – 1902.30.0000
Sucos de frutas em embalagens para varejo	2009.11.0012 – 2009.11.0013 – 2009.9000.99
Água, inclusive mineral, aerada contendo adição de açúcar, adoçante ou condimentos, água de gelo, outras bebidas não alcoólicas e cerveja (engarrafada, enlatada ou embalada de	2201.1000 – 2201.90.00, 2202.10.00 – 2202.9000.99, 2202.9000.91 e 2203.0010.00 –

alguma forma), mas excluindo bebidas energéticas ou saudáveis (suplementos dietéticos líquidos)	2203.0090.00
Cimento ensacado	2523.2900.22
Medicamentos conforme abaixo:	Cabeçalhos começando com 3003 e 3004
<i>Paracetamol em comprimido ou xarope</i>	-
<i>Cotrimoxazol em comprimido ou xarope</i>	-
<i>Metronizadol em comprimido ou xarope</i>	-
<i>Cloroquina em comprimido ou xarope</i>	-
<i>Fórmula hematínica, sulfato ferroso, sulfato ferroso, comprimidos de gluconato ferroso, comprimido de ácido fólico, comprimido de vitaminas do complexo B (exceto formulações de liberação modificada)</i>	-
<i>Multivitamínicos em comprimidos, cápsulas e xarope (exceto fórmulas especiais)</i>	-
<i>Aspirina em comprimido (exceto fórmula de liberação modificada e aspirina solúvel)</i>	-
<i>Trissilicato de magnésio em comprimido e em suspensão</i>	-
<i>Piperazina em comprimido e xarope</i>	-
<i>Levamisol em comprimido e xarope</i>	-
<i>Clotrimazol em creme</i>	-
<i>Pomada – penicilina/gentamicina</i>	-
<i>Pamoato de pirantel em comprimido e xarope</i>	-
<i>Fluidos intravenosos (dextrose, salina regular etc.)</i>	-
Dejetos farmacêuticos	3006.9200

Fertilizante químico ou mineral contendo dois ou três dos elementos fertilizantes nitrogênio, fósforo e potássio (NPK 15-15-15), excluindo fertilizante orgânico	3105.10.00.00 – 3105.90.00.00
Sabões e detergentes em embalagens de varejo	3401.11.1000 – 3402.90.0000
Bobina de repelente de mosquito	3808.9110.91
Pneu usado e recauchutado, mas excluindo pneu de caminhão usado para recauchutagem de tamanho 11.00 x 20 e superior	4012.2010.00
Papelão ondulado e papel-cartão, e cartões, caixas e tampas feitas com papelão ondulado e papel-cartão; papel higiênico, lenço higiênico ou de rosto, excluindo fraldas pediátricas e fraldas de incontinência para uso adulto	4808.1000, 4819.1000, 4818.1000 – 4818.9000 4818.4000.41 e 4820.2000
Cartão de recarga de telefone e <i>vouchers</i>	4911.9990.91
Carpete e outras coberturas têxteis de piso	5701.10.000 – 5705.00.0000
Todos os tipos de calçado, bolsas e malas de viagem, excluindo sapatos de segurança usados em indústria petrolífera, sapatos esportivos, sapatos de lona e todos os componentes <i>completely knocked down</i> (CKD)	6401.1000.11 – 6405.9000.99 e 4202.1100.10 – 4202.9900.99
Garrafa de vidro oco com capacidade excedendo 150ml (0,15l) de todos os tipos, usados para envasilhar bebidas por cervejarias e outras empresas de bebidas	7010.9021.29 e 7010.9031.00
Compressores usados e refrigeradores/freezers usados	8414.3000, 8415.1000.11 – 8415.9000.99 e 8418.1000.11 – 8418.69.0000
Motor de veículo usado acima de quinze anos desde o período de fabricação	8703.10.00 – 8703.90.0000
Canetas esferográficas e peças, incluindo refis (excluindo pontas)	9608.10.0000

Molho ou concentrado de tomate em embalagem de varejo	2002100000, 2002902000, 2002909000
---	---------------------------------------

Tabela 3 - Lista de produtos restritos para exportação à Nigéria. Fonte: Serviço de Aduana da Nigéria.

Ademais da proibição e restrição da tabela acima, há uma lista de importações que são consideradas “absolutamente proibidas” pelo governo nigeriano. São elas:

- Pistolas de ar;
- Papel de impressão fotográfica;
- Todos os materiais pirateados e falsificados, ou artigos incluindo base de moeda falsificada de qualquer país;
- Contas compostas de celulose inflamável ou substâncias similares;
- Faturas em branco;
- Cupons para apostas em futebol estrangeiro ou outros arranjos de apostas;
- Búzios;
- Chá usado ou chá misturado com outras substâncias;
- Aparatos usados para recarregar cartuchos;
- Impressões, pinturas, livros, cartas, gravuras ou quaisquer artigos obscenos ou indecentes;
- Amêijoas;
- Palitos de fósforo feitos com fósforo branco;
- Materiais de qualquer natureza com designs que, considerando o propósito para qual este material foi criado, tem a chance de, na opinião do presidente, causar o distúrbio da paz ou ofender a visão religiosa de qualquer classe de pessoas na Nigéria;
- Carne, vegetal ou outra provisão declarada por um agente de saúde como impróprio para consumo humano;
- Peças e produtos têxteis, incluindo roupas, ferramentas de todos os tipos, louças e porcelanatos e cerâmicas trazendo inscrições (em caracteres arábicos ou romanos) do Corão, ou de tradições e comentários do Corão;

- Armas de fogo disfarçadas de qualquer forma;
- Vestimentas de segunda mão;
- Moedas de liga metálica ou de prata que não sejam de uso legal na Nigéria;
- Dejeito industrial nuclear e outros dejetos tóxicos;
- Alguns licores;
- Armas e munições de qualquer descrição que na opinião da Controladoria-Geral tenham sido criadas para descarregar líquidos, gases ou substâncias nocivas.

Por fim, o governo nigeriano impôs, desde 2015, restrição de aquisição de dinheiro estrangeiro para a importação dos determinados produtos:

- Arroz;
- Cimento;
- Margarina;
- Semente de dendê, produtos de óleos de dendê e óleos vegetais;
- Carne e produtos de carne processada;
- Vegetais e produtos vegetais processados;
- Carne de frango, de peru e ovos;
- Aeronaves e aerojatos privativos;
- Incenso indiano;
- Peixe enlatado com molho, ou sardinha;
- Chapa de metal rolada fria;
- Chapa de metal galvanizada;
- Chapa para teto;
- Carrinho de mão;
- Bateia;

- Caixas e contêineres de metal;
- Produtos esmaltados;
- Baterias de aço;
- Tubos de aço;
- Haste de metal (deformada ou não);
- Haste de aço e reforços;
- Tela de metal;
- Pregos de aço;
- Arame farpado;
- Placas e painéis de madeira;
- Placas e painéis de fibra de madeira;
- Placas e painéis de compensado de madeira;
- Portas de madeira;
- Palito de dente;
- Vidros e utensílios de vidro;
- Utensílios de cozinha;
- Utensílios de mesa e jantar;
- Azulejo vitrificado e de cerâmica;
- Têxteis;
- Tecido plano;
- Roupas;
- Produtos de plástico ou borracha, grãos de polipropileno, invólucros de celofane;
- Sabonetes e cosméticos;
- Tomates e molhos de tomates;

- Títulos públicos europeus, estrangeiros e ações.

*Fonte: Serviço de Alfândega da Nigéria, Departamento de Comércio dos Estados Unidos*

O governo nigeriano detalha que esta última lista não é de produtos banidos. Quem desejar importá-los, todavia, precisará usar fundos próprios, não podendo vender nairas e comprar dólares (ou outra moeda internacional) para adquiri-los.

Ademais, o governo nigeriano exige que importações de alimentos, medicamentos, cosméticos e pesticidas tenham certificados de seus produtores e de seus países de origem, independentemente do produto e do país em questão, a fim de evitar a introdução de aflatoxina (toxina presente em alimentos que pode gerar intoxicação em seres humanos e animais).

Assim como na estrutura tarifária, a estrutura sanitária também é porosa e morosa, com longas filas para inspeção e liberação nos portos e aeroportos do país, além de pouca fiscalização nas fronteiras terrestres, especialmente com Benim e Níger.

### **5.3. Regulações às importações**

O governo da Nigéria digitalizou boa parte dos processos para importações ao país. As principais informações podem ser encontradas na página da Aduana Federal do país. O importador precisa preencher um documento eletrônico de manifesto, “e-form M”, contendo os dados mais importantes do(s) item(ns) transacionados.

Para a importação à Nigéria, o governo exige que os produtos sejam rotulados em inglês, sob pena de confisco, além de informações relevantes sobre eles, como as seguintes:

- a. Nome genérico do produto;
- b. Marca do produto;
- c. Nome do modelo, ou número de referência;
- d. Quantidade.

Em caso de produtos perecíveis, é igualmente exigida disposição de data de validade e que ainda tenha ao menos metade do tempo de prateleira no momento da entrada no país. Para produtos elétricos e eletrônicos, também há a exigência de consumo elétrico e performance. Finalmente, há a exigência de manual, informações de segurança e de garantia.

## 6. Compreendendo o Consumidor Nigeriano

A Nigéria é um país em rápido crescimento populacional e de forte migração interna de regiões rurais para os centros urbanos. A composição dessas duas tendências demonstra um país que está se transformando velozmente em uma imensa nação urbana, cosmopolita e moderna, mas que ainda convive com uma sociedade profundamente tradicionalista, apegada às suas características ancestrais, tanto religiosas, quanto culturais e tribais.

A principal clivagem nos hábitos de consumo do nigeriano, portanto, é a geografia e a renda. O habitante com menor poder aquisitivo costumeiramente mora em regiões rurais ou vilarejos menores, consome menos e frequenta, majoritariamente, estabelecimentos informais. Já o urbano, com maiores condições financeiras e acesso a opções de emprego e consumo, tende a frequentar lojas “modernas”, e começa a demandar opções digitais.

### 6.1. Crescimento da Classe Média

As reformas econômicas realizadas pelo governo da Nigéria durante os anos 1990 e 2000 possibilitaram uma importante estabilidade macroeconômica no país, o que, por sua vez, demarcou um crescimento da renda e do consumo per capita. Simultaneamente, mais nigerianos optaram por morar nas metrópoles, alterando seu padrão de vida ligado à comunidade e ao campo para um mais urbano e moderno. Essa mudança de perfil traz consigo uma transformação nos padrões de consumos.

Os dados sobre crescimento da classe média nigeriana são interessantes de serem lidos. A quantidade de lares considerados de classe média no país cresceu entre 2000 e 2019, passando de 6,2 milhões de na virada do século para 11,3 milhões em 2019, expressivo crescimento de 81,1% em menos de 20 anos. Ou seja, mais de 5 milhões de lares passaram a ser classificados como classe média no país. Contudo, o percentual total do país de lares considerado de classe média manteve-se praticamente estável ao longo dos últimos anos, dado que o ritmo de crescimento da população nigeriana também foi alto. Desta maneira, é possível concluir que o aumento da classe média apenas acompanhou o crescimento populacional, sem que superasse este índice, demonstrando um aumento orgânico e pouco sustentável por outros fatores além do aumento demográfico.

### Evolução da Classe Média Nigeriana (Quantidade de Domicílios, 2000-2019)



Gráfico 14: evolução da classe média nigeriana em quantidade de domicílios e percentual de domicílios de 2000 a 2019

Fonte: Euromonitor International

A principal mudança é a opção do nigeriano de classe média por uma vida mais “moderna”, com idas em estabelecimentos tipicamente ocidentais, a compra de bens industrializados, a demanda maior por serviços e bens mais complexos, além de novas modalidades de consumo e de estilo de vida. A Nigéria é um país muito jovem em comparação com países ocidentais, mesmo com a América Latina (a idade mediana do cidadão nigeriano era de aproximadamente 18,1 anos em 2019, enquanto no Brasil é de 33,2), o que significa que novas tendências e padrões de consumo alteram rapidamente o estilo de vida da população desse país africano.

O caso mais notável talvez seja o de consumo de celulares, de internet e de conteúdo digital: em 2018, o aumento do consumo médio na Nigéria foi de 10%, enquanto o consumo digital aumentou em 42%. Especialmente nas metrópoles, a mudança de padrão de vida para um mais confortável, flexível e capaz de ser adaptado às complexidades da vida contemporânea é facilmente assimilada.

O crescimento do padrão de vida causa contrastes de consumo que distinguem o consumidor nigeriano médio em relação ao de outros países. A consumação de carne, por exemplo, ainda é encarada como sinal de status e, se a maioria das sociedades ocidentais busca diminuí-la, a proporção de nigerianos que tenta cortar seu consumo é bastante baixa. Por outro lado, o nigeriano urbano tem dado preferência para alimentos rápidos, *delivery* de comida e consumo em restaurantes, uma mudança notável em relação ao padrão de vida dos cidadãos mais rurais.

A urbanização também cria fenômenos próprios na Nigéria. A demanda por habitação é alta em Lagos, por exemplo, com aumento de procura por segurança e comodidade em uma cidade que cresceu rapidamente e ainda não oferece infraestrutura e segurança para seus habitantes. O ritmo urbano também altera a demanda por serviços como saúde, bem-estar e sustentabilidade ecológica, possivelmente por conta da dificuldade do poder público em suprir essas opções.

## **6.2. Segmentos de Consumo**

A característica mais marcante do ambiente comercial nigeriano é a informalidade do consumo de uma parcela significativa da população. É difícil apontar qual é o tamanho da economia nigeriana que não é mensurada por meios formais, mas ela é fortemente correlacionada com habitantes de regiões rurais e de vilarejos menores do país, onde produtores e consumidores com poucos recursos podem trocar seus produtos com menor burocracia, menos dinheiro envolvido e menos impostos do governo.

A principal segmentação visível no mercado nigeriano, portanto, é a do consumidor com menos recursos de regiões afastadas, por um lado, e a do consumidor urbano das grandes cidades, por outro. A vivência em uma cidade como Lagos, por exemplo, permite ao consumidor nigeriano ter melhores e mais variadas opções de emprego, o que permite mais renda e maior poder de consumo, ao mesmo tempo que também oferece mais opções de produtos, lojas e serviços.

O consumidor urbano é mais propenso a usar produtos importados, bens com maior valor agregado e serviços mais complexos, especialmente por conta da maior renda relativa, em comparação ao nigeriano rural, e por conta da maior facilidade de consegui-los, por conta da proximidade com rotas de transporte, do maior número e da maior variedade de estabelecimentos comerciais, dos gerais aos especializados.

## **6.3. Padrões de Consumo**

O perfil do consumidor nigeriano se tornou relativamente complexo, à medida que o país se urbanizou e se desenvolveu nos últimos vinte anos. Embora os consumidores mais velhos e os distantes dos centros urbanos ainda levem um estilo de vida mais tradicional, voltado para a comunidade, aos eventos sociais e religiosos, e tenham maior relação com costumes antigos, as grandes cidades têm variações de estilos de consumidores e de consumo. São, em grande parte, jovens que estão se aclimatando a uma vida moderna e complexa. Sendo assim, suas demandas são comuns deste

ambiente. Alguns detêm mais recursos e buscam elevar sua posição social ostentando bens de marca e passando a impressão de sucesso e de abundância, ao passo que muitos dispõem de consciência ambiental, por exemplo, e tentam diminuir o desperdício de embalagens plásticas ou de alimentos. A relação do nigeriano com práticas ambientalmente positivas é parecida com a do brasileiro: em 2020, 21,8% de nigerianos se consideravam consumidores *eco-friendly*, ao mesmo tempo que 22,9% dos brasileiros se enxergam de forma equivalente.

A relação do nigeriano com sua alimentação é bastante peculiar, uma vez que a Nigéria tem uma imensa produção agrária de subsistência e uma parcela significativa da população depende dessa produção agrícola para sobreviver. Por outro lado, o cidadão urbano leva uma vida menos desprendida do campo e está mais acostumado a comprar aperitivos ou comidas *fast-food*, ou mesmo a ir a restaurantes, mas ainda há uma imensa prevalência da culinária doméstica e dos alimentos de boa qualidade comprados por preços baixos. O nigeriano tem dificuldade, por exemplo, em renunciar ao consumo diário de carne, quando comparado a países da Europa ou da América, porque a proteína animal é encarada como um bem de qualidade e um sinal de status.

A dieta nigeriana não segue um padrão único, por conta da multitude de grupos étnicos e das variações de disponibilidade de alimentos, mas é baseada principalmente em grãos, raízes e tubérculos, com variação no consumo de carne, a depender da afluência do consumidor. Temperos e modos de preparo até recebem nomes diferentes, mas a exposição centenária de distintas tribos a um mesmo ambiente levou pratos típicos para todos os lados do país – a *akara*, um bolo de feijão frito, por exemplo, é bastante popular no sul, mas no norte a mesma receita é conhecida como *kosai*. Assim como no Brasil, eles possuem fácil acesso a frutas e legumes, como laranja, manga, goiaba e abacaxi, levando, conseqüentemente, a elevados consumos. Temperos também são importantes para a culinária nigeriana, sendo comum o uso de azeite de dendê, típico da África Ocidental.

Um novo padrão de consumo também está se formando em torno do ambiente digital, com os celulares sendo uma forma barata e rápida de levar comunicação para o país. Na Nigéria, 89% dos domicílios tinham acesso a pelo menos um aparelho celular em 2019, um notável crescimento em relação aos 77% de domicílios que o possuíam em 2014. No Brasil, em comparação, 93% dos lares possuem pelo menos um aparelho celular, número aproximadamente constante neste intervalo de sete anos. Por outro lado, somente 14,5% dos nigerianos em 2019 alegavam utilizar seus telefones móveis para acessar a internet, o que indica que há um importante crescimento da tecnologia móvel

no país, mas ainda é incipiente.

Se nas regiões rurais o uso da internet é infrequente e o nigeriano médio, em geral, é reticente em realizar compras ou negócios on-line por não confiar na plataforma, nas cidades grandes o relacionamento diário do consumidor com a internet é maior, com muitos tendo acesso diariamente a redes sociais e a sites de compras, à semelhança de consumidores de países desenvolvidos.

## 7. Estrutura de Mercado

O comércio tem um peso extremamente importante para a economia da Nigéria, sendo responsável por mais de 15% de seu PIB. Por um lado, ele é uma parcela importante da vida do nigeriano, tem se diversificado e expandido em opções por conta da recente urbanização do país e do aumento populacional. Por outro, o setor ainda é definido principalmente pela informalidade e grande pulverização. Sistemas de vendas modernos, baseados em lojas de varejo de marca e shopping centers, ainda são incomuns e restritos aos centros das grandes metrópoles, mas o aumento do poder de consumo do nigeriano pode alterar o cenário no futuro.

### 7.1. Canais de Distribuição

O comércio varejista nigeriano ainda é dominado pela informalidade, com vendas em barracas e feiras livres abertas, sem fiscalização e taxaço de imposto pelo governo. Essa modalidade de varejo é particularmente importante para o setor de alimentos *in natura*, o qual representa a maior fatia de produção econômica nigeriana e, portanto, também é o que mais movimenta sua renda varejista. Embora seja difícil apontar o tamanho do mercado informal nigeriano, há estimativas que indicam que seja de mais de 60% do PIB desde 2015, quando o preço mundial do petróleo começou a cair.

Os sistemas de varejo formalizado, com lojas de marca e hipermercados, são considerados mais modernos e, apesar da maior lucratividade e do potencial de aumentar a produtividade do serviço, ainda são tidos como nicho. A principal tendência de médio prazo para este setor é o crescimento das redes “modernas” e sua capilarização nos centros urbanos. Esse desenvolvimento, todavia, seria condicionado ao aumento do poder de compra do consumidor. O crescimento da economia nigeriana leva ao aumento da participação do setor varejista na economia, mas choques externos, como a queda do preço do petróleo, podem dificultar o cenário para o consumidor regular, que preferirá retornar ao consumo informal.

Dentro do setor formal, a predominância é o sistema de venda em loja, principalmente o minimercado e a loja especializada em bens de consumo. Em 2019, o mercado lojista faturou 9,8 trilhões de nairas (US\$ 25 bilhões), um crescimento de 10,5% em relação a 2018. Comparativamente, o varejo on-line ainda é bastante incipiente na Nigéria, com aproximadamente 105 bilhões de nairas (US\$ 275 milhões), mas o potencial de crescimento de vendas pela internet é grande, por conta do grande mercado de

telefonia celular no país e do menor custo envolvido nessa modalidade de negócios. Em relação a 2018, o crescimento do mercado on-line foi de 33% e há a expectativa de que o crescimento anual entre 2020 e 2024 seja de 42%.

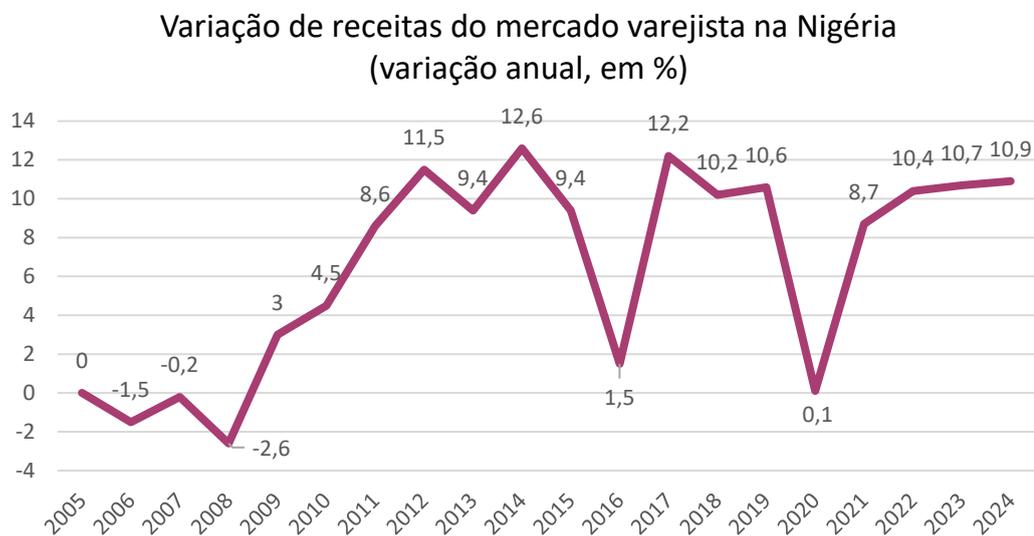


Gráfico 15 - Mercado varejista na Nigéria, variação anual (2005-2019 realizado, 2020-2024 estimado)  
Fonte: Euromonitor International

O mercado varejista nigeriano é repleto de desafios importantes, a começar pela precariedade da infraestrutura de transportes e das barreiras aduaneiras impostas pelo governo federal. Os portos são poucos e não dão conta do escoamento de produtos para o interior do país, o que dificulta o acesso de estoque para além das grandes cidades do país.

A burocracia e a corrupção também são fatores decisivos, com poucos oligarcas tendo controle político sobre setores varejistas importantes e conseguindo impor dificuldades sobre competidores internacionais.

## 7.2. Promoção Comercial

O comerciante na Nigéria conta com um amplo leque de opções de promoções comerciais, especialmente nos grandes centros urbanos. É costumeiro para os mercadores das metrópoles, como Lagos e Abuja, conviverem, principalmente, com ações de marketing off-line. Porém, o crescimento da rede celular e a maior demanda por smartphones também estão gerando demanda por oportunidades de marketing on-line.

### 7.2.1. Promoção presencial

A promoção comercial na Nigéria é relativamente estratificada, com as empresas de portes menores (empresas familiares, pequenos negócios) se valendo bem menos de estratégias profissionais de marketing presencial e ainda menos de estratégias on-line de promoções de vendas. Por outro lado, empresas mais estabelecidas, particularmente nas principais cidades, se valem dos métodos mais comuns de publicidade, como painéis, outdoors, anúncios em ônibus, táxis, automóveis e imprensa escrita. Anúncio em rádio, TV e até eventos para publicidade também são comuns em cidades como Lagos e Abuja.

Companhias estrangeiras costumam fechar acordos com representantes locais para assuntos legais, estratégicos, logísticos e de marketing, por conta das peculiaridades de cada uma das cidades e dos mercados envolvidos.

### **7.2.2. Promoção digital**

O marketing on-line ainda é incipiente na Nigéria, em razão da falta de costume e de confiança de seus habitantes em realizar compras pela internet. Entretanto, é um mercado em amplo crescimento e com uma cultura forte de marketing se desenvolvendo nesse nicho.

As áreas de ação de marketing digital na Nigéria são bastante semelhantes às encontradas no resto do mundo, com métricas de SEO (*Search Engine Optimization*), compra de anúncios no Google Ads e em redes sociais, como Facebook e Instagram, além da construção de sites dirigidos à população nigeriana.

## **7.3. Práticas de Negócio**

O modo predominante de comércio é o informal, ubíquo nas regiões rurais e nos pequenos vilarejos, sendo a principal forma de escoamento de produtos de primeira necessidade, especialmente bens agrícolas. A grande mudança para o nigeriano, todavia, é a introdução paulatina, porém consistente, do sistema mais contemporâneo de comércio, com o ingresso de supermercados, hipermercados, lojas especializadas, shopping centers e até mesmo o *e-commerce*.

Para o consumidor urbano das grandes metrópoles, a principal vantagem da modalidade moderna é a comodidade. A ampla variedade de produtos e o estoque mais consistente permitem compras com frequência semanal ou mensal, assim como uma maior disponibilidade de horas abertas admite a compra de produtos fora do horário de trabalho. Ademais, a oferta de itens com descontos e sem a necessidade intrínseca de pechinchar os preços deixa a vida do comprador mais confortável e abre mais opções de negócios.

Relações de negócios com os nigerianos podem ser uma barreira complexa para o brasileiro, a princípio. Eles tendem a ser mais profissionais e rígidos em um ambiente profissional, com estruturas hierárquicas fortes, em contraste com estilos de gerência mais consensuais e flexíveis em algumas empresas brasileiras ou ocidentais. O sexismo ainda é forte nesse ambiente no país africano, sendo raro encontrar líderes mulheres – e por conta da forte influência islâmica na cultura do país, nigerianos tendem a tratar mulheres com deferência, evitando contato físico. Estilo de vestimenta é levado bastante em consideração em reuniões profissionais, ou seja, a primeira impressão pode ser marcada pelo estilo de roupa escolhido. O nigeriano, em geral, prefere usar o preto em um ambiente de trabalho.

Sua cultura contém tabus que podem ser incomuns para o brasileiro e é importante se inteirar deles antes de uma reunião ou de uma visita à Nigéria. Além do tabu típico entre povos muçulmanos, como consumo de álcool, de porco e de jogos de azar, há a percepção de que o uso da mão esquerda tem impacto negativo.

### 7.3.1. Horários de funcionamento

Canal	Aberto 24 horas	Segunda a Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
Supermercados	Não	08h-21h	06h-21h	08h-21h	11h-17h
Minimercados	Não	09h-19h	09h-19h	09h-19h	Fechado
Lojas de postos de gasolina	Não	09h-19h	09h-19h	09h-19h	09h-17h
Mercados ao ar livre	Não	09h-18h	09h-18h	09h-18h	10h-16h
Lojas de conveniência	Não	08h-21h	08h-21h	08h-21h	11h-20h

*Tabela 4 – Horários de funcionamento de principais tipos de varejo  
Fonte: Euromonitor International*

Uma das principais vantagens do varejo urbano sobre o informal é o intervalo mais longo de abertura: enquanto lojas “tradicionais” tendem a fechar às 18h ou 19h, lojas “modernas” podem fechar às 21h, com algumas opções oferecendo serviço 24h, como farmácias. O principal entrave é a garantia de segurança para poderem permanecer em funcionamento após o escurecer. A modalidade de funcionamento de 24 horas está se tornando comum na Nigéria, mais comumente em Abuja, onde a

maior segurança permite o exercício comercial à noite e durante a madrugada. É de se esperar que com a crescente urbanização e a migração de mais jovens para o ambiente metropolitano, mais lojas adiram a horários mais longos de trabalho, com mais turnos disponíveis.

### **7.3.2. Opções de Pagamento**

O principal modo de troca no comércio nigeriano ainda é o dinheiro físico, de papel, mas o uso do cartão de débito e crédito está se tornando mais comum. A principal resistência é a falta de confiança do lojista e do consumidor em métodos eletrônicos por receio de fraude, porém a tendência principal é de diminuição do ceticismo e aumento da utilização de meios alternativos.

Usar celular é comum na Nigéria, contudo ainda não há o costume de realizar pagamentos digitais para processar compras, com a importante exceção de serviços ligados às telecomunicações. A introdução de métodos eletrônicos operados pelas empresas emissoras de cartões de créditos através do celular pode alterar a percepção do consumidor.

Compras on-line têm um nível extra de dificuldade, com clientes preferindo pagar pela compra somente no momento da entrega, devido à falta de confiança no sistema de pagamento e na empresa de transporte, que é frequentemente terceirizada.

Alternativas de pagamento buscam incluir o consumidor que não confia no sistema bancário ao oferecer ambientes diretos de transação sem intermédio de companhias terceiras e sem o envio de dados do banco e de identificação, prevenindo fraudes de identidade e bancárias. A principal opção é o KongaPay, cujo uso é restrito às principais cidades, mas que contém importante potencial de crescimento.

### **7.3.3. Prática de negócio**

O estilo de negócio na Nigéria é mais tradicional e menos horizontal que no Brasil, por exemplo. Companhias nigerianas tendem a ser fortemente hierárquicas, com menos estilo de consenso e mais processos de decisão direta, de cima pra baixo. Em contrapartida, relacionamentos de longo prazo são valiosos e, dentro do ambiente de negócios, pode ser importante manter contatos menos formais e mais pessoais, a fim de construir uma relação de confiança mútua e longínqua.

Além de ser um país com uma reputação de corrupção e dificuldades burocráticas, o ambiente nigeriano ainda é fortemente ligado a tradições culturais locais. É difícil encontrar mulheres em posições de chefia, por exemplo. Em encontros entre homens, é comum que haja um firme aperto de

mão, mas em encontros de negócios entre um homem e uma mulher é mais costumeiro um aceno de cabeça por conta da reticência do muçulmano em promulgar contato entre pessoas de gêneros opostos.

# 8. Ambiente de Investimentos

## 8.1. Governança

A Nigéria possui uma estrutura de governo, a princípio, semelhante à brasileira ou a dos Estados Unidos, país que foi inspiração para sua estruturação governamental. Oficialmente chamada de República Federal da Nigéria, é dividida em três esferas:

- A esfera *federal*, ou nacional, com o Presidente da Nigéria, a Assembleia Nacional e a Suprema Corte, com a maioria de órgãos e repartições públicas instalada em Abuja, a capital federal desde os anos 1990;
- A esfera *estadual*, em que cada estado contém seu governador, sua assembleia estadual e seu sistema judiciário, para cada um dos 36 estados nigerianos (à semelhança do Distrito Federal brasileiro, o Território da Capital Federal não é um estado, e fica sob supervisão do governo federal);
- E a esfera *local*, em que cada LGA é governada por um conselho com seu Chefe Executivo.

Diferentemente do Brasil, por exemplo, as LGAs não correspondem às grandes cidades. Metrôpoles como Lagos, Abuja e Cano são subdivididas em dez ou mais LGAs, correspondendo, a grosso modo, a distritos metropolitanos.

O peso do governo federal é extremamente importante na Nigéria, haja vista que o petróleo tem papel essencial na produção interna e na formação de sua balança comercial. O próprio governo tem conhecimento da sua importância central no desenvolvimento econômico local e propõe periodicamente planos de desenvolvimento. O mais recente é o Plano de Crescimento e Recuperação Econômica 2017-2020, o qual explica que “o papel do governo no século 21 deve evoluir de ser um provedor total das necessidades dos cidadãos para uma força de eliminação de gargalos que impedem inovação e soluções de mercado”.

Em termos políticos, há dois grandes partidos na Nigéria, que se revezam no poder e na oposição. O Congresso de Todos os Progressistas (*All Progressives Congress*), ou APC, é a maior denominação da centro-esquerda no país, além de ser o partido do presidente atual, Muhammadu Buhari. Seu principal

opponente, o Partido Democrático Popular (*People's Democratic Party*), ou PDP, é a maior legenda da centro-direita e venceu todas as eleições presidenciais entre 1999 e 2011. A *Economist Intelligence Unit* considera que esses dois partidos devem ser hegemônicos pelo futuro próximo no país.

O sistema legal federal da Nigéria é baseado na *common law* britânica, em razão da influência do Reino Unido na colonização e no sistema público desse país. Diferentemente do sistema de direito civil vigente no Brasil, por exemplo, as prerrogativas judiciárias nigerianas são decididas por precedências de julgamentos anteriores, em vez de um código civil tipificado (jurisprudência). Em nível estadual, todavia, há a possibilidade de incorporação de outras formas de sistema legal, sendo o mais proeminente deles a adoção da xaria islâmica como corpo de lei em 12 dos 36 estados, o que corresponde a todos estados do norte da Nigéria, onde há predominância do islamismo. A blasfêmia, por exemplo, é considerada crime punível não só nesses locais e regime, mas também na lei comum nigeriana, a nível federal. A homossexualidade também é encarada como tabu social e a lei considera demonstração homossexual como ilegal e passível de ser punida. LGBTs não possuem direitos e são estigmatizados, principalmente fora das principais cidades.

Desde 2019, a Nigéria conta com a Lei Federal de Proteção ao Consumidor e de Concorrência (*Federal Competition and Consumer Protection Act*), um dispositivo de proteção ao consumidor à semelhança do Código de Proteção ao Consumidor brasileiro. A lei é recente, mas garante acesso à informação clara, honesta e adequada sobre preços, direito de cancelamento de reservas, rejeição de uma compra antes de sua conclusão, entre outras. A Comissão Federal de Proteção ao Consumidor e à Concorrência (*Federal Competition and Consumer Protection Commission*) é um comitê do Ministério do Comércio que decide sobre esses casos, podendo punir as empresas que violem a lei.

## 8.2. Corrupção

Um dos maiores entraves ao desenvolvimento econômico nigeriano está em sua corrupção política e econômica. A *Economist Intelligence Unit*, por exemplo, classificou a Nigéria, em 2019, como um regime híbrido entre uma democracia e uma autocracia, com índice geral de 4,12 de 10, por conta da corrupção política, fraudes eleitorais, pouca participação política e insuficiente clareza institucional a respeito de leis. O Brasil, como comparação, é classificado como democracia falha, com índice geral de 6,86 em 2019. Neste mesmo ano, o Índice de Percepção de Corrupção (*Corruption Perception Index*), da Transparência Internacional, apontou a Nigéria na posição 146 de 180 (o Brasil está posicionado no

106º lugar). Quanto melhor a posição de um país nesse ranking, menor sua corrupção local.

A centralização política excessiva da Nigéria é apontada como problema, devido ao passado político do país que viu dois regimes militares emergirem em intervalos distintos e mantém, ainda hoje, um sistema presidencialista que é caracterizado por “completo unitarismo e centralismo fiscal absoluto”. A centralização orçamentária permite esquemas de desvio de recursos de órgãos estatais com pouca supervisão de observadores civis, inclusive envolvendo a estatal petrolífera NNPC.

Fraudes eleitorais também são vistas, o que, por sua vez, resultam em episódios de violência social causada por motivações políticas. As últimas eleições gerais da Nigéria, em 2019, foram marcadas por tal violência, intimidações e até pela proibição de observadores internacionais acompanharem os pleitos no país.

A corrupção acontece igualmente em níveis locais, como em organizações de segurança pública, até mesmo polícias, que cobram propinas e praticam extorsão. Governos, inclusive o federal, têm lançado iniciativas de combate à corrupção e de investigação de denúncias, como a Comissão Nigeriana de Crimes Financeiros e Econômicos, a EFCC (*Nigerian Economic and Financial Crimes Commission*), um órgão com ação semelhante à COAF brasileira. Mesmo assim, a percepção de corrupção no país não melhorou sensivelmente nos últimos anos. Um estudo de 2016 da PricewaterhouseCoopers (PwC) estimou que, em 2030, até 37% do PIB da Nigéria poderia estar comprometido pela corrupção se nenhuma atitude fosse tomada para reverter o crescimento dela – o equivalente a US\$2.000 por nigeriano naquele ano. Outro estudo, da Carnegie Endowment for International Peace, indica que setores como petróleo, comércio, industrial, agrícola, infraestrutura, energia, bancário e ambiental contêm problemas complexos com corrupção, criando dificuldades para a geração de riquezas; e a falta de investimento em setores como o educacional, humanitário e de saúde pública impedem o desenvolvimento humano da população nigeriana, dificultando a mobilidade social do país.

A corrupção também é ferramenta importante para acesso a privilégios com o setor público, como a doação de presentes para a consagração de contratos e o desvio de verbas para servidores públicos pela manutenção da boa relação entre empresa e governo. Empresas também correm o risco de ter de pagar suborno e proteção para oficiais de segurança pública, em particular policiais. Sendo assim, companhias operando na Nigéria podem encontrar dificuldades de obter decisões da justiça, por causa da morosidade do serviço público e da falta de funcionários para facilitar e apressar o projeto. Fiscais

públicos também podem aproveitar da situação complexa para cobrar suborno, a fim de auxiliar na cobrança menor de impostos e no desembaraço de problemas fiscais e jurídicos.

## 8.3. Setores de Investimento

A maior população e a maior economia do continente africano tendem a ser bastante atrativas para investidores internacionais interessados em desembarcar capitais no continente, o que faz da Nigéria um dos principais destinos de investimento externo direto (IED) de toda a África.

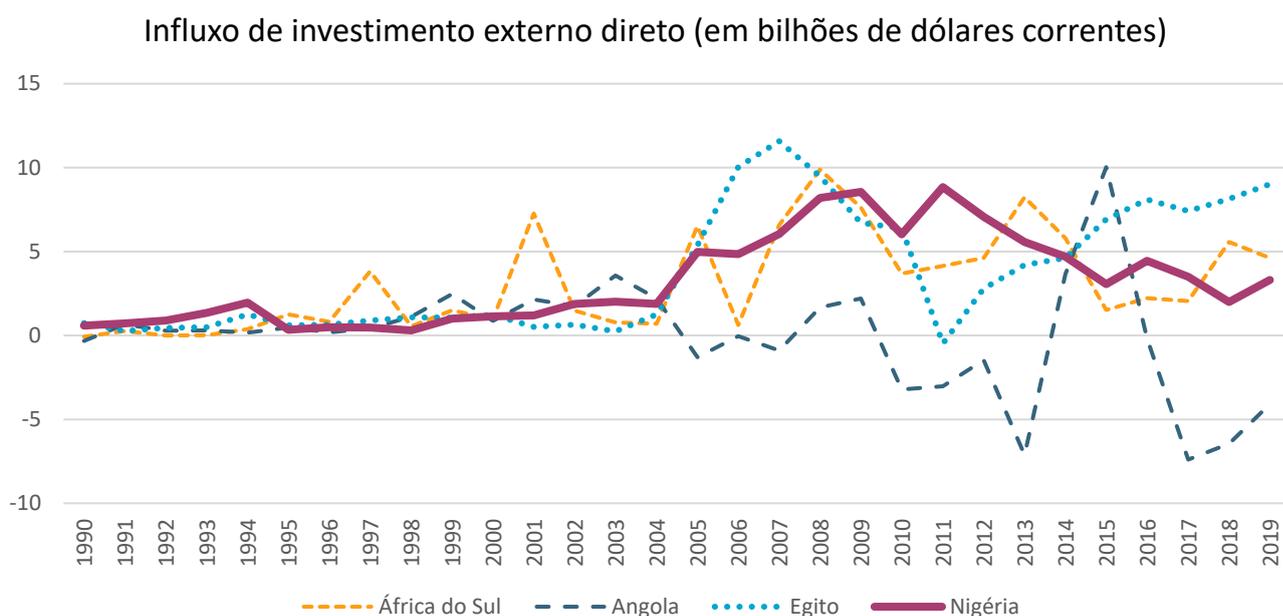


Gráfico 16 – Influxo de investimento externo direto em diferentes países africanos  
Fonte: Banco Mundial

### 8.3.1. Infraestrutura

Uma das maiores barreiras para o desenvolvimento econômico da Nigéria é a existência de gargalos na infraestrutura do país, dificultando o transporte de bens e a manutenção de serviços essenciais. Um estudo da consultoria Deloitte aponta que a infraestrutura instalada no país corresponde a 35% do seu PIB, um valor muito baixo se for comparado, por exemplo, com a África do Sul (87% do PIB).

Dentro do ERGP, o governo federal propõe o investimento de US\$30 bilhões no setor de infraestrutura e a atração de mais de US\$3 trilhões em investimento interno e externo. De particular potencial, é possível destacar a infraestrutura elétrica, que é subutilizada graças à carência de investimento público e privado no setor e, portanto, não é confiável: estima-se que mais de 40% dos estabelecimentos comerciais na Nigéria tenham um gerador secundário, usualmente movido a diesel, para manter os

negócios em funcionamento quando a geração nacional de eletricidade falhar. As regiões rurais têm ainda mais dificuldade por serem remotas e frequentemente não terem acesso à estrutura nacional.

O governo nigeriano chegou a alocar US\$180 milhões de dólares na Autoridade Hidroviária Interna Nacional (*National Inland Waterway Authority*) para adquirir navios, construir portos fluviais e melhorar o acesso a rios menores no país. As aplicações ainda não deram muitos frutos, com obras atrasadas e dificuldades burocráticas impedindo a retomada dos investimentos.

### **8.3.2. Indústria automotiva**

O setor de produção de automóveis já foi decisivo para a indústria nigeriana no passado, mas a dependência excessiva do petróleo levou os recursos dos investidores para a extração mineral, sucateando o parque industrial automobilístico. Sendo assim, desde 2014 o governo federal usa o Plano de Desenvolvimento da Indústria Automotiva Nacional (*National Automotive Industry Development Plan*) ou NAIDP, para reanimar o investimento neste setor e criar condições mais atrativas para a instalação de novas fábricas e máquinas na Nigéria. O governo aumentou concomitantemente tarifas de importação de automóveis, a fim de estimular a produção e o consumo local.

O plano colheu alguns frutos, com empresas como Nissan e Hyundai tendo estabelecido fábricas no país, e empresas de tecnologia local, como a Innoson, se modernizando e construindo uma imagem interna de confiança. O Conselho Nacional de Desenvolvimento e Design Automotivo (*National Automotive Design and Development Council*), uma entidade de classe, estimou no começo de 2020 que tinha sido atraído mais de US\$1 bilhão para o setor automobilístico em um ano. O governo federal está tentando negociar a diminuição da tarifa de importação de automóveis estrangeiros de 35% para 5%, em um esforço para facilitar a entrada de veículos na Nigéria e diminuir o preço do automóvel e, conseqüentemente, baratear o custo do transporte no país.

### **8.3.3. Tecnologia**

O consumidor nigeriano é um ávido por soluções digitais, devido à capacidade destes produtos de oferecerem serviços que o poder público nem sempre consegue, o que faz do investimento em tecnologia um dos mais atrativos no país. Yaba, um distrito em Lagos, é considerada o Vale do Silício nigeriano, também conhecido como *Yabacon Valley*. A oferta de dois câmpus universitários no bairro, a emergência de uma classe média e a proximidade do centro de Lagos fazem de Yaba um poderoso

atrativo para investimentos no setor.

A Nigéria tem conseguido captar importantes aplicações nessa esfera, com a estimativa de que, em 2017, um terço do capital investido em *startups* na África tenha sido destinado ao país (US\$63 milhões). Apesar do grande número de habitantes com acesso a telefonia celular, o mercado digital ainda é incipiente, e não faz parte da cultura do nigeriano, que tende a desconfiar da compra de bens e serviços em um ambiente on-line. Iroko, a principal distribuidora de filmes de Nollywood, a indústria multimilionária de cinema nigeriana, foi fundada como uma *startup* em Yaba, bem como a Paystack, uma *fintech* voltada para pagamentos digitais.

#### **8.3.4. Agricultura**

Apesar de ser o maior mercado consumidor da África e de ter uma vasta extensão de terra cultivável (aproximadamente 37% do território nigeriano é considerado cultivável, comparado com 9% do território brasileiro, por exemplo), a Nigéria tem dificuldade em ter um setor agrícola produtivo, com uma parcela abundante dele sendo de subsistência, de baixa produtividade. Não só isso, a crescente demanda por alimentos, graças ao aumento da população urbana, pressiona a produção de itens alimentícios de primeira necessidade – a Nigéria é o maior importador de arroz e trigo do continente africano, ainda que seja um grande produtor dos dois itens.

O governo nigeriano tem agido para fortalecer a capacidade produtiva agrícola do país, com reservas de mercado (como barreiras à importação de arroz, por exemplo) e estímulos ao investimento produtivo do setor. Há planos, por exemplo, para incentivar a produção de média e grande escala, em comparação com as produções menores, de núcleos familiares e pequenas comunidades, facilitando a aquisição de capital para terras, oferecendo subsídios para certas plantações e ofertando fertilizantes e agroquímicos.

## 9. Recomendações para Empresas Brasileiras

O mercado nigeriano é composto por uma grande população que está gradualmente adotando práticas de consumo ocidentalizadas, especialmente nas grandes cidades como Lagos, Abuja e Cano. A tendência para os próximos anos é que a crescente urbanização e saída de moradores das áreas rurais em direção às grandes cidades, assim como o aumento natural da população, gerem um mercado consumidor interessante e com demanda por produtos industrializados e importados, abrindo espaço para empresas brasileiras atuarem na Nigéria. Segmentos como o de cosméticos, no qual o Brasil se destaca pela qualidade de seus produtos e adequação à população nigeriana majoritariamente negra, devem ser observados e estudados com atenção pelo exportador.

Em termos amplos, o governo nigeriano tem lançado medidas para incentivar a diversificação da economia, principalmente mirando na automatização e uso de tecnologias para produtividade agrícola, além de obras de infraestrutura em diversas frentes. Devido ao clima relativamente similar e à experiência bem-sucedida do Brasil como um dos maiores produtores e exportadores agrícolas globais, a Nigéria o vê como um exemplo a ser mirado no desenvolvimento dessa frente de negócios e pode contar com produtos e serviços provenientes do país. Desta maneira, as oportunidades se apresentam tanto em segmentos B2C (*business-to-consumer*) como B2B (*business-to-business*).

Apesar do mercado interno com grande potencial, a economia da Nigéria é extremamente baseada na extração de petróleo e está sujeita a choques externos, como aqueles ocorridos entre fins de 2019 e início de 2020, derrubando a capacidade de compra e de investimento. As limitações ao uso de moeda estrangeira para o comércio de alguns gêneros de produtos, bem como um cenário no qual boas práticas de negócio ainda são incipientes e rudimentares, tornam o mercado nigeriano complexo. Desta maneira, é recomendável a seleção de um parceiro local credenciado que possa auxiliar nos processos de importação e na exploração dos canais de venda modernos, como supermercados e hipermercados, mas, principalmente, dos tradicionais, como os grandes mercados abertos (*open markets*). Utilizar-se dos apoios de representações brasileiras na Nigéria, como a Embaixada do Brasil em Abuja, é importante para se certificar de que os principais caminhos de negócio estão sendo observados.

# 10. Anexos

## 10.1. Contatos

### **Embaixada do Brasil em Abuja**

324 Diplomatic Drive, Central Business District, Garky, Abuja

Telefone: +234 803 659 0806

E-mail: [brasemb.abuja@itamaraty.gov.br](mailto:brasemb.abuja@itamaraty.gov.br)

Site: <http://abuja.itamaraty.gov.br/pt-br/>

### **Consulado-Geral do Brasil em Lagos**

257, Kofo Abayomi Street, Victoria Island, Lagos

Telefone: +234 1 271 0351

E-mail: [cg.lagos@itamaraty.gov.br](mailto:cg.lagos@itamaraty.gov.br)

Site: <http://lagos.itamaraty.gov.br/pt-br/>

### **Embaixada da Nigéria em Brasília**

SEN Avenida das Nações, Lote 5, Asa Norte, Brasília, DF

Telefone: +55 61 2106 0500

Site: <http://nigerianembbrasil.gov.ng/staff/>

### **Setor de Promoção Comercial de Abuja**

324 Diplomatic Drive, Central Business District, Garky, Abuja

Telefone: +234 9461 8688

E-mail: [secom.abuja@brasilglobalnet.gov.br](mailto:secom.abuja@brasilglobalnet.gov.br)

### **Setor de Promoção Comercial de Lagos**

257 Kofo Abayomi Street, Victoria Island, Lagos

Telefone: +234 1 462 8958

E-mail: [cg.lagos@itamaraty.gov.br](mailto:cg.lagos@itamaraty.gov.br)

**Câmara de Comércio Nigéria Brasil**

21 Bourdillon Road, Ikoyi, Lagos

Telefone: +234 070 4148 4010

E-mail: [nbccindustry@gmail.com](mailto:nbccindustry@gmail.com)

Site: <http://www.nigeriabrazilchamber.com>

**Câmara de Comércio e Indústria de Lagos**

1 Idowu Taylor Street, Victoria Island, Lagos

Telefone: +234 1 277 1557

Email: [lcci@lagoschamber.com](mailto:lcci@lagoschamber.com)

Site: <https://www.lagoschamber.com/>

**Associação de Importadores da Nigéria**

City Plaza, Winb B, 2nd Floor, Garki II, Abuja

Telefone: +234 080 9759 6655

Email: [info@iman-ng.org](mailto:info@iman-ng.org)

**Ministério da Indústria, Comércio e Investimento**

Old Secretariat, Garki I, Abuja

Telefone: +234 1 644 3742

Email: [info@fmiti.gov.ng](mailto:info@fmiti.gov.ng)

Site: <http://nid.fmiti.gov.ng/>

**Ministério das Relações Exteriores da Nigéria**

Tafawa Balewa Building, Federal Secretariat, CBD, Abuja

Telefone: +234 084 666 876

Email: [info@foreignaffairs.gov.ng](mailto:info@foreignaffairs.gov.ng)

Site: <https://www.foreignaffairs.gov.ng/>

### **Banco Central da Nigéria**

Plot 33, Abubakar Tafawa Balewa Way, Central Business District, Abuja

Telefone: +234 700 225 5226

Email: [contactcbn@cbn.gov.ng](mailto:contactcbn@cbn.gov.ng)

Site: <https://www.cbn.gov.ng/>

### **Comissão Nigeriana de Promoção de Investimentos**

Plot 1181 Aguiyi Ironsi Street, Maitama, Abuja

Telefone: +234 09 2900059

Email: [infodesk@nipc.gov.ng](mailto:infodesk@nipc.gov.ng)

Site: <https://nipc.gov.ng/>

### **Agência Nacional para Controle e Administração de Alimentos e Drogas**

NAFDAC Corporate Headquarters, Plot 232, Olusegun, Obasanjo Way, Zone 7, Wuse, Abuja

Telefone: +234 01 4609750

Email: [nafdac@nafdac.gov.ng](mailto:nafdac@nafdac.gov.ng)

Site: <https://www.nafdac.gov.ng/>

### **Conselho Nacional de Embarcadores**

4 Otunba Ayodele Soyode Lane, Apapa, Lagos

Telefone: +234 0 90 9007 7334

Email: [nsc@shipperscouncil.gov.ng](mailto:nsc@shipperscouncil.gov.ng)

Site: <https://www.shipperscouncil.gov.ng/>

## 10.2. Fontes

- Agência Brasil (<https://agenciabrasil.ebc.com.br/>)
- AllAfrica (<https://allafrica.com/>)
- Anadolu Agency (<https://www.aa.com.tr>)
- Asoko Insights (<https://www.asokoinsight.com/>)
- Associated Press (<https://apnews.com/>)
- Auto Parts Africa (<https://www.auto-parts-africa.com/>)
- Banco Mundial (<https://www.worldbank.org>)
- Bank for International Settlements (<https://www.bis.org/>)
- BBC (<https://www.bbc.com/>)
- Bloomberg (<https://www.bloomberg.com/>)
- Business Day (<https://businessday.ng>)
- Buzz Nigeria (<https://buzznigeria.com/>)
- Carnegie Endowment for International Peace (<https://carnegieendowment.org/>)
- Central Bank of Nigeria (<https://www.cbn.gov.ng/>)
- Centro Europeu de Gerenciamento de Políticas de Desenvolvimento (<https://ecdpm.org/>)
- CIA World Factbook (<https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/nigeria/>)
- Climate Scorecard (<https://www.climatescorecard.org>)
- Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation (<https://www.csiro.au/>)
- Comunidade Econômica dos Estados da África Ocidental (<https://www.ecowas.int/?lang=pt-pt>)
- Council on Foreign Relations (<https://www.cfr.org/>)
- Covenant University (<https://www.covenantuniversity.edu.ng/>)
- Deloitte (<https://www2.deloitte.com/ng/en.html/>)

- Deutsche Welle (<https://www.dw.com/en/>)
- DMI Digital Marketing (<https://dmidigitalmarketingagency.medium.com/>)
- Economic Development & Institutions (<https://edi.opml.co.uk/>)
- Economist Intelligence Unit (<https://www.eiu.com/n/>)
- Estado de S.Paulo (<https://www.estadao.com.br/>)
- Expat Arrivals (<https://www.expatarivals.com/>)
- Expat.com (<https://www.expat.com/>)
- GAN Integrity (<https://www.ganintegrity.com/>)
- Global Economy (<https://www.theglobaleconomy.com/>)
- Harvard Business Review (<https://hbr.org>)
- Index Mundi (<https://www.indexmundi.com/>)
- Infoguide Nigeria (<https://infoguidenigeria.com/>)
- International Data Corporation (<https://www.idc.com/>)
- International Food Policy Research Institute (<https://www.ifpri.org/>)
- Jornal de Uberaba (<https://jornaldeuberaba.com.br/>)
- Knoema (<https://knoema.com>)
- Logistics Capacity Assessment (<https://dlca.logcluster.org/>)
- Medic West Africa (<https://www.medicwestafrica.com/en/home.html>)
- Ministério das Relações Exteriores do Brasil (<https://www.gov.br/mre/pt-br>)
- Ministry of Budget and National Planning (<https://www.budgetoffice.gov.ng/>)
- Ministry of Trade, Industry and Investment (<http://nid.fmiti.gov.ng/>)
- Nairaland (<https://www.nairaland.com>)
- National Animal Production Research Institute (<https://napri.gov.ng/>)
- National Sugar Development Council (<https://www.nsdcnigeria.org/>)

- Nigeria Customs Service (<https://customs.gov.ng/>)
- Nigeria Extractive Industries Transparency Initiative ([https://eiti.org/es/implementing\\_country/32](https://eiti.org/es/implementing_country/32))
- Nigerian Finder (<https://nigerianfinder.com/>)
- Organização das Nações Unidas (<https://www.un.org/en/>)
- Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (<http://www.fao.org/home/en/>)
- Organização Mundial do Comércio (<https://www.wto.org/index.htm>)
- Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (<https://www.oecd.org/>)
- Premium Times (<https://premiumtimesng.com/>)
- PricewaterhouseCoopers (<https://www.pwc.com/ng/en/>)
- Proshare (<https://www.proshareng.com/>)
- Pulse (<https://www.pulse.ng/>)
- Quartz Africa (<https://qz.com/africa/>)
- Research Gate (<https://www.researchgate.net>)
- Reuters (<https://www.reuters.com/>)
- SAGE Publishing (<https://journals.sagepub.com/>)
- Société Générale (<https://www.societegenerale.com/fr>)
- Surya Capital (<http://www.suryacapital.com/>)
- The Culture Trip (<https://theculturetrip.com/>)
- The Economist (<https://www.economist.com/>)
- The Guardian (<https://guardian.ng>)
- The Poultry Site (<https://www.thepoultrysite.com/>)
- Thompson Reuters (<https://uk.thomsonreuters.com/>)

- Transparência Internacional (<https://transparenciainternacional.org.br/>)
- United States Department of Agriculture (<https://www.usda.gov/>)
- United States Department of Commerce (<https://www.trade.gov/>)
- VOA News (<https://www.voanews.com/>)
- Walden University (<https://www.waldenu.edu/>)
- World Business Culture (<https://www.worldbusinessculture.com/>)
- World Oil (<https://www.worldoil.com/>)
- Yahoo! News (<https://www.yahoo.com/news>)

MINISTÉRIO DAS  
RELAÇÕES EXTERIORES

