



# Vender em feiras na China: é difícil, mas é possível

**Milton Pomar**

é empresário, professor de curso intensivo a respeito da China, editor de livro de fotos da Cultura da China e da revista digital em mandarim “Negócios com o Brasil”. Autor do livro “O sucesso da China socialista”, escreve sobre a China há 18 anos na revista e portal Amanhã, de Porto Alegre/RS.



Visitar feiras na China tornou-se rotina para muitos industriais e comerciantes do Brasil nos últimos 20 anos, principalmente a Canton Fair<sup>1</sup>, que ocorre duas vezes por ano, em abril e outubro, na cidade de Guangzhou, capital da província de Guangdong, no sul da China. Quando visitei essa feira pela primeira vez, em abril de 1997, era a sua 81ª edição – ela já acontecia há 40 anos! Voltei lá outras vezes, invariavelmente acompanhando grupos de compradores – inclusive após a Canton Fair criar o Pavilhão Internacional<sup>2</sup>, em 2007, para empresas estrangeiras que quisessem participar do evento para vender, e não para comprar.

No caso das empresas brasileiras, esse pavilhão para estrangeiras não animou ninguém na época, porque não havia a pretensão de vender para a China, por causa dos nossos preços, “muito acima do que os chineses aceitam pagar”, diziam, justificando o desinteresse em investir na viagem, estande, amostras e material promocional. Lembro-me de ter visto um estande do Brasil nesse pavilhão internacional, talvez em 2008, com decoração totalmente equivocada, de floresta e carnaval, ao invés de mostrar o país desenvolvido, com indústria e agropecuária modernas, e, na época, a 8ª maior economia mundial.

## **Feiras Internacionais, Indústrias e Exportações**

Quando foi fundada a República Popular da China, em 1949, o país contribuía com 0,9% das exportações mundiais, de acordo com estudo publicado pela Organização Mundial do Comércio (OMC). Levou 35 anos para atingir 1,2% de participação, mais dez anos para chegar aos 2,5% (1993). A partir daí, ganhou velocidade com a “indústria das feiras”, centenas de eventos por ano para vender seus produtos manufaturados. Mais que dobrou a sua participação (5,9%) nas exportações mundiais em apenas dez anos (2003) e em 2009 bateu nos 9,9%. Nos últimos 15 anos, continuou aumentando o volume de vendas ano após ano, até atingir 14,5% das exportações mundiais em 2024, com superávit de quase US\$1 trilhão, nas vendas para 160 países e regiões.

Daí a importância fundamental das feiras internacionais para o desenvolvimento econômico e o setor industrial da China – elas são a “vitrine” de tudo o que se produz no país –, e é na efervescência dessas feiras que as indústrias chinesas conseguem viabilizar exportações cada vez maiores: nos últimos anos, o total anual ficou na faixa de US\$3,5 trilhões, dos quais bem mais de 90% foram produtos manufaturados.

Em abril completa 28 anos que participo de feiras realizadas nas principais cidades da China – aprendizado constante e um exercício de paciência permanente.

## **Canton Fair**

Cada vez mais famosa e com maior movimento, em 2008 a Canton Fair saiu do Complexo Liu Hua, onde aconteceu por mais de 20 anos, e passou a funcionar no Centro Internacional de Congressos e Exposições, construído na ilha de Pazhou, às margens do rio Zhujiang. Denominado Complexo Pazhou, com área total de 1,1 milhão de m<sup>2</sup>, a megaconstrução foi feita para ser a maior do país. Atendido pela linha 8 do metrô, conectada com linhas de trem, aeroportos e transporte marítimo, o Complexo Pazhou tem acesso fácil, rápido e barato, para visitantes e expositores que estejam em



<sup>1</sup> Saiba mais sobre em <https://www.cantonfair.org.cn/en-US>.

<sup>2</sup> Saiba mais sobre em <https://cief.cantonfair.org.cn/en/international/index.aspx>.

qualquer ponto da imensa cidade de Guangzhou e cidades industriais vizinhas (Foshan, Dongguan, Zuhai, Shenzhen etc), da Grande Área da Baía de Guangdong, Hong Kong e Macau.

Segundo a agência de notícias Xinhua, a 136ª edição, em outubro de 2024, atingiu um recorde histórico em participação internacional, com 253 mil compradores estrangeiros, de 214 países e regiões – mais de 60% deles participantes da Iniciativa Cinturão e Rota (BRI). Inovando sempre, a Canton Fair não se limitou ao comércio presencial em 2024: teriam participado também da 136ª edição um total de 48 mil expositores on-line, com cerca de 3,75 milhões de produtos, atendendo 450 mil compradores estrangeiros on-line, de praticamente todo o mundo.

O total geral dos negócios na 136ª edição da Canton Fair, segundo a Xinhua, foi de US\$24,95 bilhões, quase US\$15 bilhões a mais do que o faturamento da 81ª edição, em abril de 1997 (US\$10 bilhões).

Caminhando para completar 70 anos (2027), a Canton Fair pode ser classificada hoje, sem exagero, como uma instituição fundamental para o comércio exterior da China. Beneficia-se da localização na província mais dinâmica do país em termos comerciais, industriais e econômicos, que recebeu o maior fluxo de migrantes no período 1990-2020 (46 milhões de pessoas), tendo a maior população do país em 2020: 126 milhões de habitantes (mais que a população do Japão). Guangzhou, sua capital, com estimados 14,6 milhões de habitantes em 2024, dobrou a população, de seis milhões para 12 milhões, entre 1997 e 2016.

## **A Feira de Importação da China**

Com a mudança radical da política econômica da China, de crescimento via exportações, para crescimento via consumo doméstico, a partir do 12º Plano Quinquenal (2011-2015), o governo central criou a China International Import Expo<sup>3</sup>, feira para as suas empresas e governos comprarem do maior número possível de países, com enorme oferta – e concorrência – mundial e consequente diminuição dos preços para o mercado consumidor chinês.

*“É na efervescência dessas feiras que as indústrias chinesas conseguem viabilizar exportações cada vez maiores: nos últimos anos, o total anual ficou na faixa de US\$3,5 trilhões, dos quais bem mais de 90% foram produtos manufaturados”*

A decisão política, econômica e comercial se efetivou em 2018, com a realização da primeira Feira de Importação da China (sigla CIIE), realizada anualmente de 5 a 10 de novembro, no Centro Nacional de Exposições e Convenções (NECC), em Shanghai, estrutura de 500 mil m<sup>2</sup> (em área de 1,5 milhão de m<sup>2</sup>) construída pelo Ministério do Comércio e a prefeitura da cidade. Espaço igualmente atendido por metrô (linha 2) e, através dele, por trem rápido, aeroportos e transporte marítimo, o que facilita sobremaneira para quem está em qualquer ponto da imensa Shanghai, ou em cidades vizinhas, das províncias de Zhejiang e Jiangsu.

*(Tentei visitar a Feira de Importação da China em novembro de 2024 (7ª edição), mas não consegui entrar, derrotado que fui pela burocracia inacreditável da CIIE. Já estive em mais de 40 feiras na China, coloquei estande em quatro delas (em Chengdu, Shanghai, Beijing e Harbin), em 2024 visitei em Shanghai o SIAL e a CIIF, sem dificuldade, e fui ainda a feiras em Guangzhou e Yanglin (Shaanxi). Todas com inscrição antecipada pela internet, normal. Integrantes da nossa empresa visitaram três outras feiras em Shanghai e mais duas, em Dalian e Yiwu, sem estresse algum na inscrição pela internet. Somente a 7ª CIIE é que a inscrição ficou “impossível” e virou uma novela a tentativa de resolver. Tentarei novamente em 2025. Quem sabe por ser a 8ª edição eu tenha sorte e consiga entrar?)*

<sup>3</sup> Saiba mais sobre em: <https://www.ciie.org/zbh/en/>.

## Feiras e feiras

Além da “*hors concours*” Canton Fair, em Guangzhou, e da inovadora Feira de Importação, em Shanghai, atualmente ocorrem na China, todos os anos, centenas de feiras: setoriais, de abrangência provincial, regional ou nacional; provinciais e regionais. Feiras surgem e desaparecem, outras mudam de cidade, e há até as anunciadas, mas que não acontecem – como ocorreu em agosto com a 13ª Feira de Modernização Agrícola (Cimae), prometida para Guiyang (capital da província de Ghizhou) e que simplesmente não foi realizada. Esse caso ninguém nos contou, nós é que descobrimos, e da pior forma – fomos até lá para visitá-la, porque o tema nos interessa muito, e ela simplesmente não aconteceu. Com tantas feiras todos os dias, deve ser normal uma ou outra não acontecer. Faz parte.

**Figura 1. Website da 13ª Feira de Modernização Agrícola (Cimae)**



## China: 1.339 feiras

O Anuário de Feiras 2024<sup>4</sup>, lançado em 15 de março de 2024, apresenta um total de 1.339 eventos em todo o país, sendo que algumas feiras de segmentos muito específicos ocorrem simultaneamente ou em períodos menores, dentro de outras feiras maiores. Essa publicação das feiras na China é editada pelo Conselho Chinês para a Promoção do Comércio Internacional (CCPIT), estrutura semelhante à brasileira ApexBrasil. A principal diferença entre as duas é que a ApexBrasil está localizada em Brasília, e na China há um CCPIT por cidade, um por municipalidade, um por província/região autônoma, e, a nível nacional, um por setor da economia. Traduzindo, são quase 700 CCPITS na China, e uma ApexBrasil no Brasil, fato que diz muito sobre a capacidade exportadora e de atração de investimentos dos dois países.

**Tabela 1. China – Setores e quantidades de eventos anuais – 2024**

Setor	Nº de eventos anuais
Alimentos e Bebidas	103
Máquinas Industriais	103
Equipamentos Médicos e Farmacêuticos	71
Computadores, Comunicações e Equipamentos Eletrônicos	64

<sup>4</sup> Disponível para download em:

<https://www.ccpit.org/image/1333663579273998337/ad9e766c70d0409489780389220d9b19.pdf>

<b>Setor</b>	<b>Nº de eventos anuais</b>
Equipamentos de Energia e Novas Energias	60
Recreação e entretenimento esportivo	57
Automóveis	54
Agricultura, Silvicultura, Pecuária e Pesca	53
Móveis e decoração para casa	50
Materiais de Construção	49
Têxteis e Trajes	43
Produtos químicos	33
Segurança Pública	33
Equipamentos de aquecimento e resfriamento	32
Cabeleireiro e Beleza	29
Saúde e Pensão	29
Máquinas agrícolas	29
Outros equipamentos/materiais	27
Mineração e Equipamentos	25
Presentes, brinquedos e artigos para animais de estimação	24
Tecnologia Fotoelétrica	23
Publicidade e Comunicação	23
Impressão e Embalagem	23
Ferramentas de hardware	22
Setores abrangentes	21
Materiais de alta tecnologia/ Tecnologia	21
Outros setores	20
Necessidades Diárias	18
Logística Armazenagem	18
Franquia e Rede	17
E-commerce e Feira de Negócios	16
Tubulações de válvulas de bomba	14
Máquinas de Engenharia	13
Equipamento de processamento de alimentos	13
Equipamento Educacional	12
Suprimentos para Maternidade e Bebês	11
Suprimentos para hotéis	11
Navios, Trens e outros transportes	10
Economia de energia e proteção ambiental	10
Jóias	9
Eletrodomésticos	9
Relógios, Relógios e Óculos	7
Bicicletas, Bicycletas Elétricas e Motocicletas	7
Couro, Sapatos e Bolsas	5
Instrumentação	5
Material de escritório	4

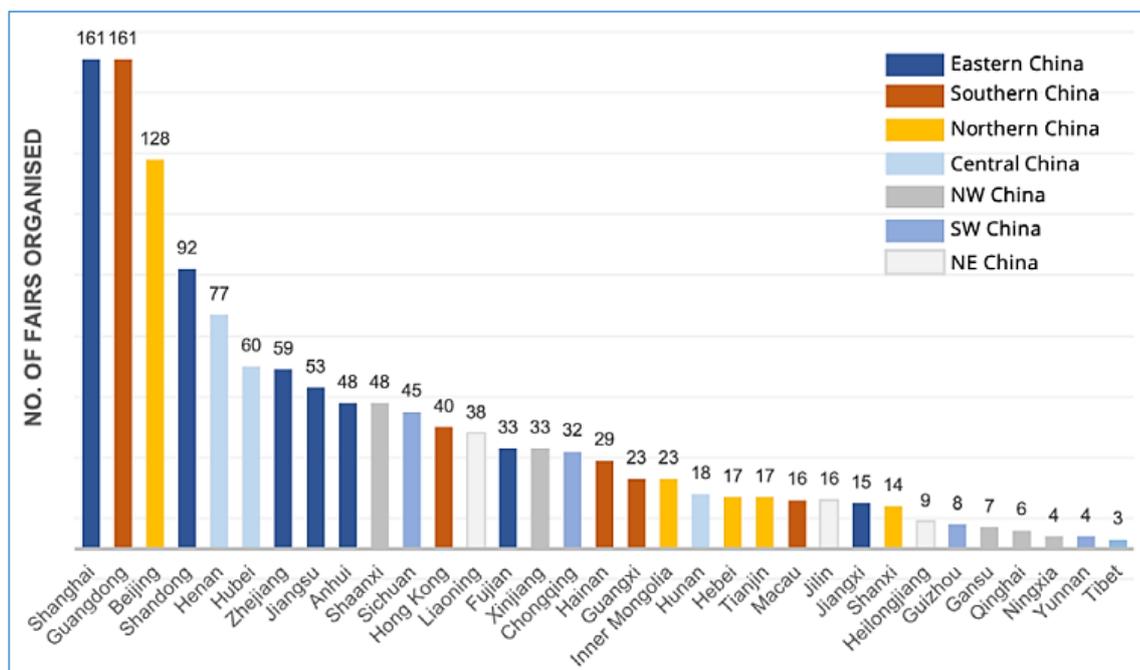
Setor	Nº de eventos anuais
Aeronáutica e Astronáutica	4
Suprimentos de proteção trabalhista	3
Medicamentos e Matérias-primas	2
<b>TOTAL</b>	<b>1.339</b>

## Análises das feiras

Em 2024, além de publicar o Anuário de Feiras, o CCPIT publicou também o “Annual Report on China’s Exhibition Industry”<sup>5</sup>, estudo a respeito desse que é o mais dinâmico setor da economia do país, responsável pela grande velocidade com que os negócios acontecem em toda a China.

Estruturado em sete capítulos, dos quais os seis primeiros tratam do setor em 2024, e o último revela o que esperam conseguir em 2025, o Relatório apresenta: 1) as características gerais da indústria de exposições da China, e análises do: 2) ambiente de desenvolvimento da indústria de exposições; 3) desenvolvimento de exposições domésticas; 4) desenvolvimento de exposições no exterior; 5) mercado de locais de exposição; 6) das principais exposições; e 7) perspectivas para o desenvolvimento da indústria de exposições da China em 2025, levando em consideração que: a) a alta qualidade dessa indústria continuará injetando vitalidade no desenvolvimento econômico do país; b) o aumento da comercialização impulsiona a indústria de exposições; c) a inovação tecnológica impulsiona a alta qualidade nessa indústria; e d) a filosofia verde da indústria de exposições promove o desenvolvimento sustentável e de baixo carbono.

**Gráfico 1. Feiras comerciais organizadas na China em 2023 (por região)**



Fonte: Guide to Trade Fairs in China, 2024.

<sup>5</sup> Disponível para download em:

<https://www.ccpit.org/image/1641603198017880066/2a042f4cb1f0463e945a358feb2274e0.pdf>

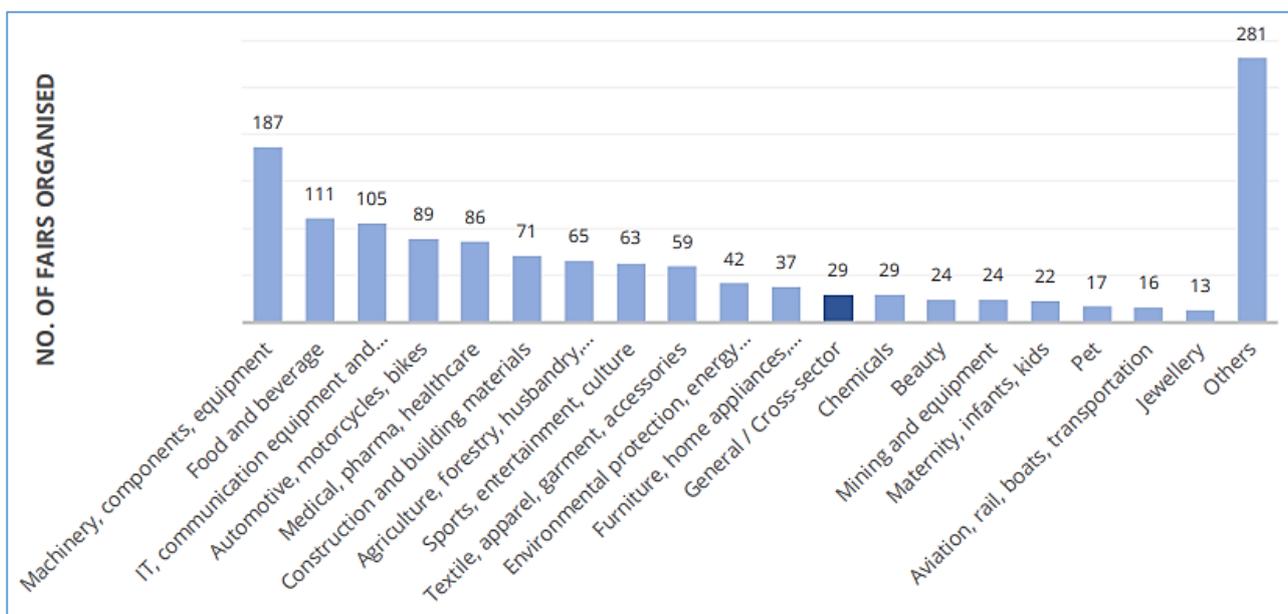
Há também o “Guide to Trade Fairs in China”<sup>6</sup>, da União Europeia, edição 2024, que trabalha com dados primários do CCPIT, relativos às feiras em 2023.

No gráfico 1, de distribuição geográfica das feiras, chama atenção a concentração na municipalidade de Shanghai e na província de Guangdong, ambas com 161 feiras, Beijing (128) e as populosas províncias de Shandong (101 milhões de habitantes) e Henan (99 milhões), com 92 e 77 feiras, respectivamente.

O critério de apresentar a realização das feiras por províncias e não por cidades oculta destaques, como a cidade de Yiwu (província de Zhejiang), que não aparece nesse gráfico, apesar de realizar muitas feiras importantes ao longo do ano.

Este gráfico acaba servindo mais para a concorrência entre as províncias do que para orientar quem precisa visitar feiras, porque há cidades nas quais ocorrem mais feiras importantes do que na capital da província, como é o caso da cidade portuária de Qingdao, e de Jinan, em Shandong. Destacam-se ainda as regiões administrativas especiais: Hong Kong, com 40 feiras e à frente de 21 províncias e regiões, e a minúscula Macau, com 16 feiras, empatada com a província de Jilin (nordeste), e à frente de nove províncias.

**Gráfico 2. Feiras comerciais organizadas na China em 2023 (por setor)**



Fonte: Guide to Trade Fairs in China, 2024.

O Gráfico 2 apresenta os setores de maneira concentrada, o que dificulta em alguns casos saber quantas feiras há realmente em cada segmento, do total de 1.370 que teriam ocorrido em 2023. Exemplo negativo desse critério generalista é o “Outros”, apenas 20 em 2024 e aqui 281 (em 2023).

O site francês “EventsEye”, de notícias sobre feiras no mundo, fornece uma panorâmica bastante detalhada a respeito das feiras na China<sup>7</sup>, com menos eventos, mas ainda assim com respeitáveis 572

<sup>6</sup> Disponível para download em: <https://www.eusmecentre.org.cn/wp-content/uploads/2024/03/Guide-to-Trade-Fairs-in-China-2024-Update.pdf>.

<sup>7</sup> Saiba mais em: [https://www.eventseye.com/ferias/c3\\_ferias\\_china.html](https://www.eventseye.com/ferias/c3_ferias_china.html).

feiras programadas para 2025. Desse total, mais de 80% ocorrerão nas cidades de Shanghai (255), Guangzhou (102), Beijing (61), Shenzhen (45) e Hong Kong (30), e o restante espalhadas pelo país. Chengdu (capital de Sichuan) e Zhengzhou (capital de Henan) lideram no interior – respectivamente, dez e nove feiras, seguidas de perto pela cidade portuária de Qingdao (Shandong) e a municipalidade de Tianjin (também portuária), ambas com sete feiras.

Na sequência, com cinco feiras cada uma: Nanjing (capital de Jiangsu), Xi’An (capital de Shaanxi), e Yiwu e Wenzhou (em Zhejiang). A municipalidade de Chongqing (em Sichuan), muito importante em termos industriais e com 32 milhões de habitantes (2020), realiza quatro feiras significativas por ano, assim como Wuhan (capital de Hubei) e Zuhai (em Guangdong). Em Shandong, Jinan (capital) e Yantai promovem anualmente três feiras; em Zhejiang, Hangzhou (capital) e Ningbo; e Dongguan (Guangdong) também. Com apenas duas feiras por ano, Kunming (capital de Yunnan), Urumqi (capital de Xinjiang), Hefei (capital de Anhui), Shaoxing (Zhejiang), Zhongshan e Foshan (Guangdong). Changsha (capital de Hunan), Shenyang (capital de Liaoning) e Haikou (capital de Hainan) promovem somente uma feira, assim como as cidades de Baoji (Shaanxi), Dalian (Liaoning), Dongying e Tengzhou (Shandong) e Xiamen (Fujian).

Tanta concentração geográfica possibilita que em alguns dias sejam visitadas várias feiras em uma mesma grande cidade, ou em cidades próximas, como Shanghai, Hangzhou e Nanjing. No sul da China a proximidade é ainda maior, possibilitando a visita a feiras e a empresas expositoras que estejam nas várias cidades da Grande Baía de Guangdong. E o fato de estarem concentradas também em dois períodos (março-junho e agosto-novembro) facilita bastante a programação.

A maior parte das feiras na China ocorre no primeiro semestre, época de calor crescente – em março ocorrem 104 feiras, e em maio mais 91. Em abril e junho bem menos (57 e 62). No sul da China (Guangzhou, Shenzhen), maio já é um suadouro só, e não tem ar-condicionado que diminua suficientemente o calor em grandes espaços, situação que piora em junho e se torna quase insuportável em julho, quando somente 21 feiras se arriscam nesse mês. O calor sufocante continua em agosto – apesar disso, acontecem 43 feiras. Depois 58 e 62 em setembro e outubro – algumas muito importantes, como a industrial<sup>8</sup>, em Shanghai, que em 2025 ocorrerá de 23 a 27 de setembro.

Ano passado, em novembro, o frio se atrasou, e quem foi a feiras nesse mês passou calor também. Quando bate o frio de verdade na China (principalmente no norte e nordeste, onde as temperaturas negativas alcançam dois dígitos entre dezembro e fevereiro), diminui muito a quantidade de feiras: 41 em novembro, 14 em dezembro, 3 em janeiro e 19 em fevereiro.

## **Escolher as melhores**

Ficou fácil escolher quais feiras visitar, porque há muita informação disponível, e de graça. Mas..., mesmo com tanta facilidade, há cuidados que continuam valendo, e que às vezes não são suficientes, como na 13<sup>a</sup> CMAE, em Guiyang e na VII CIIE (Shanghai, novembro).

Feiras tradicionais podem ser frustrantes, e as pistas de que isso vá ocorrer nem sempre estão visíveis. Fomos em 2024 na Feira de Yangling, em Shaanxi, visitada há alguns anos, e dessa vez o que encontramos foi decepcionante. Difícil saber o motivo, mas houve uma queda nítida no nível das

*“Uma das primeiras coisas que se aprende no trabalho com a China é esquecer “China” e concentrar o trabalho em uma única cidade chinesa, no máximo em uma província. Esquecer o país imenso, com demandas imensas que sua empresa nunca conseguirá atender”*

<sup>8</sup> Saiba mais em: <https://www.ciif-expo.com/en/>.

empresas expositoras. Muitos estandes estavam ocupados por pessoas vendendo de tudo, uma verdadeira feira-livre.

Essa mesma queda de nível percebemos também em mais duas feiras, em Guangzhou e em Shanghai. Talvez haja um movimento de migração das maiores empresas para outras feiras, ou até de retração, diminuindo a participação costumeira em tantas feiras. O certo é que a diferença negativa foi bastante forte. Será resultado das vendas pela internet?

## **Contradições persistem**

Feiras internacionais antigas, em Guangzhou e Shanghai, duas gigantescas cidades cosmopolitas, ainda continuam com muitos estandes (inclusive alguns bem grandes) totalmente com ideogramas, empresas com atendentes que só falam mandarim, e materiais promocionais e cartões também só em mandarim. Essa realidade era comum há 20 anos, quando o contrário era verdadeiro: era minoria o número de estandes com atendentes falando inglês e com materiais também em inglês. Mas em 2024? – Não dá para entender essa postura provinciana em feiras internacionais chinesas no Século 21. Até porque há um investimento muito forte de internacionalização da China, concretizado inclusive na ampliação da oferta de bolsas para estudantes estrangeiros e no convite para eventos de caráter mundial em várias cidades chinesas.

## **O desafio: participar vendendo**

Tivemos a grata satisfação de encontrar estandes de empresas pequenas e médias, de várias regiões do Brasil, investindo para vender seus produtos no Pavilhão da ApexBrasil, no Salão Internacional da Alimentação (SIAL), em Shanghai, em maio de 2024. Estavam as grandonas também, principalmente frigoríficos, mas havia vendedores de açaí, café, e uma variedade de outros produtos, do Pará, Amazonas, Amapá, Espírito Santo, Minas Gerais, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul.

Em 2025 nós pretendemos participar com estande do Pavilhão da ApexBrasil, no SIAL Shanghai, de 19 a 21 de maio, para vender produtos de nossos anunciantes na edição de Alimentos e Bebidas Típicas da revista digital em mandarim que produzimos. Sabemos que não é fácil vender para o mercado chinês, ainda mais alimentos e bebidas. Sabemos também que querem sempre mais quantidade do que produzimos, e que há dificuldades de toda ordem a serem superadas. Quando me dizem tudo isso, eu busco na memória alguns brasileiros que conheci nos últimos 20 anos pelo menos, fazendo malabarismos para conseguir ir para a China para vender seus produtos.

*“Entrar e se firmar no mercado chinês exige a estratégia de conhecimento e relacionamento. Conhecer o máximo de todos os aspectos possíveis. Tem que estudar China para vender bem para a cidade escolhida”*

## **Caminhos do Renminbi**

Uma das primeiras coisas que se aprende no trabalho com a China é esquecer “China” e concentrar o trabalho em uma única cidade chinesa, no máximo em uma província. Esquecer o país imenso, com demandas imensas que sua empresa nunca conseguirá atender. Foque em conhecer e em estabelecer relacionamentos em uma cidade – as pequenas têm cinco milhões de habitantes, as médias dez, as grandes 15 (Guangzhou) e as imensas 20-25, como é o caso de Shanghai e Beijing.

O detalhe é que as “regiões metropolitanas” aumentam muito o mercado consumidor da sua cidade-alvo, tal o adensamento das cidades em algumas regiões litorâneas da China. Então não é difícil ocorrer que a sua

cidade-alvo de dez milhões de habitantes tem mais 20 milhões no entorno dela. Aí é só pensar na população dos estados brasileiros para se dar conta das dimensões do que estamos tratando: a população de uma única cidade do interior da China pode ser maior do que a população do seu estado.

Quando se visita uma feira em busca de produtos específicos, é comum esticar a viagem mais alguns dias para poder visitar também as indústrias selecionadas, que nem sempre ficam na província onde ocorreu a feira. Há quem compre na feira sem visitar a indústria, e esse é um risco que não compensa passar, porque há casos de fraude nos quais a indústria representada não existia, ou o produto enviado não correspondia ao que foi comprado etc. Isso mesmo: e em feiras tradicionais, com estandes “aparentemente verdadeiros”!

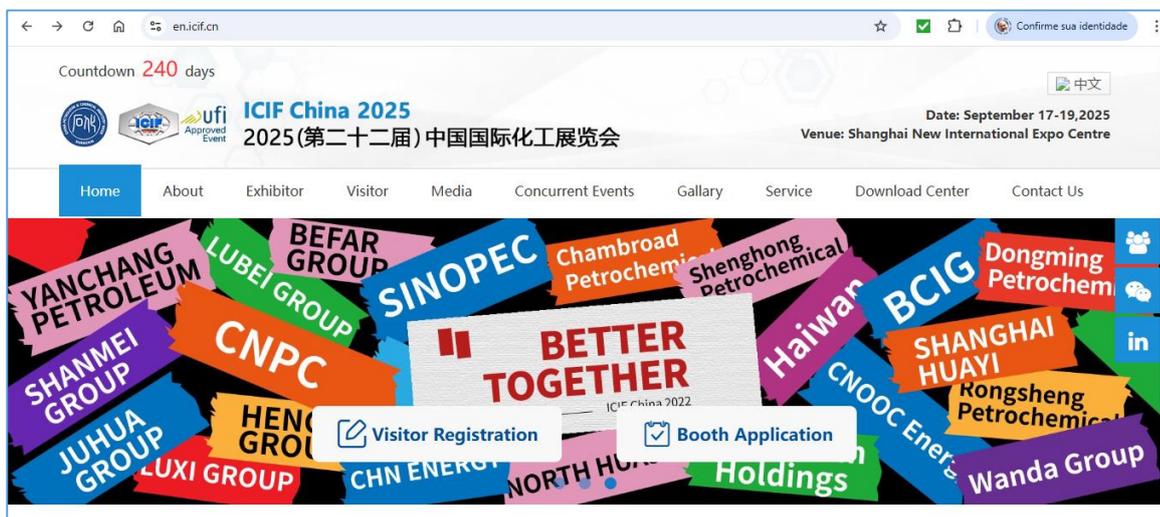
Quem vai para vender vai sofrer a concorrência de empresas de vários países. O mundo inteiro que vender para a China. E os compradores chineses “matam” o exportador de cansaço na negociação, porque cada centavo a menos para eles é muito dinheiro, já que compram grandes volumes.

Cada vez mais empresas brasileiras exportam para a China, e as pioneiras no vender para o mercado mais vendedor do mundo começaram construindo relacionamentos, ao invés de tentar vender logo de cara. Evidente que ter o que eles querem comprar facilita horrores, mas não há o que não precisem ou não queiram, tal a voracidade do mercado consumidor que tem renda *per capita* (pela paridade do poder de compra) maior do que a do Brasil.

Entrar e se firmar no mercado chinês exige a estratégia de conhecimento e relacionamento. Conhecer o máximo de todos os aspectos possíveis. Tem que estudar China para vender bem para a cidade escolhida. Tem que ir lá algumas vezes, ou ficar mais tempo do que os três ou quatro dias da feira, para visitar mercados, supermercados e shoppings, observar as diferenças e semelhanças dos consumidores e dos produtos à venda.

Em alguns anos o Renminbi estará “taco a taco” com o euro e o dólar, e a exportação de *commodities* agrícolas do Brasil para a China deverá diminuir, por diminuição da população chinesa e aumento da produção própria de alimentos. Em compensação, há o mercado de 400 milhões de pessoas idosas, demandando novos produtos e serviços, e a classe média chinesa interessada em alimentos saudáveis e em produtos diferenciados da bioeconomia da Amazônia, Cerrado e Semiárido.

**Figura 2. Website da Feira Internacional da Indústria Química da China (ICIF) - 2025**



**Figura 3. Matéria publicada na revista da Feira de Sichuan, em Chengdu, em 2009**



Legenda: Da esquerda para a direita: Djalma Machado, secretário de desenvolvimento econômico de Camaçari-BA; Castro Neves, Embaixador do Brasil na China (atual presidente do Conselho Empresarial Brasil-China – CEBC); e Milton Pomar, então gerente da BWP na China.

## **EXPEDIENTE**

Publicado pela Funcex – Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior

**CNPJ:** 42.580.266/0001-09

**Endereço:** Av. General Justo, 171, 8º andar, Centro, Rio de Janeiro, RJ.

**Telefones:** (21) 9 8111-1760 e (21) 2509-7000

**Site:** [www.funcex.org.br](http://www.funcex.org.br)

**E-mail:** publicacoes@funcex.org.br

**A divulgação desse estudo somente é possível pelo apoio das seguintes empresas associadas à Funcex:**

**Instituidores:** Afrinvest Global, Banco Central do Brasil, Banco do Brasil S.A., Banco do Nordeste do Brasil S.A., Banco Itaú-Unibanco S.A., Banco Santander (Brasil) S.A., BNDES - Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social, Caixa Econômica Federal, Delos Global Resources LLC, IRB-Brasil Resseguros S.A., Petrobrás Petróleo Brasileiro S.A., Sociedade Nacional de Agricultura – SNA, Vale.

**Mantenedores:** 4intelligence, Abimaq - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos, ApexBrasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, Banco Bradesco S.A., Banco Central do Brasil, CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, CNI - Confederação Nacional da Indústria, FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, Fundação Educacional Severino Sombra, Grupo Multiplica, HapVida Assistência Médica, HMPX, Huawei do Brasil Telecomunicações, SEBRAE.

É autorizada a transmissão do conteúdo disponibilizado neste informativo, sendo obrigatória a citação da fonte.