

中国

MISSÃO EMPRESARIAL CHINA 2023 **CIIE**

MANUAL DO PARTICIPANTE



Rede CIN
Rede Brasileira de Centros
Internacionais de Negócios



Confederação Nacional da Indústria
PELO FUTURO DA INDÚSTRIA

apexBrasil

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS



SUMÁRIO

05	APRESENTAÇÃO
07	CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO 2018
08	MAPA - CIIE 2018
09	DADOS DA CIIE 2023
11	CHINA
11	DADOS GERAIS
12	GEOGRAFIA E CLIMA
12	XANGAI
14	CONTEXTO ECONÔMICO E COMERCIAL DA CHINA
16	INDICADORES ECONÔMICOS - CHINA
23	E-COMMERCE
26	INFORMAÇÕES PRÁTICAS
26	COMUNICAÇÕES
27	APLICATIVOS E REDES
31	ETIQUETA E CULTURA DE NEGÓCIOS
32	ENERGIA ELÉTRICA
32	MÉTODOS DE PAGAMENTO
33	CÂMBIO DE MOEDAS
33	SAÚDE
34	CHECKLIST
35	CONTATO ÚTEIS



APRESENTAÇÃO

A **Missão Empresarial à China – CIIE 2023** é articulada pela FIESP e realizada por meio da Rede Brasileira de Centros Internacionais de Negócios – Rede CIN, em caráter nacional. O objetivo da ação é propiciar às empresas brasileiras prospecção de oportunidades para promover a exportação de produtos e marcas brasileiras à China.

Coordenada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), a Rede Brasileira de Centros Internacionais de Negócios (Rede CIN) trabalha pela internacionalização de empresas brasileiras. Por intermédio de uma rede que agrega conhecimento e competências em 27 Centros Internacionais de Negócios espalhados pelo país, a Rede CIN oferece assessoria a empresas brasileiras para lançarem-se no mercado internacional.

Com o apoio da Rede CIN, as empresas adquirem o *know-how* e as condições desejáveis para uma entrada segura e bem-sucedida em mercados globais cada vez mais competitivos.

A Missão Empresarial à China – CIIE 2023 é uma iniciativa em que as empresas brasileiras terão a oportunidade de conhecer e prospectar *in loco* tendências de mercado, preferências dos consumidores, avaliação de concorrentes e oportunidades para a inserção de produtos dos mais variados segmentos na China, além de possíveis formas e canais de acesso e distribuição. O participante também receberá informações sobre exigências técnicas e regulatórias para a exportação, incluindo adaptações necessárias para inserção de novos produtos no mercado chinês e sobre o já consolidado mercado *e-commerce*.

A programação da missão compreenderá webinars e workshops preparatórios, seminário sobre como fazer negócios e acessar o mercado da China, visitas técnicas e visitas guiadas à feira China International Import Expo 2023, com o apoio de intérpretes e apoio logístico.



CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO 2023

A *China International Import Expo (CIIE)* é uma iniciativa de grandes proporções anunciada em 2017 pelo Presidente da China, Xi Jinping, e organizada pelo Ministério do Comércio do país (MOFCOM) para promover as exportações de produtos estrangeiros na China, segundo maior mercado consumidor e importador de todo o mundo. Desde 2018, a feira tem sido o principal evento mundial com foco exclusivo em importação de produtos estrangeiros.

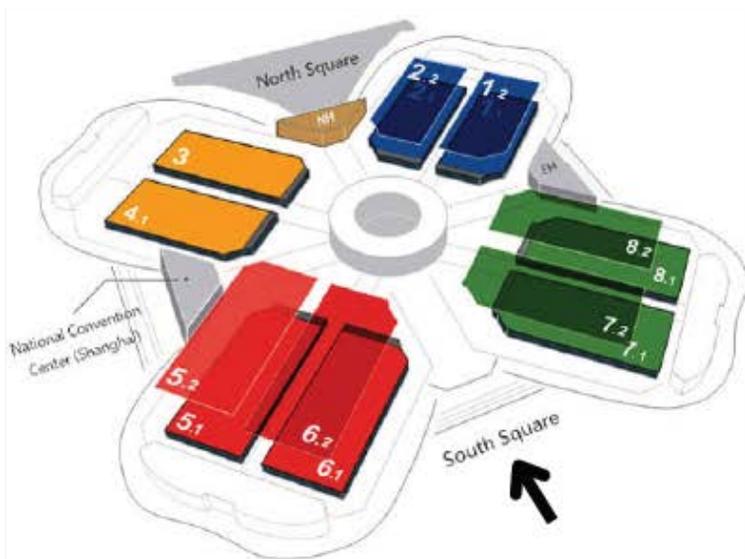
A sexta edição da *China International Import Expo* ocorrerá de 5 a 10 de novembro, no National Exhibition and Convention Center (NECC).

A CIIE possibilita aos visitantes o conhecimento *in loco* sobre tendências de mercado, preferências dos consumidores e expansão do networking na China.

De acordo com a organização, na edição de 2022, participaram mais de 145 países, regiões e organizações internacionais, contando com mais de 2800 expositores. A expectativa de realização de negócios durante a 5ª CIIE foi de 73,52 bilhões de dólares. Destaca-se também que a feira se destina a expositores estrangeiros, não sendo permitido a exposição por empresas chinesas.

A participação brasileira na feira se dará no Pavilhão de Alimentos e Bebidas.

MAPA - CIIE 2023



1 E 2.2 ALIMENTOS E AGRO

5 E 6. BENS DE CONSUMO

2.1. AUTOMÓVEIS

7 E 8.1. MÉDICO-HOSPITALAR

3 E 4.1 INDÚSTRIA
INTELIGENTE E TECNOLOGIA
DA INFORMAÇÃO

5 E 6. BENS DE CONSUMO

PAVILHÃO DE INOVAÇÃO

DADOS DA CIIE 2023

DATA	05 a 10 de novembro de 2023
HORÁRIO	9h às 18h
LOCAL	National Exhibition and Convention Center (Shanghai) (NECC)
ENDEREÇO	333, Songze Avenue, Qingpu District, Shanghai 上海市青浦区崧泽大道333号



CHINA

DADOS GERAIS

- **Área:** 9.596.960 km²
- **Capital:** Pequim (Beijing)
- **Chefe de Estado:** Presidente Xi Jinping (desde Março de 2013)
- **Chefe de Governo:** Primeiro Ministro Li Keqiang (desde Março de 2013)
- **Código telefônico internacional:** +86
- **Idioma oficial:** Mandarim
- **População (est. 2023):** 1,41 bilhão de habitantes
- **População Urbana (est. 2018):** 59.2%
- **Religiões:** Budismo (18%), Cristianismo (5%), Islamismo (2%), outras ou sem religião (74%)
- **Moeda:** Renminbi (yuan)
- **PIB (est. 2023):** US\$ 19,4 trilhões | **PIB per capita:** US\$ 13,72 mil (dólares correntes)
- **Composição PIB:** Agricultura (7,9%) / Indústria (40,5%) / Serviços (51,6%)

GEOGRAFIA E CLIMA¹

Cobrando um território de 9,6 milhões de km², a República Popular da China é o 4º maior país do mundo em área territorial, e o maior em número de habitantes, possuindo mais de 20% da população mundial. O país apresenta fronteiras terrestres com 14 países e extensão litorânea de 20 mil km ao longo do Oceano Pacífico. O relevo do país é bastante irregular, alto a oeste e baixo a leste. O país possui sete montanhas com altura superior a 7 mil metros, incluindo o Everest, na fronteira com o Nepal.

Atualmente, as divisões administrativas chinesas compreendem 23 províncias, 5 regiões autônomas, 4 municípios centrais e duas regiões administrativas especiais, Hong Kong e Macau.

Por sua grande extensão, a China apresenta climas muito diversos, de tropical ao sul à subártico ao norte. Shanghai possui clima ameno e úmido, uma vez que está próximo ao litoral e ao Rio Yangtze. Durante o outono, que compreende o período de setembro a novembro, as temperaturas são amenas e existem baixas probabilidades de chuva.

XANGAI

Maior cidade chinesa em população (26,32 milhões de habitantes), Shanghai possui grande proeminência internacional nas áreas econômica, financeira, comércio exterior, cultura, ciência e tecnologia, sendo escolhida com grande frequência por empresas como local de entrada no mercado chinês. Estima-se que sua comunidade de expatriados seja composta por 500 mil pessoas². Shanghai apresenta grande facilidade logística e possui o porto com maior movimentação de carga do mundo.

O rio Huangpu divide a cidade em duas regiões: Puxi (oeste do rio) e Pudong (leste do Rio). A região de Puxi, onde está localizado o Consulado-Geral do Brasil em Xangai, é considerada o centro histórico da cidade. É também onde se encontra o Aeroporto Internacional de Hongqiao (SHA). Pudong, por sua vez, é a área mais moderna e planejada de Xangai. Além de abrigar a sede do Novo Banco de Desenvolvimento (NDB), a região conta também com o Pudong International Airport (PVG), principal aeroporto da cidade.

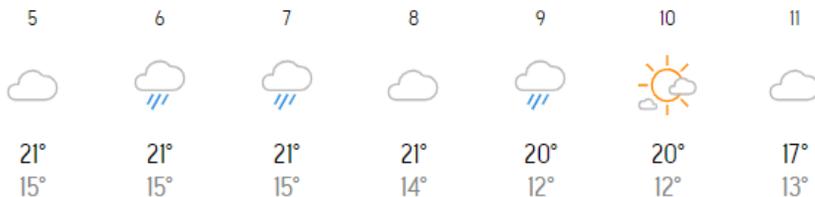
1. Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do Brasil (MDIC), UN Comtrade, Banco Central do Brasil, Apex-Brasil (" Cenário Atual do Setor de Alimentos na China – 2014")

2. APEX



Fonte: Consulado do Brasil em Xangai

As temperaturas em Shanghai durante a semana dos dias 05 a 11 de novembro irão variar entre 21° e 17°



Fonte: AccuWeather.com

CONTEXTO ECONÔMICO E COMERCIAL DA CHINA

A China é a segunda maior economia do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos. Em 2022, o produto interno bruto (PIB) chinês em valores correntes foi de US\$ 17,9 trilhões, o que gerou o equivalente a US\$ 12,6 mil em renda per capita naquele ano. Em comparação com o Brasil, o PIB chinês é dez vezes maior e a renda anual da sua população é 35% superior à média do brasileiro³.

O modelo de crescimento chinês é baseado em planos quinquenais desde 1953. A cada cinco anos, os membros mais graduados (comitê central) do Partido Comunista se reúnem para decidir em quais áreas a economia do país deverá se concentrar nos cinco anos seguintes. O plano de 2011-15 trouxe uma mudança significativa em relação aos anteriores, com propostas de estímulo ao consumo interno e maior atenção no desenvolvimento do interior do país. Antes, os planos se concentravam no desenvolvimento das capacidades industriais e infraestrutura (investimento) e de exportações por meio das zonas econômicas especiais (ZEE) no litoral do país. O plano atualmente em vigor (2021-25) mantém o foco no consumo interno, além de indicar algumas medidas para lidar com o envelhecimento e a urbanização da população.

A centralização administrativa e econômica permitiu que o país adotasse uma política radical de controle da pandemia. Mesmo com as restrições de circulação e funcionamento comercial, a China foi um dos poucos países a registrar um crescimento positivo (2,2%) em 2020. Outros problemas econômicos se seguiram. Em 2021, a construtora Evergrande comunicou o não-pagamento de parte importante de sua dívida corporativa e, desde então, outras companhias do setor também decretaram falência. Em agosto de 2023, o Instituto Nacional de Estatísticas (NBS) da China estimou que existiam 648 milhões de metros quadrados residenciais não-comercializados no país.

O custo da mão-de-obra foi o principal vetor da competitividade chinesa dos últimos 30 anos. Porém, o diferencial de salários com o resto do mundo diminuiu e a China foi bem sucedida em realizar a atualização tecnológica de sua produção. Mesmo que ainda exporte e produza produtos de baixo valor agregado, algumas companhias chinesas se tornaram líderes globais nos setores de biotecnologia, eletrônica e telecomunicações.

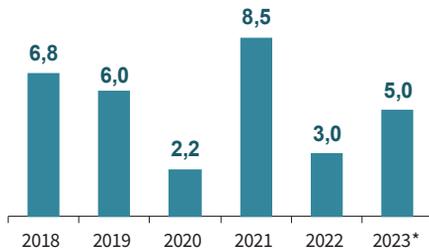
3. Os dados são do Fundo Monetário Internacional (FMI), World Economic Outlook Database.

Por outro lado, a baixa disponibilidade de terras agriculturáveis e sua política de segurança alimentar faz com que a China seja dependente da importação de alimentos e outras commodities agrícolas, especialmente proteína animal e vegetal.

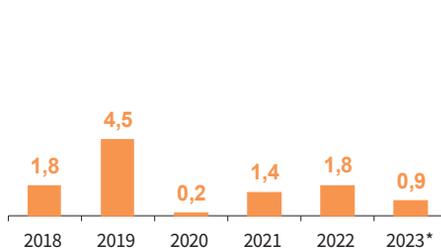
O comércio exterior da China é bastante diversificado e não há concentração significativa em categorias específicas de produtos. Em 2022, as exportações chinesas foram principalmente de plásticos (4%), obras de ferro fundido (3%) e químicos orgânicos (3%). Já as importações se concentraram em minérios (8%), plásticos (3%) e cobre (3%). Os principais parceiros comerciais dos chineses naquele ano foram Estados Unidos (12%), Coreia do Sul (6%) e Japão (6%).

INDICADORES ECONÔMICOS - CHINA

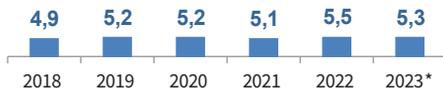
VARIAÇÃO ANUAL DO PIB (%)



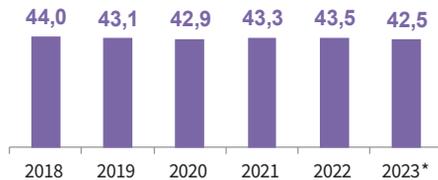
INFLAÇÃO (%) - FIM DE PERÍODO



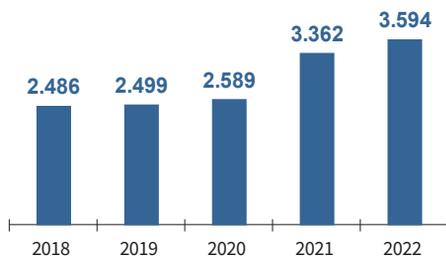
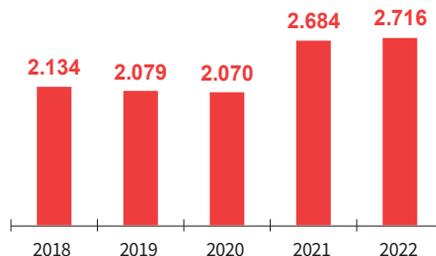
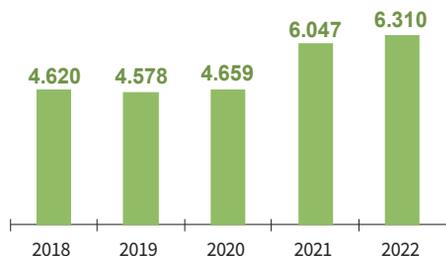
TAXA DE DESEMPREGO (%)



INVESTIMENTOS (% PIB)



Fonte: FMI e UN Comtrade

EXPORTAÇÕES (US\$ BILHÕES)**IMPORTAÇÕES (US\$ BILHÕES)****CORRENTE DE COMÉRCIO (US\$ BILHÕES)****SALDO COMERCIAL (US\$ BILHÕES)**

Fonte: FMI e UN Comtrade

EXPORTAÇÕES 2022		
#Destino	US\$ bi	Part.
1º EUA	582,7	16%
2º Hong Kong	297,5	8%
3º Japão	172,9	5%
4º Coreia do Sul	162,6	5%
5º Vietnã	146,9	4%
6º Índia	118,5	3%
7º Países Baixos	117,7	3%
8º Alemanha	116,2	3%
9º Malásia	93,7	3%
10º Reino Unido	81,5	2%
Outros	1.703,4	47%
Total	3.593,6	100%

Fonte: UN Comtrade.

IMPORTAÇÕES 2022		
#Origem	US\$ bi	Part.
1º Coreia do Sul	199,6	7%
2º Japão	184,4	7%
3º EUA	178,9	7%
4º Austrália	178,9	7%
5º Rússia	178,9	7%
6º Alemanha	111,4	4%
7º Malásia	109,9	4%
8º Brasil	109,5	4%
9º Vietnã	87,9	3%
10º Arábia Saudita	78,0	3%
Outros	1.298,5	48%
Total	2.715,9	100%

Fonte: UN Comtrade.

CORRENTE DE COMÉRCIO 2022		
#Parceiro	US\$ bi	Part.
1º EUA	761,6	12%
2º Coreia do Sul	362,2	6%
3º Japão	357,3	6%
4º Hong Kong	305,3	5%
5º Austrália	257,7	4%
6º Rússia	255,0	4%
7º Vietnã	234,8	4%
8º Alemanha	227,6	4%
9º Malásia	203,6	3%
10º Brasil	171,5	3%
Outros	3.172,9	50%
Total	6.309,5	100%

Fonte: UN Comtrade.

CHINA – COMÉRCIO EXTERIOR EM 2022

EXPORTAÇÕES DA CHINA (2022)		
Setor	US\$ bi	Part.
Plásticos e suas obras	143,5	43%
Obras de ferro fundido	110,3	23%
Produtos químicos orgânicos	101,9	16%
Ferro fundido, ferro e aço	77,3	5%
Produtos diversos das indústrias químicas	47,5	4%
Alumínio e suas obras	42,1	1%
Produtos cerâmicos	32,5	1%
Borracha e suas obras	31,5	1%
Vidro e suas obras	26,7	1%
Embarcações e estruturas flutuantes	26,4	1%
Outros	2954,0	5%
Total	3.593,6	100%

Fonte: UN Comtrade

IMPORTAÇÕES DA CHINA (2022)		
Setor	US\$ bi	Part.
Minérios, escórias e cinzas	224,7	8%
Plásticos e suas obras	75,2	3%
Cobre e suas obras	68,7	3%
Produtos químicos orgânicos	58,1	2%
Ferro fundido, ferro e aço	43,7	2%
Produtos farmacêuticos	39,9	1%
Carnes e miudezas, comestíveis	30,9	1%
Produtos diversos das indústrias químicas	27,9	1%
Cereais	19,5	1%
Peixes e crustáceos, moluscos	18,8	1%
Outros	2108,8	78%
Total	27.321	100%

Fonte: UN Comtrade

COMÉRCIO BILATERAL BRASIL-CHINA EM 2017

BALANÇA COMERCIAL BRASIL - CHINA (US\$ BILHÕES)				
	EXPORTAÇÃO	IMPORTAÇÃO	CORRENTE	SALDO
2017	47,5	27,6	75,0	19,9
2018	63,9	35,2	99,1	28,8
2019	63,4	36,0	99,4	27,3
2020	67,8	34,8	102,6	33,0
2021	87,9	47,7	135,6	40,3
2022	89,4	60,7	150,2	28,7

Fonte: UN Comtrade

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS PARA A CHINA (JAN-SET/23)			
Setor (SH 2 dígitos)	US\$ Mi	Part.	Part. Acum.
Sementes e frutos oleaginosos	32.245	42%	42%
Minérios, escórias e cinzas	14.251	18%	60%
Combustíveis minerais	14.171	18%	79%
Carnes e miudezas, comestíveis	6.251	8%	87%
Pastas de madeira	2.829	4%	90%
Cereais	1.852	2%	93%
Açúcares e produtos de confeitaria	1.149	1%	94%
Ferro fundido, ferro e aço	1.035	1%	96%
Sal; enxofre; terras e pedras, cal e cimento	621	1%	96%
Gorduras e óleos animais ou vegetais	439	1%	97%
Outros	2.329	3%	100%
Total	77.171	100%	

Fonte: Comexstat

IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS PROVENIENTES DA CHINA (JAN-SET/23)			
Setor (SH 2 dígitos)	US\$ Mi	Part.	Part. Acum.
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	11.836	30%	30%
Máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	6.088	15%	45%
Produtos químicos orgânicos	3.673	9%	55%
Veículos automóveis, tratores	1.858	5%	59%
Ferro fundido, ferro e aço	1.763	4%	64%
Plásticos e suas obras	1.367	3%	67%
Produtos diversos das indústrias químicas	1.138	3%	70%
Adubos ou fertilizantes	1.023	3%	73%
Instrumentos e aparelhos de óptica	948	2%	75%
Obras de ferro fundido	881	2%	77%
Outros	8.980	23%	100%
Total	39.554	100%	

Fonte: Comexstat

E-COMMERCE

O cenário do *e-commerce* na China destaca-se como um dos mais dinâmicos e influentes do mundo, caracterizado por um rápido crescimento e uma transformação significativa nas dinâmicas de comércio. Este fenômeno é impulsionado por uma convergência de fatores chave, incluindo urbanização acelerada, ascensão da classe média e a proliferação de dispositivos móveis. Atualmente, a China possui a maior população de compradores digitais do mundo, totalizando quase 850 milhões⁴ e um mercado de varejo que totalizou mais US\$ 2 trilhões em 2022⁵.

A estrutura do *e-commerce* chinês é notadamente moldada pela dominância de plataformas como a JD e Alibaba, que adotam estratégias inovadoras como o modelo online-to-offline (O2O)⁶. Esse modelo não apenas facilita transações online, mas integra experiências offline, estendendo-se desde serviços de pagamento até interações em espaços físicos. Essa abordagem tem se mostrado vital para a criação de uma experiência de compra abrangente e aumentou a fidelidade do consumidor de forma substancial.

A China também se destaca por suas inovações tecnológicas no e-commerce. A incorporação de tecnologias como inteligência artificial, realidade aumentada e big data tem transformado a experiência do usuário, proporcionando personalização e eficiência notáveis. Adicionalmente, o país tem testemunhado uma rápida adoção de estratégias de social commerce e live *e-commerce*, com influenciadores digitais desempenhando um papel significativo na promoção e venda de produtos⁷. Destacam-se na China, plataformas de e-commerce B2B, B2C, C2C, como TMall (Alibaba), JD.com, Pinduoduo, Tiktok.

Esses elementos fazem com que o e-commerce seja visto como uma das estratégias mais importantes para marcas e varejistas, locais e estrangeiras, para garantir seu *market share* no mercado chinês

4. Statista, disponível em <https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/#topicOverview>

5. Escritório Nacional de Estatísticas da China, disponível em http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202302/t20230227_1918979.html

6. Storefront, disponível em <https://www.thestorefront.com/mag/alibaba-leading-the-way-in-merging-online-and-offline-shopping>

7. Forbes, disponível em <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/08/live-commerce-um-mercado-de-us-160-bi-e-muitas-diferencas-entre-brasil-e-china>

Apesar do notável sucesso, o mercado chinês de *e-commerce* enfrenta desafios que incluem questões de privacidade e uma competição intensa. Contudo, a resiliência do setor é evidente na contínua busca por inovação, expansão de mercados e aprimoramento das estratégias logísticas.

O comércio eletrônico transfronteiriço tem sido, sem dúvida, uma das opções para empresas estrangeiras que querem exportar para a China.

O crescimento dos canais de comércio eletrônico na China, especialmente desde a pandemia de COVID-19, apresenta novas oportunidades para que empresas do mundo todo alcancem os consumidores chineses. Os canais de comércio eletrônico transfronteiriço oferecem acesso sem precedentes a mercados em toda a China, graças a melhorias em métodos de entrega, políticas que permitem transações transfronteiriças diretas ao consumidor e isenções de determinados requisitos de registro, rotulagem e testes chineses.

Principais canais de comércio eletrônico transfronteiriço incluem TMall Global & Kaola, JD Worldwide, VIPShop, Suning Global e Little Red Book. Sites maiores, como TMall Global & Kaola, JD Worldwide e VIPShop, compõem mais de 80% do tráfego de comércio eletrônico transfronteiriço na China. Sites menores, como Little Red Book e Suning Global, estabeleceram-se como varejistas transfronteiriços confiáveis em linhas de produtos específicas, como cosméticos, moda, artigos de luxo e eletrodomésticos.

Em 2020, as importações de comércio eletrônico transfronteiriço da China atingiram um valor de US\$ 88,2 bilhões, um aumento de 16,5% em relação a 2019. Mais de 68% dos consumidores chineses consideram produtos estrangeiros como de melhor qualidade, especialmente nas indústrias de moda e beleza, que compõem o maior segmento das importações de comércio eletrônico.

Recentemente, o Conselho de Estado estabeleceu 46 zonas-piloto de comércio eletrônico transfronteiriço, onde as empresas se beneficiam de políticas fiscais preferenciais e procedimentos alfandegários simplificados, elevando o número total de tais zonas para 105. Dependendo do produto, os itens vendidos a consumidores chineses nessas zonas se beneficiam de tarifas de importação reduzidas, diminuindo o imposto total⁸.

8. ITA, US

A ascensão da classe média na China tem impulsionado a demanda por produtos de alta qualidade, mas os consumidores evitam o risco de comprar falsificações. Assim, plataformas de comércio eletrônico transfronteiriço tornaram-se uma opção ideal para adquirir bens estrangeiros.

O número de usuários chineses de e-commerce que importam através do *cross-border e-commerce* atingiu 155 milhões em 2021, com destaque para o consumidor jovem, que possui entre 26 e 40 anos. No primeiro trimestre de 2022, Tmall Global, Kaola e JD Worldwide eram as três principais plataformas de compras online transfronteiriças para consumidores chineses, representando 80% do mercado. Desde 2012, as importações transfronteiriças via e-commerce na China aumentaram mais de dez vezes. Em uma pesquisa de 2021, os compradores chineses preferiam adquirir roupas, cosméticos e alimentos em plataformas de *cross-border e-commerce*⁹.

É importante salientar que, atualmente, não existe uma legislação específica para a administração aduaneira e regulamentação de *cross-border e-commerce*. Dessa maneira, a gestão de procedimentos e tarifas estão sujeitas a jurisdição aduaneira e legal tradicional.

9. Statista

INFORMAÇÕES PRÁTICAS

COMUNICAÇÕES

Chamadas Internacionais e locais podem ser feitas facilmente nos grandes centros chineses. Cartões SIM para uso provisório são facilmente encontrados à venda.

Para chamadas telefônicas a partir da China para o Brasil, o código do país e da cidade deve ser acrescentado e, finalmente, o número desejado:

Ex: **55** (Código do País Brasil) + **11** (Código da Cidade São Paulo, por exemplo) + **XXXX-XXXX** (Número de telefone).

Para chamadas telefônicas diretamente para China, a partir do Brasil, o código do país (+86) deve ser seguido pelo código da localidade desejada:

Ex: **00** (Prefixo Internacional) + **Código da operadora brasileira** + **86** (Código do país - China) + **Código local** + **XXXX-XXXX** (Número de telefone).

CÓDIGO DAS PRINCIPAIS CIDADES	
Shanghai	21
Beijing (Pequim)	10
Guangzhou (Cantão)	20

- A China está onze horas a mais em relação ao horário de Brasília (GMT+8).
- O telefone da polícia chinesa é 110. Para emergências e incêndios, discar 119.

APLICATIVOS E REDES

VPN

- A internet na China é parcialmente censurada. Não é possível acessar alguns sites, como *Facebook*, *Youtube*, *Google*, *Netflix*, *Instagram*, *X* e alguns outros;
- Para o uso de aplicativos como o *Whatsapp*, é necessário a instalação de um aplicativo VPN, que possibilitará o acesso a conteúdo restritos;
- Em geral, os serviços VPN de qualidade são pagos, com diversas opções e preços disponíveis em lojas online para pesquisa. Destacam-se o Astrill e o ExpressVPN, que oferecem uma experiência estável e são facilmente instalados em celulares e computadores. Além disso, aplicativos e programas populares da *Apple*, *Microsoft* e *Android*, como *Skype*, *Microsoft Teams* e *FaceTime*, geralmente operam sem problemas e sem obstáculos.

APLICATIVOS UTEIS

Desde 2017, a China implementou amplamente o uso de tecnologias digitais, como *QR codes* e aplicativos, para realizar tarefas cotidianas, incluindo pagamentos em restaurantes, compras em lojas convencionais e ambulantes, transporte em táxis e metrô, ingressos para museus e parques, entre outras atividades.

MENSAGENS E COMUNICAÇÃO EM GERAL



WECHAT

O aplicativo WeChat, também conhecido como “Weixin”, é a escolha predominante para comunicação por mensagens em toda a China. Para estrangeiros, sua praticidade é ampliada devido à disponibilidade de uma interface em inglês e à funcionalidade de tradução automática de mensagens de texto. O WeChat requer vinculação a um número de telefone para operar na China, e embora seja possível registrar o aplicativo com um número estrangeiro, é obrigatório que o cadastro seja validado por um usuário residente no país. Além de ser uma plataforma comum para troca de mensagens escritas, imagens, voz e chamadas (tanto de vídeo quanto de áudio), o WeChat oferece serviços essenciais para facilitar a estada na

China, incluindo o WeChat Pay, que utiliza o pagamento por QR Code, e funcionalidades como GPS e canais de notícias, que podem ser traduzidos internamente no aplicativo.



ALIPAY

Amplamente empregado para transações financeiras (competindo com o WeChat), o Alipay se destaca por oferecer uma variedade diversificada de serviços. Diferentemente do WeChat, a versão internacional do Alipay possibilita o cadastro com um número de telefone estrangeiro e o uso de cartões de crédito internacionais emitidos fora da China. Além disso, o Alipay inclui a funcionalidade de solicitação de táxis e veículos por meio de aplicativos. Recomenda-se uma prévia familiarização com o serviço, uma vez que parte significativa da interface é apresentada em chinês.



BAIDU

Devido ao fato de o Google Translate ter sua funcionalidade limitada ao uso de VPN, o Baidu é uma opção viável para tradução. Destaque para possibilidade de tradução de conversas em tempo real.

TRANSPORTE E LOCOMOÇÃO



DIDI

O “Didi Chuxing” é uma alternativa para o “Uber” e possui uma versão em inglês disponível. Este aplicativo pode ser baixado gratuitamente nos sistemas operacionais iOS ou Android. Vale ressaltar que o “Didi Chuxing” não aceita cartões de crédito internacionais como método de pagamento, sendo necessário que usuários estrangeiros possuam uma conta bancária na China ou utilizem métodos de pagamento locais, como WeChat Pay ou Alipay. Para usuários de dispositivos Apple, o aplicativo destinado à China só pode ser adquirido através das lojas online em “China Mainland” ou “Hong Kong SAR”.

**SHOUYUE**

Aplicativo de Taxi. Nas lojas online, o aplicativo encontra-se exibido apenas em chinês, mas é possível configurar uma versão em inglês após a instalação.

**MY CHINA TAXI**

Aplicativo Disponível em inglês em que é possível realizar o pagamento com cartão de crédito internacional emitido fora da China.

**TRIP.COM**

Aplicativo para reserva de hotéis e, no caso da China, compra de bilhetes de trem-bala, passagens aéreas etc. Possui interface em inglês.

USO GERAL**BON APP!**

Uma plataforma interativa para descobrir restaurantes, bares e outros estabelecimentos de alimentação. Permite localizar opções próximas ou explorar restaurantes com base em listas temáticas predefinidas. Além disso, em alguns casos, oferece a conveniência de realizar reservas de mesas através do próprio aplicativo.

**JSS**

Aplicativo utilizado para entrega de alimentos, produtos de higiene pessoal etc. Inclui, em algumas cidades, a opção de pedir comida brasileira. Possui interface em inglês.

**SHERPAS**

Aplicativo de entrega de alimentos, produtos de higiene pessoal, etc. Inclui, em algumas cidades, a opção de pedir comida brasileira. Possui interface em inglês.



BAOPALS

Portal de compras on-line. Prático, em razão da interface em idioma inglês.

SMART SHANGAI



Aplicativo com informações úteis sobre o dia a dia em Xangai (restaurantes e bares, eventos culturais, clínicas e hospitais e outros serviços diversos) voltado para a comunidade estrangeira. Permite a visualização de cartões eletrônicos com o nome e endereço em chinês de diversos estabelecimentos localizados na cidade, ferramenta especialmente útil para a comunicação com motoristas de táxi.

COMO ENCONTRAR ENDEREÇOS

- O uso de aplicativos de GPS é recomendado para orientar os deslocamentos na cidade. Entretanto, deve-se ter atenção à desatualização no mapeamento de diversos locais.
- Em língua inglesa e outros idiomas, o “Maps” da Apple, em geral, apresenta melhores resultados. Já o “Google Maps” apresenta numerosas desatualizações em razão da ausência dos serviços Google e Facebook na China.
- Carregue sempre um cartão do hotel ou do endereço do seu local de hospedagem, escrito em chinês (ideogramas) e em “pinyin” (transcrição fonética para o alfabeto latino). Os taxistas dificilmente se comunicam ou leem em outra língua que não seja o chinês.
- Nos últimos anos, a crescente digitalização da economia chinesa fez com que a prática de parar táxis na rua praticamente se extinguisse. Atualmente, é necessário fazer uso de aplicativos. Alguns aplicativos possuem interface em inglês e incluem a possibilidade de agendamento prévio das corridas.
- Os táxis são baratos, mas poucos taxistas entendem inglês ou conhecem o alfabeto latino. Tenha sempre em mãos o endereço do local para onde quer ir, inclusive o do seu hotel, escrito em caracteres chineses.
- Na China, táxi são baratos, e deve-se exigir que o taxista ligue o taxímetro ao início da corrida. Pedágios são cobrados à parte. Taxistas habitualmente aceitam apenas a moeda local.

ETIQUETA E CULTURA DE NEGÓCIOS

- A cultura de negócios chinesa valoriza o “Guanxi”, palavra que significa o relacionamento entre pessoas baseado na confiança. Portanto, é importante encontrar um bom parceiro local, que possua boa rede de relacionamentos com clientes, reguladores e agentes locais;
- A forma comum de cumprimento em reunião é o aperto de mãos;
- A hierarquia na China é mais evidente do que no Brasil. As relações entre pessoas devem levar em consideração essa dinâmica. Assim, o pedido para que algo seja feito deve vir sempre de alguém de hierarquia maior;
- Cartões de visita devem ser entregues e recebidos com as duas mãos;
- Cada cartão deve ser entregue pessoalmente (isso se aplica também para a entrega de presentes ou documentos). Deve-se também olhar o cartão recebido antes de guardá-lo;
- Os chineses são muito supersticiosos, assim alguns tipos de presentes devem ser evitados. Por exemplo, relógios, objetos pretos e brancos podem lembrar alguns chineses de morte ou funerais;
- A cultura chinesa respeita a pontualidade, e atrasos mostram falta de respeito.
- Prepare Materiais Bilíngues, inclusive os cartões de visita;
- Opte por roupas com cores mais neutras e modelos mais sóbrios.
- Quando há apertos de mão na China, isso acontece de forma leve, às vezes com uma certa inclinação da mão para o lado;
- Os assentos serão provavelmente organizados com base na hierarquia;
- Um breve papo informal acontece normalmente antes do início da reunião em si. Os assuntos clássicos são o tempo, viagens anteriores ou a paisagem chinesa;
- No início da reunião poderá ser oferecido chá – mais usual que café – com as folhas flutuando na xícara no lugar do saquinho. Aceitar pode ser visto como um ato de gentileza
- O grupo chinês pode resistir a compromissos firmes de datas para próximos passos, especialmente após a primeira reunião, e uma insistência nesse sentido pode ser interpretada como pressa excessiva por parte deles.
- É usual a troca de “e-mails” de agradecimento. Não fique surpreso, por outro lado, se o retorno do lado chinês demorar um pouco.

ENERGIA ELÉTRICA

- A voltagem mais comum é de 220 volts e 50Hz, com tomadas nos padrões “A”, “B”, “G” e “I”. Caso pretenda levar aparelhos elétricos desenhados para 110V será necessário utilizar um transformador. O uso de adaptador universal de tomadas é imprescindível.

MÉTODOS DE PAGAMENTO

- Antes de chegar, é aconselhável realizar a troca por uma quantia suficiente de moeda chinesa para cobrir os custos de transporte até o hotel e outras despesas imediatas. Para evitar contratempos, é importante notar que, em geral, dólares ou “traveler’s checks” não são aceitos comumente como forma de pagamento em comércios, hotéis, táxis ou outros estabelecimentos. Além disso, a presença de casas de câmbio é limitada, mesmo em zonas turísticas, e muitas vezes elas não estão abertas na maior parte do tempo;
- Devido à popularidade dos pagamentos digitais, muitas transações na China ocorrem sem o uso de dinheiro físico. Recomenda-se a instalação do Alipay, um aplicativo de pagamentos digitais muito popular na China. Você deverá cadastrar seu cartão de crédito internacional na plataforma e realizar os pagamentos via leitura de QR code;
- É essencial possuir cartão de crédito internacional desbloqueado, pois no momento do check in no hotel poderá ser solicitado como garantia de pagamento de consumo extra. As bandeiras de maior aceitação são Union Pay (chinesa), Visa e Mastercard. Alguns hotéis aceitam também cartões American Express;
- Cartões são aceitos em hotéis, grandes restaurantes e shopping centers. Principais bandeiras são: American Express, Diners Club, Eurocard/MasterCard e Visa;
- Agências bancárias normalmente funcionam de segunda-feira a sábado das 9h00 às 17h00. Algumas agências abrem também aos domingos.

CÂMBIO DE MOEDAS

TAXA DE CÂMBIO OFICIAL (24/10/2023)	
USD (DOLAR AMERICANO)	MOEDA
1,00	BRL 5,02
1,00	CNY 7,31

Fonte: Banco Central do Brasil

SAÚDE

- É recomendável carregar prescrições em inglês para todos os remédios levados na viagem;
- Medicamentos especiais como insulina, a bordo, devem ter receita médica e autorização especial junto à companhia aérea;
- Na China, os hospitais públicos cobram pelo atendimento, mesmo de emergência. Ao dar entrada em hospital, o paciente estrangeiro precisa comprovar ter seguro-saúde válido na China ou pagar depósito de garantia (possível também com cartão de crédito em alguns hospitais internacionais).

Hospitais Públicos com Atendimento Emergencial em Inglês

Huashan Hospital (华山医院) International Section

Horário de atendimento: 2ª feira a 6ª feira, 8h às 17h

Endereço: Bldg 15, 12 Wulumuqi Zhong Lu, Jing'An District

乌鲁木齐中路 12 号 15 楼 | Tel.: (+86-21) 62483986 | Site: <http://www.huashan.org.cn>

Médicos Fluentes em Português em Xangai

Dr. Carlos Aparicio (clínica geral)

Shanghai Sky Clinic

Telefone para agendamentos: (+86-21) 62222021

Dr. Lincoln Sakiara Miyasaka (clínica geral)

United Family Health Hospital (Main Hospital)

Telefone para agendamentos: (+86-21) 22163999

CHECKLIST

PARA SEUS NEGÓCIOS

- Cartões de visita
- Folders* e catálogos
- Embalagens de produtos
- Listas de preços (em dólar)
- Descritivos técnicos
- Apresentação da empresa

DOCUMENTOS

- Passagem aérea
- Passaporte e cópia
- Visto de entrada na China
- Reservas do hotel
- Cartão de crédito internacional
- Seguro de viagem
- Roteiro de viagem
- Receitas médicas
- Certificado Internacional de Vacina de Febre Amarela

MEDICAMENTOS

- Curativos adesivos (tipo Band-aid)
- Termômetro
- Analgésico
- Pastilhas para a garganta
- Antiácido
- Anti-inflamatório
- Regulador hepático
- Colírio
- Medicamentos receitados

ROUPAS

- Sapato, tênis e meias
- Roupas íntimas
- Camisas e calças sociais
- Calças *jeans* e cinto
- Bolsas
- Acessórios

Outros

- Escova, creme e fio dental
- Pente e escova para cabelos
- Xampu e condicionador
- Hidratante
- Protetor solar
- Protetores auriculares
- Desodorante
- Perfume
- Kits* (costura, manicure e barbear)
- Porta-dinheiro
- Lentes de contato
- Óculos escuros e/ou de grau
- Travesseiro inflável para pescoço
- Máquina fotográfica ou filmadora
- Adaptador de tomada universal

CONTATOS ÚTEIS

COORDENAÇÃO DO GRUPO

Fiesp – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

- Carla Rossetti

Hospedada no Conrad Shanghai

E-mail: carla.rossetti@fiesp.com.br / cin@fiesp.com.br

Tel: +55 11 3549-4653

- Rafael Lima

Hospedado no Conrad Shanghai

Email: rafael.lima@fiesp.com.br / cin@fiesp.com.br

Tel: + 55 11 3549-4365

FIEMG – Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais

- Kellen Veloso

Hospedada no Conrad Shanghai

Email: kveloso@fiemg.com.br

Tel: +55 31 2118-3524

CNI – Confederação Nacional da Indústria

- Carolina Lopes de Oliveira Bernardes

Hospedada no Conrad Shanghai

E-mail: carolina.bernardes@cni.com.br

Tel: +55 61 3317-9993

CONRAD SHANGHAI

China, 789 East Nanjing Road, Shanghai, 200001, China

Tel.: +86 21 3318 9999

Site:

www.hilton.com/en/hotels/shawsci-conrad-shanghai

CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM SHANGHAI

West Beijing Road nº 968, edifício Garden Square, 10º andar, Unidades 1006B-1008, Xangai, PR China, 200041

Cônsul-Geral: Embaixador Augusto Pestana

Tel.: +86 (0) 21 6437-0110

E-mail: brasileiros.xangai@itamaraty.gov.br

Site: xangai.itamaraty.gov.br

EMBAIXADA DO BRASIL EM PEQUIM

27, Guanghua Lu - Chaoyang District, 100600, Beijing, China

Embaixador: Embaixador Marcos Bezerra

Abbott Galvão

Tel: +86 (0)10 6532-2881

E-mail: consular.pequim@itamaraty.gov.br

Site: pequim.itamaraty.gov.br

CIIE 2023

National Exhibition and Convention Center
333 Songze Avenue, Shanghai, China

AEROPORTO INTERNACIONAL DE XANGAI PUDONG

900 Qihang Road, 201202, Shanghai, China

Tel: +86 (0)21 6834-1000





REALIZAÇÃO



Rede CIN
Rede Brasileira de Centros
Industriais de Negócios



Confederação Nacional da Indústria
PELO FUTURO DA INDÚSTRIA



MINISTÉRIO DO
**DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS**



Federação das Indústrias
do Estado de São Paulo



Sistema
Fiep **FIEP**



Federação das Indústrias do Estado de Goiás
PELO FUTURO DA INDÚSTRIA



POR VOCÊ. PELA INDÚSTRIA. PELO ESPÍRITO SANTO.