

Governo do Estado lança 2ª Missão de Empresários Mineiros para a China

Ter 27 fevereiro

Com um PIB de US\$ 11,2 trilhões e uma população de 1,3 bilhão, em movimento de expansão urbana e em processo de ocidentalização, a China é, hoje, um mercado com oportunidades para entrada e consolidação de novas marcas.

Com o objetivo de promover as exportações de Minas Gerais nesse grande mercado asiático, a [Agência de Promoção de Investimento e Comércio Exterior de Minas Gerais \(Indi\)](#), realiza a 2ª Missão de Empresários Mineiros à China. A missão, que acontece entre os dias 9 e 18 de maio de 2018, foi lançada ao público no 2º China Day.

A programação da missão contará com atividades em Hong Kong e Shanghai. A agenda inclui encontros de negócios, eventos de relacionamento, com apresentação da gastronomia do estado e a participação nas feiras Gourmet Asia e Sial China. Uma novidade da segunda edição da missão à China é que Minas Gerais contará com um estande na Sial China, maior feira de alimentos e bebidas da Ásia, onde os empresários mineiros participantes poderão expor seus produtos.

“Em virtude da estruturação da identidade da gastronomia mineira, com o programa +Gastronomia, estaremos com um estande próprio. Será um espaço de apresentação do produto, com degustação, com capacidade de atender ao público da feira e de atender ao público interessado em gerar negócios com os empresários”, afirma a diretora-presidente do Indi, Cristiane Serpa.

Na missão, o Indi trabalha junto à [Secretaria de Estado de Turismo de Minas Gerais \(Setur-MG\)](#) e ao Programa +Gastronomia, que comporta o espaço Mineiraria.

Preparação para as empresas

O processo de urbanização em curso na China aponta para novos hábitos alimentares e para a diversificação da cesta de consumo. No setor de alimentos e bebidas, há um crescimento médio anual de 9,23% nas importações, segundo dados da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex).

“Concorrer com produtos baratos e homogêneos é pouco lucrativo. O caminho é a diferenciação, construindo qualidade e identidade da marca”, diz o diretor e vice-presidente do Indi, Ricardo Ruiz, Foco em nichos de mercado e adequação do produto segundo parâmetros sanitários também devem ter a atenção de empresas que desejam entrar no mercado chinês.

Para preparar os empresários mineiros, a participação na missão inclui um processo anterior e mais amplo que a agenda na China. As empresas participantes contarão com acompanhamento técnico especializado pela equipe do Indi e *coaching* com especialista no mercado asiático, além do desenvolvimento de materiais promocionais para divulgação. A *trader* da cachaça mineira Batista,

Patrícia Caldas, falou sobre esse tipo de serviço oferecido também na Missão de Exportadores Mineiros à Europa, que o Indi promoveu entre 2 e 11 de outubro do ano passado.

“Esse apoio oferecido foi muito importante para nós. Foi uma construção em parceria com o Indi para que estivéssemos aptos para apresentar o nosso trabalho de uma forma mais profissional, mais adequada. Exportar exige algo mais do empresário. Você tem que estar antenado, buscar o que você quer, com paciência, sabendo que cada país tem particularidades culturais e formas de fazer negócios muito diferentes. É importante traduzir essa forma cultural e se adequar à nova realidade”, afirma.

A Cachaça Batista já exportou uma primeira remessa de produtos para a Alemanha, e está em contato com outras empresas do país que manifestaram interesse em fazer negócios.

Atividades e agenda

A missão se inicia no dia 8 de maio, em Hong Kong, onde será feita visita à feira Gourmet Asia. No dia 12 a delegação se desloca para Shanghai. A agenda inclui encontros de negócios personalizados nas duas etapas do projeto, visitas técnicas e eventos de relacionamento empresarial.

A gerente de negócios internacionais da Forno de Minas, Gabriela Cioba, esteve no 2º China Day, realizado em auditório do BDMG na última semana, e manifestou interesse da empresa em participar da missão.

“O pão de queijo não é conhecido na China, mas, com a abertura de mercado, com a ocidentalização, vejo muito potencial para o nosso produto. Fizemos adaptações em relação ao paladar e nova embalagem. Mas é muito importante apresentar como consumir: temos que ensinar o que é o pão de queijo, relacionar com o que o chinês gosta de consumir e mostrar como o produto vai entrar na vida do chinês”, diz Gabriela.

Para aproximar as duas culturas, além das rodadas de negócio formais, a missão contará com momentos de apresentação da gastronomia, utilizando produtos apresentados nas feiras, com a participação de compradores e formadores de opinião. O Indi oferecerá, ainda, intérpretes e transporte para compromissos oficiais.

Serviço:

2ª Missão de Empresários Mineiros à China

Onde: Hong Kong e Shanghai

Quando: 9 a 18 de maio de 2018

20 vagas para empresas sediadas em Minas Gerais

Inscrições: devem ser feitas até 16/3 pelo site www.minasnachina.com.br

OBS: A participação na missão é gratuita aos empresários mineiros, que devem arcar com os custos diretos de participação (passagens aéreas, acomodação, alimentação, visto e seguro viagem, entre outros).

Outras informações:

Promoção, Comunicação e Relações Institucionais do Indi

(31) 3360-6890