



CENTRO BRASILEIRO DE  
RELAÇÕES INTERNACIONAIS

SEMINÁRIO

PARCERIA

# BRASIL CHINA

Tendências e oportunidades

PATROCÍNIO:



PARCERIA:



## Sobre o CEBRI

O Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI) é um *think tank* independente, que contribui para a construção da agenda internacional do Brasil. Há mais de vinte anos, a instituição se dedica à promoção do debate plural e propositivo sobre o cenário internacional e a política externa brasileira.

O CEBRI prioriza em seus trabalhos temáticas de maior potencial para alavancar a inserção internacional do país à economia global, propondo soluções pragmáticas na formulação de políticas públicas.

É uma instituição sem fins lucrativos, com sede no Rio de Janeiro e reconhecida internacionalmente. Hoje, reúne cerca de 100 associados, que representam múltiplos interesses e segmentos econômicos e mobiliza uma rede de profissionais e organizações no mundo todo. Além disso, conta com um Conselho Curador atuante e formado por figuras proeminentes na sociedade brasileira.

[www.cebri.org](http://www.cebri.org)

PENSAR  
DIALOGAR  
DISSEMINAR  
INFLUENCIAR

**#2 Think tank do Brasil**

**#3 Think tank da América Latina**

*University of Pennsylvania's Think Tanks  
and Civil Societies Program 2018 Global  
Go To Think Tank Index*

---

**EQUIPE CEBRI** | Diretora Executiva: **Julia Dias Leite** | Diretoras-Adjuntas: **Luciana Gama Muniz; Carla Duarte** | **PROJETOS** > Coordenadora Acadêmica e de Projetos: **Monique Sochaczewski** | Coordenadoras: **Cintia Hoskinson; Karen Soares Swanborn; Lara Azevedo; Teresa Rossi** | Estagiários: **Lara C. Chaves de Melo, Mateus Maracajá Tabach** | Voluntário: **Gustavo Berlie** | **COMUNICAÇÃO** > Coordenação de Conteúdo e Comunicação: **Nilson Brandão** | Analista: **Gabriella Cavalcanti** | Assistente: **Carlos Arthur Ortenblad Jr.** | Estagiário: **Henrique Vidal** | **EVENTOS** > Coordenadora: **Giselle Galdi** | Assistente: **Ana Karina Wildt** | Estagiária: **Danielle Batista** | **INSTITUCIONAL** > Coordenadora: **Barbara Brant** | Assistente: **Nana Villa Verde** | Estagiário: **Rodrigo Curty** | **ADMINISTRATIVO** > Coordenadora Administrativa e Financeira: **Fernanda Sancier** | Analista: **Kelly C. Lima** | Jovem Aprendiz: **Édrovan Silva Ferreira** | Serviços gerais: **Maria Audei Campos**

**Texto: Alter Conteúdo Relevante** | **Projeto gráfico: Presto Design**

Todos os direitos reservados: CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS -  
Rua Marquês de São Vicente, 336 - Gávea - Rio de Janeiro / RJ - CEP: 22451-044  
Tel + 55 21 2206-4400 - [cebri@cebri.org.br](mailto:cebri@cebri.org.br) - [www.cebri.org](http://www.cebri.org)

SEMINÁRIO  
PARCERIA

# BRASIL CHINA

Tendências e oportunidades

REALIZAÇÃO:



PATROCÍNIO:



PARCERIA:



APOIO:



Museu do **Amanhã**



# INTRODUÇÃO

O atual potencial de negócios nas relações Brasil-China norteou as discussões do Seminário “Parceria Brasil-China: Tendências e Oportunidades”, realizado no dia 7 de novembro de 2019, no Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro.

Promovido pelo Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI), em parceria com Academic Center for Chinese Economic Practice and Thinking (ACCEPT), Conselho Empresarial Brasil-China (CEBC) e Banco BOCOM BBM, com patrocínio da Vale, o evento reuniu especialistas, diplomatas, empresários e acadêmicos para debates em três painéis.

O primeiro painel focou o processo de urbanização, consumo e transição demográfica na China. O segundo direcionou as discussões para as tendências e desafios em comércio e investimentos a partir da cooperação econômica entre os dois países. O último painel do Seminário promoveu um debate sobre as possibilidades de convergências entre Brasil e China a partir dos ecossistemas de inovação, conectividade e digitalização.





Na abertura, Anna Jaguaribe, Membro do Conselho Curador do CEBRI e Diretora do Instituto de Estudos Brasil-China (IBRACH), apontou especial atenção às políticas de inovação e sustentabilidade da China. O rápido processo de urbanização pelo qual passaram as megacidades chinesas (que abrigam mais de dez milhões de habitantes) – Xangai, Pequim, Shenzhen e Guangzhou – merece uma análise à parte.

Há 40 anos, 82% da população chinesa vivia na zona rural. Em 1990, a população urbana da China era de 26%. Hoje, essa taxa é de 58,52% de um total de 1,4 bilhão de habitantes. Segundo dados da ONU (Organização das Nações Unidas), mais de 500

milhões de chineses deixaram o campo rumo às cidades nos últimos 30 anos. Um exemplo emblemático é a cidade de Shenzhen, que, em 1980, era uma vila de pescadores com aproximadamente 58 mil pessoas e hoje é uma cidade com mais de 11 milhões de habitantes.

Além das megacidades, a China apresenta hoje uma transformação de conceito dos centros urbanos, a partir da criação de grandes conglomerados – também chamados *city clusters* –, tais como o da região do Delta do Rio das Pérolas, no Sul da China, que aproxima Macau, Shenzhen e Hong Kong, além de outras oito cidades. O projeto integra esses centros urbanos para acelerar o crescimento econômico movido a inovações tecnológicas e investimentos e infraestrutura.

O processo de urbanização vem acompanhado de uma elevação expressiva na renda, e de uma mudança no comportamento do consumidor chinês, com aumento da demanda por produtos e serviços e consequente organização das empresas chinesas para responder a esses desafios.

A China se urbaniza e enriquece, mas também envelhece. Estima-se que, em 2050, a população com mais de 60 anos será em torno de 35%. Os efeitos dessas mudanças na organização social e econômica são gigantescos e a China vem respondendo a esses desafios em diversas frentes. Com a expansão dos investimentos externos ligados à segurança alimentar e energética; com uma agenda de serviços sociais, com foco nos desafios da saúde e do envelhecimento da população; e com uma agenda industrial voltada para o meio ambiente, tanto para atingir as metas nacionais para cumprimento do Acordo de Paris, quanto com investimentos em inovação que permitam uma transição energética mais limpa.

Inovação tem sido um conceito transversal às políticas de desenvolvimento da China. O país tem um programa econômico que inclui a modernidade da produção e dos serviços por meio da digitalização, robótica e inteligência artificial. A criação de grandes plataformas de comércio e de financiamento eletrônico é resultado dessa política.

Estudo recente da McKinsey & Company apontou que a China está se verticalizando industrialmente, o que faz com que o mundo dependa do país e do seu eficiente “chão de fábrica”. A chave para esse processo foi o investimento em ciência e tecnologia. Uma constante durante todo o processo de reformas, que se inicia em 1978, e que hoje chega a mais de 2% do PIB. Tão importante quanto os instrumentos são a natureza, o alcance e a trajetória dessa política tecnológica e de inovação.

Nesse particular, foram ressaltados três elementos importantes que servem de modelo para o Brasil. Primeiro, a evolução das instituições ao longo das várias fases do processo de reforma, como o sistema nacional de inovação da China, que muda de objetivos e meios ao longo desse processo. Segundo, a sintonia entre política econômica, objetivos tecnológicos e atividades de pesquisa e desenvolvimento, que são frutos de uma construção política de consensos entre os vários ministérios e a liderança chinesa. Por último, a perspectiva de inserção global das empresas chinesas. A China investe em geração de conhecimento com constância, com engenheiros qualificados em larga escala. Essa política contribui para a criação de uma cultura de inovação na economia, nas empresas e na sociedade.



Grande parte da pesquisa tecnológica é feita pelo setor privado. A competição entre as empresas é acirrada, mas uma política de financiamento diversificada diminui o custo das perdas na passagem da inovação para a comercialização. No âmbito da inserção mundial das empresas chinesas, vale enfatizar a política de mercado, que busca criar normativas globais para os produtos chineses, como é o caso da indústria eletrônica, e agora com a competição pelo 5G. Adicionalmente, posicionar-se igualmente frente a trajetórias tecnológicas de fronteira, como é o caso da Internet e das indústrias associadas à sustentabilidade, como o carro elétrico.

# URBANIZAÇÃO, CONSUMO E TRANSIÇÃO DEMOGRÁFICA: TRANSFORMAÇÕES NA CHINA

As mudanças na China iniciaram em 1978, com as reformas econômicas implantadas por Deng Xiaoping, que permitiram tornar a China mais aberta para o mundo. A terra deixou de ser do governo e passou a ser de propriedade privada, o que causou uma grande mudança na paisagem chinesa. Áreas rurais que antes abrigavam pouquíssimas pessoas deram lugar a metrópoles, que agora abrigam milhões de habitantes.

Nos últimos 40 anos, cerca de 640 milhões de pessoas foram adicionadas à população urbana chinesa, que representa em torno de 40% dos habitantes do país. A previsão é que o percentual da população urbana na China chegue a 70% nos próximos 10 anos. Como responder aos desafios e oportunidades desse gigantesco mercado consumidor?

Com essa questão, Fernanda Guardado, *Senior Fellow* do CEBRI e Economista-Chefe do Banco BOCOM BBM, abriu a discussão no papel de moderadora do primeiro painel do evento. Participaram do debate o Embaixador Marcos Caramuru, Embaixador do Brasil na China durante a Presidência de Michel Temer e Conselheiro Consultivo Internacional do CEBRI; Chen Taotao, Diretora do Centro de América Latina da Universidade de Tsinghua; e Pepe Zhang, Diretor Associado do Atlantic Council.



O papel do governo chinês foi apontado como um catalisador das mudanças dos últimos 40 anos. A abertura promovida por Deng Xiaoping atraiu investimentos estrangeiros para centros urbanos na costa chinesa. Uma das vantagens era a mão de obra barata. Mas, como esses trabalhadores não ficavam necessariamente na costa, foi preciso que o governo estimulasse o processo de urbanização, atraindo os moradores espalhados pelo interior da China para o litoral.

Na comparação com países da América Latina, o déficit nos investimentos em infraestrutura foi destacado como uma oportunidade para a promoção do desenvolvimento regional, embora esse não seja um desafio novo para os países dessa região, uma vez que a urbanização no Brasil já passou de 80% da população e a média dos países latino-americanos não seja inferior a esse indicador. Esse déficit concentra-se, principalmente, em setores básicos para a oferta de um nível de qualidade de vida mínimo para as pessoas.

Além da elevação da qualidade em infraestrutura, houve melhora no nível de produtos e serviços na China. A economia chinesa já é uma grande importadora de produtos e serviços de países da América Latina, inclusive do Brasil. Essa é outra oportunidade para os produtos dessa região porque, com o desenvolvimento, o consumidor chinês tornou-se mais exigente, demandando produtos mais refinados, bonitos e nutritivos.

Cada país tem um caminho diferente de evolução de desenvolvimento. Estudiosos latino-americanos buscam identificar experiências chinesas que possam ser compartilhadas para resolver os problemas da região. Por outro lado, há os que buscam projetos bem-sucedidos na América Latina com os quais a China também possa aprender. Como, por exemplo, projetos de infraestrutura e de transporte de cidades de médio porte, como em Barranquilla, na Colômbia, e Curitiba, no Brasil. Várias políticas de governos locais são interessantes e essa troca de experiências e aprendizado mútuo também pode acontecer nesse nível.

Nesse contexto, o consumidor chinês também tem perfil atrativo para os negócios globais: jovem urbano, que não tem – ao contrário de seus pais e avós – a propensão em poupar e que está disposto a se endividar. É um voraz perseguidor das oportunidades que estão no *e-commerce* e mostra-se um consumidor cada vez mais exigente e demandante, que aprecia marcas com histórias e demanda por informações *on-line*.

O desafio é que a população chinesa está envelhecendo. Hoje, a participação de pessoas na faixa acima de 60 anos na China aproxima-se de 18% da população.



Esse percentual passará a algo em torno de 25% em 2035 e alcançará um terço da população em 2050. Ou seja, esse consumidor voraz se transformará naturalmente em um poupador. Os jovens vão continuar integrados ao consumo, mas haverá mudanças ao longo do tempo, com o amadurecimento da população. Surgirão novas oportunidades para pessoas de idade mais avançada.

Paralelamente, o processo de urbanização prosseguirá. Hoje, cerca de 61% da população chinesa é urbana. Estima-se que esse percentual chegará a 75% em 2030. Em contraste com esse consumidor voraz que se tornará um poupador, haverá um grupo de 250 milhões de pessoas entrando na sociedade de consumo. Nesse cenário, o consumo permanecerá muito ativo, como uma força importante de movimento da economia, e que gerará oportunidades não só para as empresas chinesas, mas também para os exportadores.



O consumo passou a ter uma participação mais importante no crescimento do PIB chinês a partir de 2012. Nesse mesmo período, a China começou um processo de investimento em cidades inteligentes. Muitas dessas cidades já atingiram um patamar de maturidade. Algumas estão com experiências muito inovadoras, como Hangzhou, que já tem um sistema de gestão de dados permanente da cidade. A empresa de tecnologia Alibaba participou, por exemplo, do planejamento do metrô e também do projeto piloto de administração das frotas de ônibus públicos da cidade. Depois de testado, o plano piloto foi expandido para outras cidades.

Algumas cidades chinesas – como Pequim e Xangai – já atingiram um grau de maturidade, mas outras, de menor porte, estão se transformando de uma forma impressionante, atingindo um alto grau de qualidade em seus serviços. A

China promove esse desenvolvimento urbano de uma forma muito inteligente porque cria uma cidade nova, inovadora e moderna ao lado da cidade antiga. Mais do que a revolução tecnológica, a revolução urbana é a que mais impressiona. Trata-se, no caso, da mudança de perfil de cidades médias que estão adquirindo cada vez mais o perfil de cidades do mundo desenvolvido.

Para as empresas exportadoras e que querem conquistar o mercado chinês, há oportunidades sem fim. Há uma grande quantidade de empresas brasileiras que hoje procuram conhecer os potenciais desse mercado. Neste momento, aqueles



que querem conquistar o mercado chinês precisarão concorrer não só com o produto importado, mas também com o produto nacional de boa qualidade. Outro ponto é que precisará se adaptar à realidade do *e-commerce* e à preferência dos chineses por marcas com histórias. Precisarão ainda ficar atento às mudanças de comportamento de um consumidor que transforma rapidamente seus hábitos e formas de comprar.

O envelhecimento populacional na China traz muitos desafios, não apenas em relação à oferta de serviços médicos de qualidade, mas ao desafio de encontrar mais tempo para conviver com os idosos. O que a China está buscando hoje é criar uma indústria de serviços aos idosos, com pessoal qualificado que possa atender à necessidade desse público.

Uma das soluções que já estão sendo exploradas é a construção de asilos dentro dos bairros, para que os idosos possam ficar próximos de suas famílias. Além disso, os chineses investem em tecnologia para oferecer serviços de maior qualidade. Uma das alternativas em experimentação neste momento são os serviços de longa distância. Os médicos já estão fazendo alguns testes, com consultas básicas e estão evoluindo pouco a pouco para questões mais complexas.

Outro desafio do envelhecimento populacional diz respeito à seguridade. A idade de aposentadoria na China está na média de 60 anos. Com o desenvolvimento tecnológico, essas pessoas ainda estão ativas econômica e socialmente. Por isso, é possível desenhar políticas públicas para que possam contribuir com a sociedade. As empresas privadas também podem entrar nesse mercado e diminuir a pressão sobre o governo.

Um ponto importante a considerar na realidade chinesa é que a previdência é tratada como um tema local, diferentemente de outros países. Outra questão é que, na China, não há tratamento hospitalar gratuito. Embora os hospitais sejam públicos, as pessoas pagam pelas consultas e serviços médicos. Agora, o governo começa a inovar na sua política de financiamento e acesso à saúde, incluindo também a questão da oferta de seguros de saúde, reduzindo o impacto do custo para o cidadão comum.

# DIREÇÕES DA COOPERAÇÃO ECONÔMICA BRASIL-CHINA: TENDÊNCIAS E DESAFIOS EM COMÉRCIO E INVESTIMENTO

Maior parceiro comercial do Brasil desde 2009, a China vive um momento de muitas transformações que podem representar oportunidades para avanços na relação entre os dois países. Em 2018, o Brasil exportou US\$ 64,2 bilhões de dólares para a China e importou US\$ 28,8 bilhões, resultando em um superávit de US\$ 35,4 bilhões. Além de importante para a balança comercial, a China já é um grande investidor em obras de infraestrutura no Brasil.

Nesse contexto, quatro especialistas apresentaram linhas de pensamento acerca das tendências e desafios em comércio e investimento durante o segundo painel. Moderado pela *Senior Fellow* do CEBRI e Sócia-Diretora na Vallya, Larissa Wachholz, o painel contou com a participação do Embaixador Luiz Augusto de Castro Neves, Vice-Presidente Emérito do CEBRI e Presidente do CEBC; He Jiang, Vice-Presidente da PetroChina International (Brasil) Trading Ltda; Pablo Machado, Diretor-Executivo de Relações Institucionais da Suzano; e Grazielle Parenti, Diretora Global de Relações Institucionais e Governamentais da BRF.





A atual agenda de reformas e ajustes pela qual o Brasil está passando neste momento – aliada à possibilidade de retomada do crescimento econômico – foi apontada como um fator favorável para o país no contexto de economia globalizada. Por outro lado, o modelo de protecionismo nacional não encontra aderência ao conceito do mercado global.

Principal parceria comercial do Brasil, a China tem sido também o maior investidor estrangeiro no Brasil nas últimas duas décadas. Em uma primeira fase, os investimentos chineses foram em setores ligados à exportação de *commodities* para a China, como minério de ferro,

soja e outros produtos ligados ao agronegócio. Em uma segunda fase, foram investimentos industriais, com a instalação de fábricas no Brasil, como a de veículos da Cherry, por exemplo. Na terceira fase, entraram no setor de serviços, em especial, financeiros, com o ingresso dos bancos chineses no Brasil. E, mais recentemente, iniciou uma quarta fase, que é a presença chinesa em setores da infraestrutura brasileira, com empresas investindo em óleo e gás e energia elétrica.

Não são investimentos conjunturais, que se aproveitam de um momento em que os ativos brasileiros estão mais baratos; indicam uma presença crescente e perene dos chineses na economia brasileira. Nesse sentido, há oportunidades de melhoria do ambiente regulatório brasileiro para atração de investimentos chineses em sintonia com uma visão estratégica de longo prazo que se traduzam em benefícios para ambas as sociedades.

A reforma do sistema tributário e a melhora dos processos para abertura de empresas e obtenção de licenças ambientais no Brasil foram apontadas como chave para o desenvolvimento do ambiente de negócios no país, visando à atração de novos investimentos estrangeiros, em especial, chineses.



Os investimentos chineses no Brasil estão em sintonia com a presença das empresas chinesas em outros países e regiões do mundo, como EUA, Canadá, Europa Central, África, entre outros. Isso tem relação com o objetivo maior da política econômica chinesa de promover a correta inserção da China na economia mundial. A estratégia é integrar-se da melhor maneira possível à economia global.

Na posição de segunda maior economia do mundo, a China mudou o centro de gravidade da economia mundial, que atualmente está voltado para a Ásia, que também abriga a 3ª maior economia do mundo (Japão) e de países que crescem a taxas superiores à média global, como a Coreia de Sul e o Vietnã.

A velocidade com que a China tem conseguido imprimir em desenvolvimento social, tecnológico e comercial foi destacada como referência global. A China retirou, nos últimos 20 anos, 600 milhões de pessoas da pobreza; o país tem virtualmente 100% da população alfabetizada; e wi-fi de alta velocidade cobrindo 100% do seu território, inclusive a zona rural. Em resumo, a China saiu de uma economia primária na década de 60 para uma economia industrial nas décadas de 80 e 90 e, agora, apresenta uma economia de altíssima tecnologia.



Uma sociedade que tem diferenças culturais profundas em relação à civilização ocidental; uma população que tem costumes diferentes e que se desenvolve de maneira diferente. Uma realidade cada vez mais concreta no contexto global é que a liderança da China no cenário mundial é algo inexorável. É hoje a única economia que cresce de forma consistente.

Algo que chama atenção – e que é motivo central desse ciclo virtuoso que a China criou – foi a sua política de Estado e o fato de que o planejamento chinês não é realizado em ciclos eleitorais. O planejamento é feito em ciclos de 20 a 30 anos, que se subdividem em ciclos menores de 5 anos para implementação dos planos. Esse modelo trouxe consistência e robustez ao plano de desenvolvimento chinês, que o mundo ocidental não conseguiu replicar, porque tem uma outra lógica desenvolvimentista e um outro ciclo de planejamento.

O Brasil tem muita conexão, tanto de valores como de alguns comportamentos, que podem representar grandes oportunidades. Um dos pontos diz respeito às colaborações no campo ambiental. O Brasil, ao longo das últimas décadas, teve um crescimento significativo, tanto no âmbito de políticas públicas quanto na

iniciativa privada. O segundo ponto é em infraestrutura, onde os países vêm, cada vez mais, estreitando laços.

No setor do agronegócio, há uma enorme complementariedade entre os mercados brasileiro e chinês, o que proporciona o desenvolvimento de parcerias estratégicas de longo prazo. O Brasil é o maior exportador mundial de aves e o 4º maior exportador mundial em suínos. O Brasil tem mais de 70% do *market share* de importação de frangos na China. Em suínos, o Brasil está em segundo lugar.

No mercado de proteína animal, as relações governamentais são chave para o desenvolvimento dos negócios. Presente no mercado chinês há cerca de 15 anos, a BRF, por exemplo, oferece seus produtos a partir de diferentes marcas, inclusive locais, ao consumidor chinês. Não basta à empresa ter o produto, oferecer um bom preço e ter acesso ao cliente. É muito importante a atuação dos governos para regimes sanitários, seja por questões de saúde pública ou qualidade. O consumidor chinês está exigindo cada vez mais qualidade. Nesse aspecto, o alto nível do produto brasileiro é um diferencial e tem condições de chegar ao mercado chinês com competitividade.

Presente no Brasil desde 2014, a PetroChina International está buscando novos projetos de investimento no país. No segundo semestre de 2018, a empresa abriu uma *joint venture* com uma empresa local brasileira para aumentar a capilaridade de atendimento no mercado nacional. A alta qualidade do óleo oriundo do pré-sal brasileiro também representa uma oportunidade para atração de investimentos de empresas chinesas de energia.



No outro sentido, a empresa brasileira de celulose Suzano, presente na China há cerca de 20 anos, testemunhou a evolução da economia chinesa. No início, a empresa se colocava como uma supridora de celulose como matéria-prima para produção de papeis de impressão. O processo de urbanização pelo qual a China passou nos últimos 20 anos fez crescer a demanda por produtos finais, como papel higiênico e papel toalha, o que abriu uma segunda avenida de oportunidade de negócios para o Brasil.

Com condições climáticas e de solo muito favoráveis, associadas à tecnologia florestal desenvolvida pelas empresas brasileiras, o Brasil está em uma posição de produtividade e eficiência que nenhuma outra região do mundo tem. Mesmo com



um ciclo de 8 anos entre investimento e receita no setor florestal, o Brasil tem vantagem em relação a outros países. Nos EUA, esse ciclo é de 21 anos; nos países escandinavos, de 30 a 40 anos; e, na China, de 15 a 20 anos. Isso tudo coloca o produto brasileiro em uma posição de alta competitividade.

A China vem focando seus esforços em políticas ambientais de uma forma muito disciplinada, que já têm gerado efeitos positivos em despoluição de solo, água e ar. Como parte dessas políticas ambientais, o país promoveu o fechamento de capacidades de produção de celuloses poluentes e banuiu a política da importação de aparas, que são papéis já utilizados e muito sujos, que demandam processos químicos.

Com alta tecnologia em preservação florestal, tanto de florestas plantadas quanto de nativas, além de alta eficiência e baixo custo para reflorestamento, o Brasil tem muito a contribuir com a China. Os dois países têm também um enorme campo de colaboração no âmbito da prestação de serviços ambientais, que tem valor para questões de controle de mudanças climáticas e poluição do ar.

## ECOSSISTEMAS DE INOVAÇÃO, CONECTIVIDADE E DIGITALIZAÇÃO: PARADIGMAS E CONVERGÊNCIAS ENTRE CHINA E BRASIL

A inovação tecnológica foi um dos pilares da transformação e evolução pelas quais a China vem passando nas últimas décadas. Na era dos dados, a China vem acumulando uma série de experiências em diferentes setores e certamente é *benchmarking* para o desenvolvimento de projetos no Brasil.

A inovação tecnológica foi um dos pilares da transformação e evolução pelas quais a China vem passando nas últimas décadas o país passou em curto espaço de tempo e foi foco do debate do terceiro painel do Seminário Parceria Brasil-China.

Cinco convidados participaram do painel, moderado pela jornalista Heloísa Magalhães: Pedro Mariani, CEO do Banco BOCOM BBM; Marcelo Porteiro, Superintendente da Área de Operações e Canais Digitais do BNDES; Adriano Proença, Professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e Membro do Conselho Científico do Instituto de Estudos Brasil-China (IBRACH); Paulo Dallari, Líder de Relações Institucionais da 99 no Brasil, empresa da Didi Chuxing; e Celina Bottino, Diretora de Projetos do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS-Rio).





A princípio, é preciso compreender como se deu o processo de formação do ecossistema de inovação chinês. Ele nasce a partir do 13º Plano Quinquenal da China (2016–2020). O processo de elaboração desses planos é extremamente capilar, com o envolvimento de muitos e diferentes agentes, entre empresas nacionais e estrangeiras, *think tanks*, Banco Mundial, universidades e outros, que são convidados a participar para construir o sentido da próxima fase de evolução da China. Atualmente, a China elabora a 14.º edição do Plano.

Nesse processo, a academia chinesa elaborou uma série de *road maps* tecnológicos, fez um exercício de prospecção com olhar de longo prazo e apresentou seus *inputs*. No ano que antecede o lançamento, os chineses definem as diretrizes do plano, a partir do qual províncias, cidades e empresas estruturam seus planos e estratégias. Um dos projetos específicos gerados a partir do 13º Plano foi o atual Plano Nacional de Desenvolvimento da Ciência e Tecnologia de Médio e Longo Prazos. Assim, a ideia de construir um ecossistema de inovação tal qual se forma hoje vem de um planejamento anterior.

Outro ponto que merece atenção é a forma como os chineses mantêm, desde os anos 80, a centralidade das empresas no ecossistema de inovação. Há 40 anos, a China procura deslocar, do Estado e universidade, o foco das discussões em pesquisa e desenvolvimento para as empresas, como centro do processo de inovação. Assim, a empresa torna-se o local em que acontece a inovação.

Paralelamente, há uma reformulação, que vem sendo gestada ao longo do tempo, sobre alternativas de oferta de financiamentos para a inovação. Para isso, foi criada estrutura do governo para gerir ciência e tecnologia, por meio de uma pasta transversal aos vários ministérios. Então, há uma preocupação enorme com a fragmentação das políticas, sustentada pelo lema que move o atual governo chinês: o desenvolvimento motorizado pela inovação.

Em um ambiente de enorme competição e altas jornadas de trabalho, os chineses cunharam o conceito da inovação secundária, que significa inovar a partir de uma tecnologia já existente. Esse processo é infinito, porque, à medida que novas tecnologias são incorporadas, é possível melhorar produtos e processos o tempo todo. Isso vem garantindo, por exemplo, alta competitividade a empresas de médio porte.

Nesse contexto, nascem e se desenvolvem uma série de projetos, muitos deles com viés tecnológico. Um exemplo prático apresentado pela empresa de aplicativos

Didi Chuxing – que na virada de 2017 para 2018 adquiriu a brasileira 99 – foi o uso efetivo da tecnologia para a gestão de semáforos das cidades, recentemente implementada em Porto Alegre, no Brasil. Com *big data* acumulado e computação em nuvem, o sistema – que já foi testado com sucesso pela Didi na cidade de Jinan, na China –, monitora problemas de trânsito em tempo real para identificar problemas e avaliar soluções. O sistema de sinais de trânsito inteligentes ajusta os tempos de luz verde ou vermelha ao fluxo e velocidade dos carros, a fim de aliviar congestionamentos.



Há outros projetos de tecnologia a partir do uso de dados em andamento na China e que poderão ser compartilhados, como na área de segurança, com a checagem de antecedentes de motoristas e passageiros, controle de viagens, refinamento de trajetos etc. São exemplos de projetos que podem ser compartilhados porque os objetivos e desafios nos dois países são muito próximos. Ainda que haja uma diferença de escala populacional, com relação às cidades, os desafios são muito similares entre Rio de Janeiro e Pequim, por exemplo.



A própria aquisição da 99 pela Didi é um exemplo prático de convergência entre empresas dos dois países. Foram dois anos de trabalho conjunto e integração de equipes, produtos, processos e tecnologia. As duas empresas nasceram no mesmo ano (2012) como aplicativo com foco em táxi. Ambas tinham, na sua essência, o mesmo objetivo: inverter a lógica da regulamentação de táxi, que olhava muito para o prestador de serviço, mas deixava o usuário final à mercê. O mercado de táxi chinês era muito parecido com o brasileiro: fechado e com barreiras de entrada, controle de preços e uma série de burocracias.

As duas empresas também fizeram a opção por aguardar o avanço da regulamentação, muito por terem uma visão de que deveriam ter uma postura colaborativa com o governo, de construção de política pública, e não de enfrentamento. Uma vez que os desafios

urbanos (poluição, trânsito, regulamentação, dentre outros) eram similares, a sinergia entre as empresas aconteceu de forma mais natural. Hoje, a Didi faz 30 milhões de corridas por dia. No Brasil, tem 600 mil motoristas cadastrados e 18 milhões de usuários. No mundo, são 31 milhões de motoristas cadastrados.

O modelo de experimentalismo chinês, sustentado por um ambiente regulatório que estimula a inovação, impressiona e acontece na prática no ambiente das cidades. Considerada um *hub* de inovação, há cidades na China onde é possível projetar, prototipar e lançar um produto em menos de uma semana. O 5G está disponível nas ruas e a frota de transporte público já é movida por energia elétrica.



Nesse contexto, há uma série de oportunidades e sinergias entre China e Brasil, que tem hoje 70% da sua população conectada à Internet. Hoje, o Brasil é o 2º país do mundo onde as pessoas passam mais tempo conectadas, com uma média de 9 horas por dia. No setor financeiro, por exemplo, ambos os sistemas estão à frente na revolução de meios de pagamento e de utilização da tecnologia para ser mais eficaz e também aumentando a concorrência nos serviços e no crédito. No Brasil, por iniciativa do Banco Central, a partir do governo Temer, passou-se a ter um programa efetivo para um mercado financeiro tecnologicamente de ponta, baseado no conceito do *open bank*.

O Brasil vai se inserir no *open bank* a partir de 2020 e o BNDES caminha nessa direção. O banco criou um *market place* voltado para a micro e pequena

empresa, onde procura fazer conexões entre as necessidades e soluções para esse público, tanto para crédito quanto para outros produtos financeiros. Em um primeiro momento, foi desenhado um processo de *matching* de crédito e o BNDES já chegou à marca de quase R\$ 1 bilhão de créditos concedidos nesse portal.

A partir de um processo que inclui a utilização de algoritmos e inteligência artificial, o banco lê as características dessas empresas e quais são suas necessidades e tenta fazer um processo de *matching* com ofertantes de crédito, primeiro com instituições financeiras e agora está caminhando para as Fintechs. O BNDES acredita que as Fintechs têm um potencial grande para trazer soluções, especialmente focadas e voltadas para empresas que estão com mais dificuldade de acesso ao crédito.



Com essa plataforma, o BNDES espera se habilitar para tirar o máximo proveito da regulamentação do *open bank* a partir de 2020 e promover uma competição bancária cada vez maior, fazendo com que o crédito alcance a micro e pequena empresa com mais qualidade, efetividade e menor custo.

Na China, a experiência do banco digital MYBank, do fundador do Alibaba, está revolucionando a concessão de crédito às pequenas empresas. O MYBank tem apenas quatro anos e já emprestou US\$ 290 bilhões (cerca de R\$ 1 trilhão) para quase 16 milhões de pequenas empresas. O BNDES, mesmo com toda a sua capacidade, encontra obstáculos que o MYBank não encontra. A execução do Cadastro Positivo, por exemplo, que permite o acesso da instituição ao histórico bancário com a permissão do cliente, é um dos parâmetros que certamente poderiam agilizar a concessão de crédito no Brasil.

Nesse sentido, fica claro que as novas tecnologias têm um potencial disruptivo também no sistema financeiro, com o viés de mudar o padrão em favor das boas empresas, que têm um bom plano e histórico positivo, mas que os modelos atuais não conseguem captar. O ecossistema brasileiro conta hoje com cerca de 500 Fintechs e as soluções emergem, agregando muito valor.

## CONCLUSÃO

---

O trabalho de pesquisa do CEBRI sobre Brasil e China indica uma série de oportunidades de negócios, parcerias e colaborações entre as duas economias. Às vésperas da XI Cúpula do BRICS, realizada nos dias 13 e 14 de novembro de 2019, no Palácio Itamaraty, sede do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, em Brasília, o CEBRI promove um debate rico que contribui para estimular o desenvolvimento de novos negócios e parcerias bilaterais.

Historicamente, a China soube aproveitar as oportunidades da globalização da indústria eletrônica e do acesso à tecnologia de uso amplo e desenvolveu sua indústria e suas cidades participando ativamente do intercâmbio científico e das complementariedades sistêmicas globais.

Do ponto de vista brasileiro, é possível observar que os investimentos da China no Brasil estão hoje em um momento particularmente propício. Se afirmam as complementariedades entre a necessidade de segurança alimentar e energética da China e a capacidade de resposta brasileira, mesmo se o contexto tarifário de comércio seja de baixo valor agregado e permita diversificação. Mas, ao mesmo tempo, é diversificada a trajetória do investimento, independentemente de ciclos conjunturais. Hoje, estão presentes no Brasil mais de 200 empresas chinesas, nos mais diversos setores e áreas de inovação, tais como Finanças, Transportes, Comunicação e Digital.

Esse denso contexto empresarial permite o desenvolvimento de uma agenda de inovação importante entre os dois países. A economia digital e a busca pela sustentabilidade estão transformando profundamente o mundo empresarial e a inserção do Brasil e da China na economia global. Em um futuro próximo, todos os países enfrentarão os desafios crescentes da desigualdade, da sustentabilidade e das novas tecnologias. O Brasil soma, a esses desafios, vários problemas ainda não resolvidos, como a pobreza, a educação e a infraestrutura.

Nesse sentido, o estado brasileiro pode se inspirar no mecanismo de construção dos planos de desenvolvimento quinquenais da China para estabelecer um modelo próprio de planejamento de país. As grandes estatais chinesas, quando participam do plano, levam seus interesses e agendas. As empresas se alinham e fazem seus próprios planos. O processo de construção de um plano reflete as ambições e horizontes onde os agentes podem se alinhar. Os indicadores que medem os resultados do plano são construídos com engenharia para acompanhar

o desenvolvimento do plano. Os chineses são profundamente conscientes das performances locais e também na comparação com experiências do exterior.

Planejamento estratégico parece ser a chave para o desenvolvimento chinês. Recentemente lançado, o gigantesco programa de construção da China para recriar rotas comerciais da Ásia para a África e a Europa – chamada Nova Rota da Seda – está ganhando força e também pode representar uma oportunidade para o Brasil. Desde que foi anunciado, há cerca de cinco anos, deu impulso a bilhões de dólares em investimentos chineses – alguns dos quais já estavam em preparação há vários anos – para construir ferrovias, estradas, portos e usinas de energia.

De qualquer forma, a iniciativa deve ditar os investimentos externos chineses na próxima década e sinaliza um caminho de crescimento para a China. A Eurásia é o foco principal, mas há sinais de que a América Latina também está no radar da Rota da Seda e o Brasil também pode tirar proveito dessas oportunidades, uma vez que há várias formas de contribuição e parcerias para a inovação nos países onde serão feitos os investimentos. É possível, por exemplo, a troca de plataformas entre universidades e a integração de projetos e laboratórios tecnológicos. Na área ambiental, onde o Brasil detém *expertise* e tecnologia de ponta, as oportunidades com os megaprojetos chineses são fantásticas.

O desenvolvimento tecnológico, que permite desde a inserção de produtos locais no mercado global a pessoas mais pobres no sistema financeiro, também estimula a geração de emprego e renda. A partir da experiência chinesa, é possível concluir que o processo de inovação nasce nas empresas a partir dos desafios cotidianos e se concretiza nas cidades, que é onde as pessoas vivem. Nesse sentido, o Brasil tem alta sinergia em diversos pontos com a China e, com planejamento e estratégia, pode se beneficiar não apenas para promover desenvolvimento sustentável local – com a oferta de um melhor padrão de qualidade de vida para sua população –, mas também tirar vantagens competitivas no mercado global.



CENTRO BRASILEIRO DE  
RELAÇÕES INTERNACIONAIS

## CONSELHOS

---

### Presidente

José Pio Borges

### Presidente de Honra

Fernando Henrique Cardoso

### Vice-Presidentes

Jorge Marques de Toledo Camargo

José Alfredo Graça Lima

Tomas Zinner

### Vice-Presidentes Eméritos

Daniel Klabin

José Botafogo Gonçalves

Luiz Augusto de Castro Neves

Rafael Benke

### Conselheiros Eméritos

Celso Lafer

Luiz Felipe de Seixas Corrêa

Luiz Fernando Furlan

Marcos Azambuja

Pedro Malan

Roberto Teixeira da Costa

Rubens Ricupero

### Diretora Executiva

Julia Dias Leite

### Conselho Curador

André Clark

Anna Jaguaribe

Armando Mariante

Arminio Fraga

Carlos Mariani Bittencourt

Claudio Frischtak

Demétrio Magnoli

Edmar Bacha

Gelson Fonseca Jr.

Henrique Rzezinski

Ilona Szabó

Joaquim Falcão

José Aldo Rebelo

José Luiz Alquéres

Luiz Ildefonso Simões Lopes

Marcelo de Paiva Abreu

Marcos Galvão

Maria do Carmo (Kati) Nabuco de Almeida Braga

Paulo Hartung

Renato Galvão Flôres Jr.

Roberto Abdenur

Ronaldo Veirano

Sergio Amaral

Vitor Hallack

Winston Fritsch

### Conselho Internacional

Albert Fishlow

Alfredo Valladão

Andrew Hurrell

Felix Peña

Flávio Damico

Julia Sweig

Kenneth Maxwell

Leslie Bethell

Marcos Caramuru

Marcos Jank

Monica de Bolle

Sebastião Salgado

## SENIOR FELLOWS

---

André Soares  
Benoni Belli  
Clarissa Lins  
Daniela Lerda  
Denise Nogueira Gregory  
Diego Bonomo  
Evangelina Seiler  
Fabrizio Sardelli Panzini  
Fernanda Guardado  
Paulo Sergio Melo de Carvalho  
Izabella Teixeira  
Larissa Wachholz  
Leandro Rothmuller  
Maitê Bustamante  
Mario Marconinl  
Matias Spektor  
Monica Herz  
Patrícia Campos Mello  
Paulo Velasco  
Pedro da Motta Veiga  
Regis Percy Arslanian  
Ricardo Sennes  
Rogerio Studart  
Sandra Rios  
Tatiana Rosito  
Valdemar Carneiro Leão Neto  
Vera Thorstensen

# ASSOCIADOS

---

## Instituições

ABIQUIM

Aeróleo Táxi Aéreo

BAMIN

Banco Bocom BBM

BMA Advogados

BNDES

BRF

Brookfield Brasil

Bunker One

Captalys Investimentos

CCCC South America Regional Company

Colégio Bandeirantes

Consulado Geral dos Países Baixos no Rio de Janeiro

Consulado Geral da Irlanda em São Paulo

Consulado Geral do México no Rio de Janeiro

Consulado Geral da Noruega no Rio de Janeiro

CTG Brasil

Dannemann, Siemsen, Bigler & Ipanema Moreira

Dynamo

EDP

Eletrobras

Energisa

ENEVA

ENGIE Brasil

Equinor

ExxonMobil

FCC S.A.

Grupo Lorentzen

IBÁ

IBP

IBRAM

Icatu Seguros

Invest Hong Kong

Ipanema Investimentos

Itaú Unibanco

JETRO

Klabin

Lazard

Michelin

Museu do Amanhã

Neoenergia

Oktri Empreendimentos

Paper Excellence

Petrobras

Pinheiro Neto Advogados

Prumo Logística

Repsol Sinopec

Sanofi

Santander

Shell

Siemens

Souza Cruz

State Grid

Tecnoil

Total E&P do Brasil

Vale

Veirano Advogados

Vinci Partners

---

## Sócios individuais

Adriano Abdo  
Álvaro Otero  
Antonio Poncioni Mérian  
Armínio Fraga  
Carlos Leoni de Siqueira  
Carlos Mariani Bittencourt  
Celso Lafer  
Claudine Bichara de Oliveira  
Cristina Pinho  
Décio Oddone  
Eduardo Marinho Christoph  
Eduardo Prisco Ramos  
Fernando Bodstein  
Fernando Cariola Travassos  
Frederico Axel Lundgren  
Guilherme Frering  
Henrique Rzezinski  
Jaques Scvirer  
João Felipe Viegas Figueira de Mello  
João Roberto Marinho  
José Francisco Gouvêa Vieira  
José Roberto de Castro Neves  
Larissa Wachholz

Laura Pinheiro  
Leonardo Coelho Ribeiro  
Marcelo Weyland Barbosa Vieira  
Marcio João de Andrade Fortes  
Maria Pia Mussnich  
Mauro Viegas Filho  
Najad Khouri  
Paulo Ferracioli  
Pedro Leitão da Cunha  
Ricardo Haddad  
Ricardo Levisky  
Roberto Abdenur  
Roberto Amadeu Milani  
Roberto Guimarães Martins-Costa  
Roberto Pereira de Almeida  
Roberto Prisco Paraíso Ramos  
Roberto Teixeira da Costa  
Rosana Lanzelotte  
Sergio Zappa  
Stelio Marcos Amarante  
Thomas Trebat  
Tomas Zinner  
Victor Galante  
Vitor Hallack

---

## Membros fundadores

Carlos Mariani Bittencourt  
Celso Lafer  
Daniel Klabin  
Eliezer Batista da Silva (*in memoriam*)  
Gelson Fonseca Jr.  
João Clemente Baena Soares  
Luciano Martins de Almeida (*in memoriam*)  
Luiz Felipe Palmeira Lampreia (*in memoriam*)  
Luiz Olavo Baptista  
Maria do Carmo (Kati) Nabuco de Almeida Braga  
Marcus Vinicius Pratini de Moraes  
Roberto Teixeira da Costa  
Sebastião do Rego Barros Netto (*in memoriam*)  
Walther Moreira Salles (*in memoriam*)

---

## Membros Eméritos

Célio Borja  
Eliezer Batista da Silva (*in memoriam*)  
Hélio Jaguaribe (*in memoriam*)  
João Clemente Baena Soares



CENTRO BRASILEIRO DE  
RELAÇÕES INTERNACIONAIS

---

Desde 1998, o *think tank* de referência em relações internacionais no Brasil. Eleito em 2018 o terceiro melhor da América do Sul e Central pelo índice Global Go To Think Tanks and Civil Societies Program da Universidade da Pensilvânia.

---

#### **ONDE ESTAMOS:**

Rua Marquês de São Vicente, 336  
Gávea, Rio de Janeiro - RJ - Brasil  
22451-044

Tel: +55 (21) 2206-4400

[cebri@cebri.org.br](mailto:cebri@cebri.org.br)

---



[@cebrionline](#)

[www.cebri.org](http://www.cebri.org)