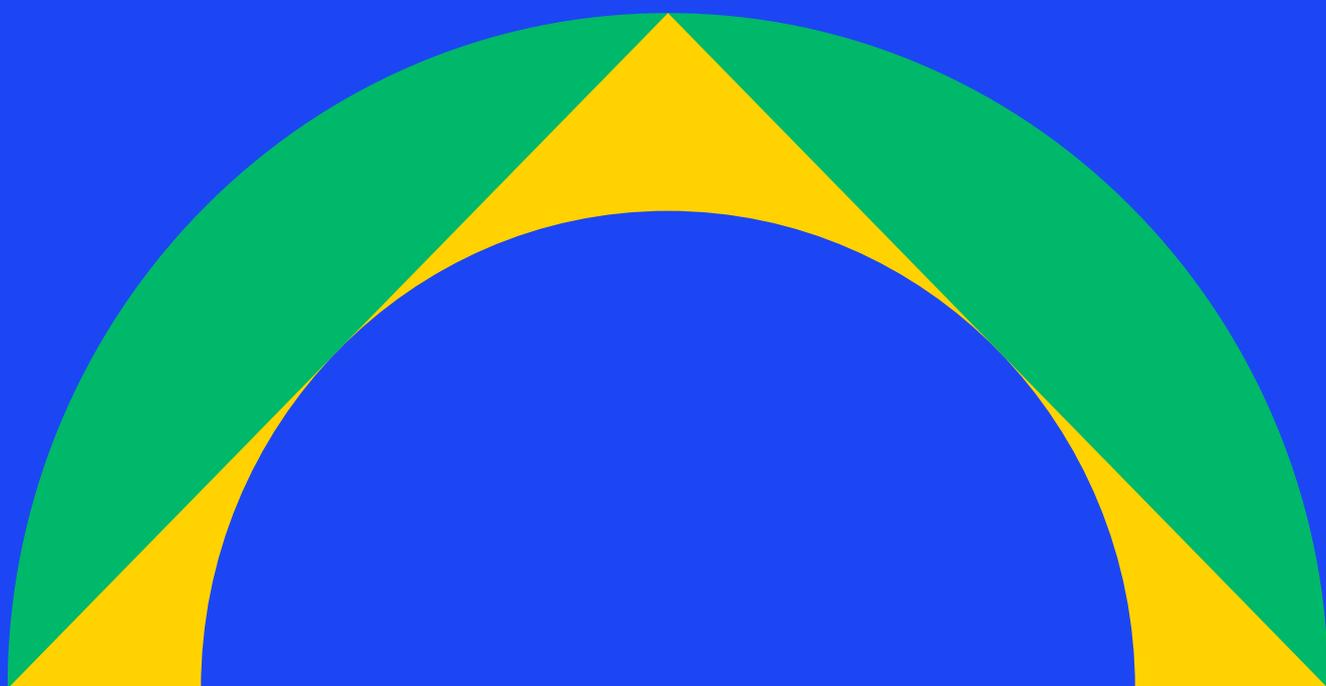


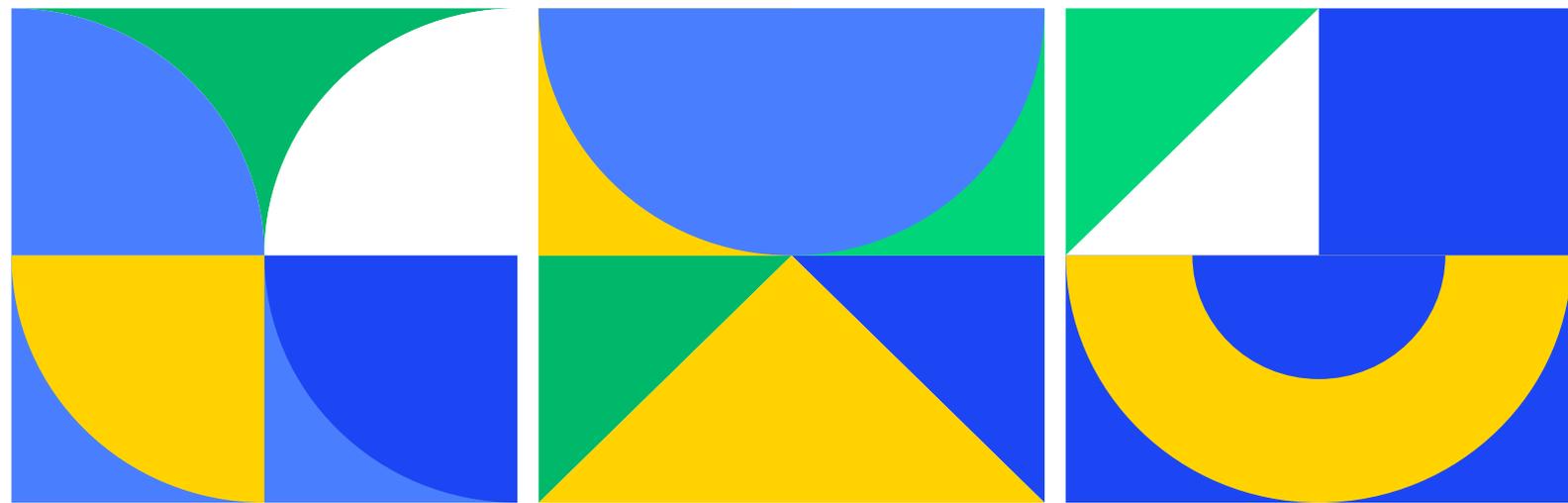
apexBrasil 

RELATÓRIO DE DESEMPENHO

 2022







RELATÓRIO DE DESEMPENHO 2022

apexBrasil 

SEDE

Setor de Autarquias Norte, Quadra 5, Lote C, Torre B, 12º ao 18º
andar, Centro Empresarial CNC, Asa Norte

CEP 70.040-250

Brasília - DF

Tel.: +55 (61) 2027-0202

Fax: +55 (61) 2027-0263

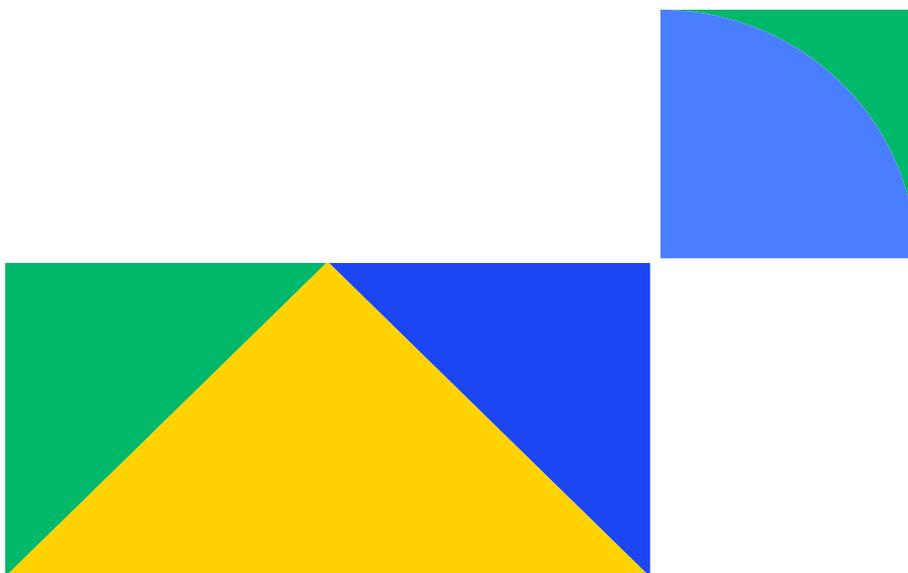
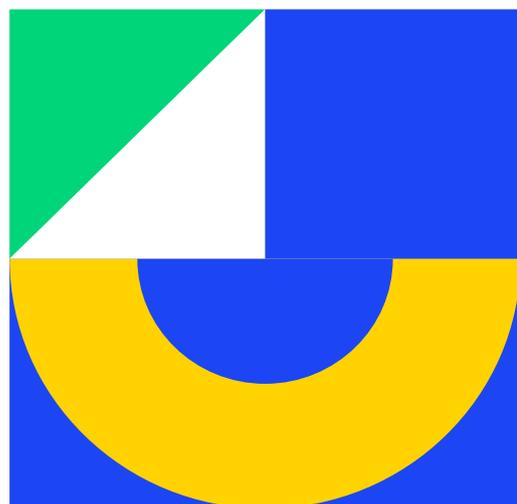
www.apexbrasil.com.br

E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

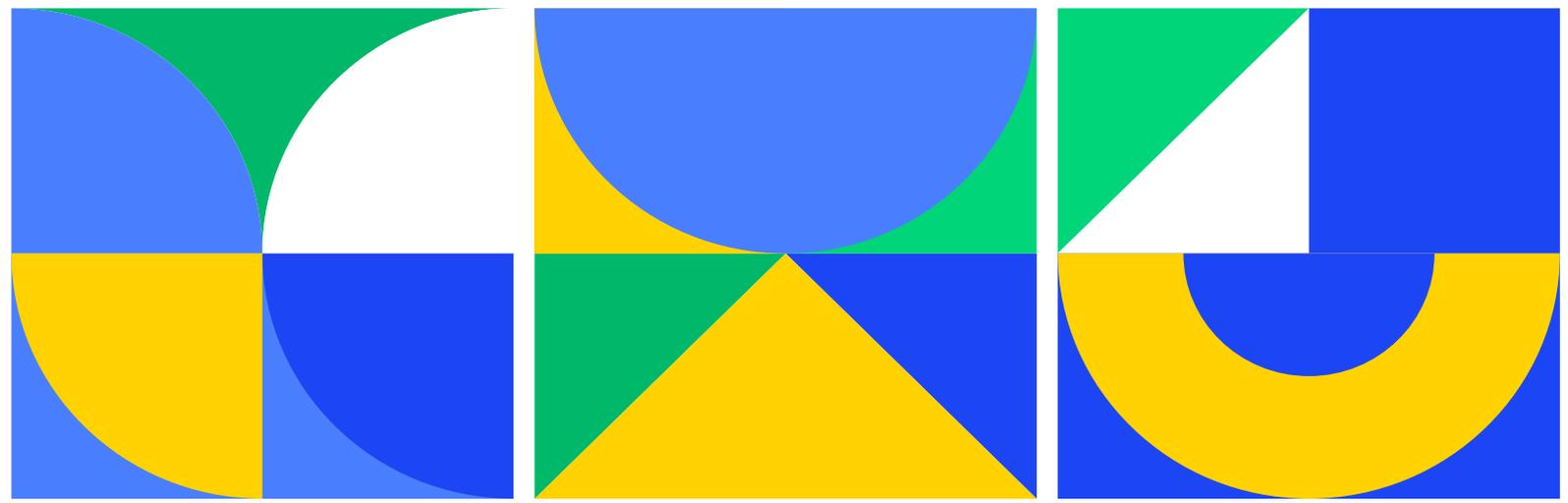
© 2023 ApexBrasil

Todos os direitos quanto ao conteúdo e design deste material são de titularidade exclusiva da ApexBrasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, autorizada sua divulgação desde que citada a fonte.

Sumário



Mensagem da Diretoria Executiva	5
Sobre esse Relatório.....	10
Visão geral da ApexBrasil	12
Quem somos e o que fazemos.....	13
Eixos de atuação.....	14
Modelo de Negócios	15
Nossos Clientes	17
Produtos e Serviços	17
Parcerias.....	19
Plano Estratégico 2020-2023	20
Governança	21
Contrato de Gestão	21
Estratégia	22
Mapa Estratégico 2020-2023.....	22
Metas 2020-2023	23
Resultados e Desempenho da Gestão	24
Conjuntura 2022.....	25
Indicadores das Exportações	27
Execução Orçamentária	30
Recursos	31
Alocação	33
Objetivos, Indicadores e Metas	37
Notas Metodológicas	86
Tabelas Auxiliares	89





MENSAGEM DA DIRETORIA EXECUTIVA



apexBrasil[®]

No ano em que a ApexBrasil celebra seus 25 anos, os resultados alcançados pela Agência reforçam seu compromisso com o país no processo de internacionalização da economia brasileira de forma sustentável, sem deixar de lado o compromisso com seu ativo mais valioso: os colaboradores da ApexBrasil.

Parceiros e clientes reconheceram a relevância da ApexBrasil ao manter o interesse nas ações e serviços prestados pela Agência. Em 2022, foram 14.462 empresas brasileiras atendidas nos diversos produtos e serviços oferecidos, desempenho semelhante ao observado em 2021. Dessas, 6.742 empresas são novos clientes, resultado 19,6 % superior ao alcançado no ano anterior.

Isso mostra que a ApexBrasil se apresenta como um órgão de referência para diversos setores da economia brasileira ao executar políticas de promoção de exportação e atração de investimentos com base na sinergia entre os setores público e privado.

Em linha com valores alcançados pelo Brasil no comércio exterior em 2022, ano em que o país atingiu a marca de US\$ 334,5 bilhões de dólares em exportações, as 3.930 exportadoras apoiadas monitoradas pela ApexBrasil atingiram o valor de US\$ 128,3 bilhões em exportações, o que representa 38% das exportações brasileiras.

Além disso, a Agência, em 2022, seguiu tratando com prioridade a dimensão da imagem do Brasil no mercado internacional. Realizou, nesse âmbito, ações como a Casa Brasil em quatro cidades – Londres, Lisboa, Nova Iorque e Tel Aviv. Além de promover a imagem do País, as Casas Brasil buscam também impulsionar as exportações e atrair investimentos com a exposição de produtos brasileiros de diversos setores. Entre eles, alimentos e bebidas, agronegócio, casa e construção, tecnologia, jogos eletrônicos, moda, entre outros.

Os AgriTalks, por sua vez, são debates de alto nível que reforçam a posição do país como referência global na produção agropecuária sustentável, sendo uma importante iniciativa para a construção e manutenção de imagem e reputação positiva da agricultura brasileira. Os AgriTalks são uma iniciativa conjunta da ApexBrasil, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério das Relações Exteriores (MRE), entre outros parceiros públicos, privados e acadêmicos. Em 2022, a ApexBrasil realizou 16 edições do AgriTalks em diversas regiões do mundo, com destaque para a edição realizada em Paris, na sede da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), dado o nível da audiência e a repercussão das discussões.

Na perspectiva da promoção de Investimentos Estrangeiros Diretos (IED), as ações realizadas facilitaram anúncios no valor de US\$ 7,4 bilhões em investimentos estrangeiros apoiados pela Agência, com a expectativa de geração de mais de cinco mil empregos. Destaque para a 6ª edição do evento Corporate Venture in Brasil, iniciativa realizada pela ApexBrasil e pelo Global Corporate Venture (GCV) que reuniu 25 investidores estrangeiros e um público qualificado de 600 participantes.

A parceria com o Ministério das Relações Exteriores (MRE) é um dos pilares da estratégia da Agência. Nesse sentido, a Agência atuou conjuntamente com o Itamaraty e com os Setores de Promoção Comercial (SECOMs) em 352 ações ao longo de 2022, alcançando 51 países em todos os continentes.

O ano de 2022 também marcou a criação da Gerência da Plataforma Brasil Exportação (GBRAEXP), com a qual a Agência dá início aos trabalhos relativos à iniciativa Global Trade Hub, que tem como objetivo desenvolver uma nova plataforma digital que organize a oferta de serviços de apoio ao exportador e facilite o atendimento da demanda das empresas brasileiras em um único local. Essa iniciativa é uma parceria da ApexBrasil com o Ministério das Relações Exteriores (MRE), o então Ministério da Economia (ME), a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

No recorte setorial, os convênios firmados entre a ApexBrasil e as Entidades Setoriais reforçam a importância da atuação de forma próxima e parceira junto ao setor privado para impulsionar a promoção comercial, o emprego e a renda no país. Buscando a diversificação da pauta exportadora, a Agência encerrou o ano de 2022 com 47 convênios ativos em segmentos do agronegócio, da indústria e de serviços.

Além disso, no ano em que celebrou seus 25 anos de existência, a ApexBrasil orgulha-se de conquistar, pelo terceiro ano consecutivo, a certificação Great Place to Work (GPTW), resultado que demonstra o compromisso da Agência em tornar o ambiente de trabalho acolhedor e motivante, proporcionando a seus colaboradores oportunidades de desenvolvimento e crescimento profissional.

Com a chegada da nova gestão, a Agência construirá novos pilares, alinhados ao novo momento do País, com destaque para o aumento da competitividade e ampliação das oportunidades para as empresas apoiadas, por meio da inclusão de pautas ASG (Ambientais, Sociais e de Governança), do fortalecimento da produção industrial, da agregação de valor à pauta de exportação e do estímulo à inserção de empresas de todos os estados brasileiros no comércio exterior de forma mais equânime, promovendo mais emprego e renda para todo o país.

Dessa forma, a ApexBrasil reforça seu compromisso com a execução das políticas públicas vinculadas à promoção de exportações e investimentos estrangeiros apresentando a seguir um extrato do trabalho realizado em 2022, detalhando nossos objetivos, diretrizes e resultados, com a expectativa de um futuro promissor nos anos vindouros. Boa leitura!

Diretoria Executiva

ApexBrasil



Jorge Viana
Presidente



Ana Paula Repezza
Diretora de Negócios



Floriano Pesaro
Diretor de Gestão Corporativa

ONE-PAGE HIGHLIGHTS

14.462 empresas apoiadas **>** **48,3%** MPEs

5.595

atendidas em
Inteligência

47

Projetos Setoriais

87

ANOPEX

38%

das exportações
brasileiras

US\$ 128,3 bi
em exportações¹

65,2%

tiveram
crescimento das
exportações

61%

exportaram novos
produtos

4.497

empresas
exportadoras

70,7%

exportaram para
novos destinos

Empresas apoiadas apresentaram **29,1% de crescimento** das suas exportações, frente a **19,2% de crescimento** do total das exportações brasileiras, no mesmo período do ano anterior.

¹ Resultados referem-se às empresas com exportações monitoradas (com Termo de Adesão)

+ 9 mil
qualificadas

37 → **12**
Núcleos PEIEX com atendimentos ativos
Novos convênios PEIEX assinados

1.628 Competitividade
945 E-commerce

IED

US\$ 7,4 bi
em anúncios de investimentos estrangeiros apoiados

+ 5 mil
empregos estimados no IED anunciado



Agronegócios, alimentos e bebidas

Empresas²: **2.062**
Exportadoras: **659**
Exportações: **US\$ 75,9 bi**



Indústria da Transformação

*EXCETO ALIMENTOS E BEBIDAS

Empresas²: **4.473**
Exportadoras: **2.329**
Exportações: **US\$ 33,9 bi**



Serviços
Empresas²: **6.119**

Outros setores
Empresas: **1.808**

² Resultados obtidos pela CNAE de empresas apoiadas. Outros setores consideram indústrias extrativas e pessoas físicas.



SOBRE ESSE RELATÓRIO



apexBrasil 

O Plano Estratégico 2020-2023 da ApexBrasil sintetiza, por meio do Mapa Estratégico, a aspiração da Agência até 2023, sua missão e os seus 12 Objetivos Estratégicos.

A partir dessa visão, o Relatório de Desempenho evidencia como a ApexBrasil gera valor à coletividade brasileira, por meio de suas entregas para a sociedade, do aprimoramento dos processos e da sustentabilidade do negócio.

Conforme instituído pela Cláusula Décima Sexta, Parágrafos Primeiro e Segundo do Contrato de Gestão firmado entre a ApexBrasil e o Ministério das Relações Exteriores (MRE), revisado e aprovado pela Resolução CDA 06/2020 de 29/09/2020, com vigência de 1º de maio de 2020 a 30 de abril de 2024, o presente Relatório tem como objetivo principal apresentar a avaliação de desempenho da Agência em relação ao alcance dos objetivos e das metas, assim como indicar os fatores que influenciaram o seu desempenho e a execução dos Objetivos previstos no Plano Estratégico 2020-2023.

Neste Relatório são apresentados os resultados da Agência em relação ao alcance dos Objetivos Estratégicos e das metas previstos no Plano Estratégico 2020-2023 para o ano de 2022, demonstrando como a Agência se organiza para atendê-los de forma satisfatória, acompanhando o desempenho da Agência quanto ao atingimento dos objetivos estratégicos, mediante a análise das ações e dos indicadores propostos.

O processo de avaliação da Estratégia é a oportunidade de dar visibilidade às conquistas obtidas pela Agência e de destacar os fatores positivos e eventuais necessidades de ajustes de rumos para a concretização das ações propostas e o alcance dos resultados.

Importante registrar que os resultados apresentados neste Relatório fazem parte do ciclo de avaliação da Estratégia, considerando o direcionamento dado pelo Plano Estratégico 2020-2023 e, portanto, são resultados de inovação organizacional, a qual permeia nossa visão de médio e longo prazos.

Este documento é elaborado de forma transversal, respeitando a contribuição das diferentes áreas de atuação da Agência, em conformidade com o Regimento Interno da ApexBrasil. A validação do conteúdo apresentado é realizada respeitando os diversos atores envolvidos e a hierarquia organizacional, envolvendo analistas, coordenadores, gerentes e os membros da Diretoria Executiva.



apexBrasil



VISÃO GERAL DA APEXBRASIL



apexBrasil

QUEM SOMOS E O QUE FAZEMOS

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) mostra para o mundo o que o Brasil tem a oferecer. Há mais de duas décadas, a Agência encurta distâncias e leva empresas brasileiras mais longe, com o propósito de contribuir para o crescimento sustentável da economia do país.

Seu amplo portfólio de serviços inclui, além da promoção comercial, a internacionalização de empresas, a atração de investimentos estrangeiros, a qualificação empresarial e a inteligência de mercado. Sempre com o objetivo de impulsionar pequenos, médios e grandes negócios, em apoio às políticas de desenvolvimento, englobando setores da indústria, agropecuária e serviços.

Entre as ações para fortalecer o Brasil como parceiro global de negócios, são realizadas missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, e visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião.

A Agência também atua de forma coordenada com atores públicos e privados na atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) para o Brasil, com foco em setores prioritários para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e da economia, contribuindo para a geração de emprego e renda no país.

A Agência de Promoção de Exportações – (Apex) foi criada pelo Decreto Presidencial nº 2.398, de 21 de novembro de 1997, no âmbito do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), com o objetivo de apoiar a implementação da política de promoção comercial de exportações. Em 5 de fevereiro de 2003, foi instituída a ApexBrasil na forma de Serviço Social Autônomo, pelo Decreto Presidencial nº 4.584/2003, autorizada pela Medida Provisória nº 106, de 22 de janeiro de 2003, e, em maio do mesmo ano, convertida na Lei nº 10.668/2003.

É uma entidade sem fins lucrativos, de direito privado, interesse coletivo e utilidade pública, que em 2022 celebrou seus 25 anos de atuação, em sintonia com os 200 anos da Independência do Brasil.

MISSÃO

Promover as exportações, a internacionalização das empresas brasileiras e os investimentos estrangeiros diretos, em apoio às políticas e estratégias públicas nacionais, a fim de contribuir para o crescimento sustentável da economia brasileira.

VISÃO

Ser reconhecida como a melhor Agência de promoção de exportação, internacionalização e investimentos até 2023.

VALORES

- ↳ Ousadia
- ↳ Compromisso
- ↳ Foco no cliente
- ↳ Transparência

EIXOS DE ATUAÇÃO

A ApexBrasil é um Serviço Social Autônomo supervisionado pelo Ministério das Relações Exteriores (MRE) e atua de diversas formas para promover a competitividade das empresas brasileiras em seus processos de internacionalização.



MODELOS DE NEGÓCIO

A ApexBrasil definiu seu modelo de negócios de forma a apoiar as empresas brasileiras na superação de barreiras, levando seu potencial para o mundo e conquistando novas oportunidades para o Brasil, além de atuar de forma a promover as oportunidades de investimento, atraindo investidores estrangeiros para o país. Por isso, seu portfólio abrange ações de qualificação empresarial, promoção comercial, inteligência de mercado e suporte à abertura de operações no exterior por parte de empresas brasileiras, além de ações para atração de investimentos estrangeiros, sempre com foco no cliente e nas demandas do mercado.

Com esse intuito, a Agência organiza a participação brasileira nas principais feiras globais e em missões a mercados-chave para encontros e rodadas de negócios, o que possibilita o contato direto de empresários brasileiros com parceiros internacionais. Realiza, ainda, estudos e análises sobre as melhores oportunidades para os clientes, consultoria e assessoria a fim de aumentar a competitividade e promover a cultura exportadora dentro das empresas.

Além de divulgar no exterior as oportunidades de investimentos no Brasil, oferece atendimento amplo e de qualidade a potenciais investidores, e soluções para compradores internacionais, por meio de iniciativas que promovam a oferta exportável do país no exterior.

Para viabilizar suas operações, a Agência dispõe de escritórios nas cinco regiões brasileiras: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, assim como nove escritórios no exterior – Bogotá, Bruxelas, Xangai, Pequim, Dubai, Israel, Miami, São Francisco e Moscou. A Agência passou a adotar, a partir de 2022, o formato de atendimento “desk” com a contratação de especialistas locais para oferecer atendimento a empresas com interesse em explorar oportunidades nos mercados da Índia e da África do Sul, além de manter canais próprios de atendimento aos clientes, presenciais e virtuais, e realizar diversas ações diretas. Possui também parcerias sólidas com entidades setoriais, instituições de ensino, federações de indústria, instituições estrangeiras, órgãos dos governos federal e estaduais, com destaque para o esforço de integração com o Ministério das Relações Exteriores (MRE) e sua rede de postos diplomáticos ao redor do mundo.

Os Escritórios da ApexBrasil (EAs) no exterior funcionam como extensões da Agência nos mercados internacionais estratégicos, oferecendo os mais diversos serviços, desde a elaboração de estudos, organização de capacitações, eventos, rodadas de negócios e feiras, apoio à internacionalização de empresas (por meio de instalação física e virtual) até ações de promoção de negócios e imagem. As atividades dos EAs no exterior são realizadas em estreita parceria com Setores de Promoção Comercial (SECOM) das embaixadas e consulados das regiões onde atuam. Assim, somando a expertise dos Escritórios ApexBrasil com o conhecimento acumulado e a rede de contatos do Ministério das Relações Exteriores (MRE), é possível levar as empresas mais longe, sempre com um atendimento customizado e orientado à geração de negócios.

Escritórios ApexBrasil no Brasil e no Exterior



EAs Brasil:

- 1 - Escritório Norte (Belém - PA)
- 2 - Escritório Sudeste (São Paulo - SP)
- 3 - Escritório Nordeste (Recife - PE)
- 4 - Escritório Sede (Brasília - DF)
- 5 - Escritório Sul (Porto Alegre - RS)
- 6 - Escritório Centro-Oeste (Goiânia)

EAs Exterior:

- 7 - Dubai
- 8 - Jerusalém
- 9 - Miami
- 10 - São Francisco
- 11 - Bogotá
- 12 - Xangai
- 13 - Pequim
- 14 - Moscou
- 15 - Bruxelas

Desks:

- 16 - África do Sul
- 17 - Índia

NOSSOS CLIENTES

Empresas brasileiras

A ApexBrasil apoia as empresas brasileiras com atuação em diversos setores da economia, de todos os portes e regiões do país, interessadas em participar do mercado internacional.

Compradores internacionais

A ApexBrasil busca atrair e atender os compradores internacionais interessados em produtos brasileiros, fazendo a ligação com potenciais exportadores do país. A estratégia de relacionamento com esse público tem os Escritórios da ApexBrasil no exterior como uma peça fundamental, a partir do atendimento personalizado que é oferecido.

Investidores estrangeiros

Como agência oficial de promoção de investimentos do país, a ApexBrasil direciona seus esforços para atrair e atender investidores estrangeiros, interessados em realizar investimento produtivo em instalações de produção no Brasil e investimentos em participação nas empresas, startups e fundos brasileiros.

PRODUTOS E SERVIÇOS

O portfólio da ApexBrasil está dividido nas seguintes áreas de atuação:

- ↳ **Qualificação Empresarial:** capacitação, consultoria e assessoria oferecidas com o objetivo de incrementar a competitividade e promover a cultura exportadora nas empresas, preparando-as para os desafios do mercado Internacional;
- ↳ **Inteligência de Mercado:** estudos e análises de mercados que visam orientar as empresas e os parceiros em relação às melhores oportunidades para os seus negócios internacionais;
- ↳ **Expansão Internacional:** conjunto de serviços que visam orientar empresas e parceiros na definição de estratégias para inserção e avanço no processo de abertura de operações no exterior;
- ↳ **Promoção Comercial:** ações com o objetivo de facilitar o acesso das empresas brasileiras aos mercados internacionais, diversificar os produtos e os destinos das exportações brasileiras e melhorar a percepção internacional acerca das empresas, dos produtos e dos serviços do país. Os serviços dessa categoria possibilitam aos empresários o contato direto com parceiros de negócios internacionais, que auxiliam na inserção ativa e competitiva das empresas nacionais nos mercados estrangeiros;
- ↳ **Atração de Investimentos Estrangeiros Diretos:** ações para promover e facilitar a atração de investimentos estrangeiros diretos com o objetivo de melhorar a imagem do Brasil como um mercado atrativo para aportes de capital estrangeiro, promovendo o desenvolvimento e a competitividade do país.

Essas diversas ações se complementam de modo a desenvolver a competitividade das empresas brasileiras, promovendo a internacionalização dos seus negócios, a expansão internacional da empresa e a promoção do Brasil como destino de investimentos.

A ApexBrasil busca constantemente aprimorar o relacionamento com os clientes, conhecendo suas expectativas e necessidades, para inovar e oferecer produtos e serviços especializados e aderentes às demandas do mercado. Nesse sentido, a Agência vem investindo fortemente na oferta de soluções digitais e eventos virtuais.

Para conhecer o detalhamento do portfólio da Agência em âmbito nacional e internacional, bem como informações sobre formas de acesso e pré-requisitos, acesse a Carta de Produtos e Serviços da ApexBrasil³.

³ Disponível em: <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, seção Programas, projetos e ações

PARCERIAS

As parcerias são elemento essencial do modelo de atuação da ApexBrasil. Sinalizam a necessidade de unir esforços, ampliar o raio de ação e potencializar resultados por meio da atuação em rede nos âmbitos nacional e internacional.

Para garantir a capilaridade de sua atuação no território brasileiro, a ApexBrasil conta com parceria com institutos, universidades e fundações para a operacionalização do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX)⁴, realizadas por meio de convênios. Atualmente a Agência conta com trinta parcerias dessa modalidade, que garantem a presença da ApexBrasil nas cinco regiões do país.

Além das parcerias com as instituições executoras do Programa, a Agência conta também com parceiros na indicação de empresas para o PEIEX, dentre os quais se enquadram diversas instituições como SEBRAE, Banco do Brasil, Correios, SENAI, Secretarias de Governo, Federações de Indústrias, entre outros.

Além disso, entre os parceiros da ApexBrasil no âmbito nacional, estão as entidades de classe que representam os setores de nossa economia. A Agência atua em parceria, por meio de convênios, com aproximadamente cinquenta entidades setoriais, entre os setores de Alimentos e Bebidas, do Agronegócio, de Casa e Construção, de Economia Criativa, de Máquinas e Equipamentos, de Moda, de Tecnologia e de Saúde. Com essas entidades são desenvolvidos os Projetos Setoriais⁵, que funcionam como plataforma de fomento e promoção de negócios internacionais de empresas brasileiras, com base nos pilares de estruturação, promoção de imagem e promoção de negócios.

A Agência também realiza diversas ações em parceria com os Setores de Promoção Comercial (SECOMS) das embaixadas brasileiras no exterior, desde a geração de conteúdos para estudos até as participações conjuntas em feiras, missões e outras ações de promoção e atração de investimentos.

No relacionamento com os Poderes Legislativo e Executivo, destaca-se a interação com o Senado Federal, a Câmara dos Deputados, Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério da Economia (ME), Ministério do Meio Ambiente (MMA), Casa Civil, Tribunal de Contas da União (TCU), dentre outros.

Adicionalmente, a ApexBrasil manteve sua participação na World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA), World Economic Forum (WEF) e Red Iberoamericana de Entidades de Promoción de Exportaciones y Atracción de Inversiones (RedIbero). Por meio de Acordos de Cooperação Técnica e Memorandos de Entendimento (MoU), a ApexBrasil fortalece sua atuação em parceria com entes estratégicos nacionais, como BNDES, SEBRAE, OCB, Petrobras, IPEA, INMETRO, SERPRO, entre outros, e internacionais, como a Amazon, Alibaba Group, Agências Congêneres dos países membros do BRICS, entre outros.

⁴ [Qualifique sua empresa Peiex - Apex-Brasil \(apexbrasil.com.br\)](https://portal.apexbrasil.com.br/participe-dos-nossos-projetos-com-as-entidades-setoriais/)

⁵ <https://portal.apexbrasil.com.br/participe-dos-nossos-projetos-com-as-entidades-setoriais/>



PLANO ESTRATÉGICO 2020-2023



apexBrasil[®]

GOVERNANÇA

CONTRATO DE GESTÃO

O Contrato de Gestão é um dos referenciais para a governança e gestão da ApexBrasil. É um instrumento celebrado com a União, por meio do órgão supervisor da ApexBrasil, o Ministério das Relações Exteriores – MRE.

O Contrato estabelece objetivos, metas e responsabilidades para a atuação da Agência na execução das políticas de promoção de exportações, apoio à internacionalização de empresas brasileiras e atração de investimentos.



Fonte: Gerência de Gestão Estratégica

Para conhecer o Plano Estratégico 2020-2023, os Relatórios de Desempenho, os Planos de Ação e os Orçamentos Programa Anuais da ApexBrasil, acesse

<https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, Planejamento e Gestão..

ESTRATÉGIA

MAPA ESTRATÉGICO 2020-2023

O Mapa Estratégico da ApexBrasil sintetiza os objetivos estratégicos a serem alcançados para o período 2020-2023. Representa a cadeia causal de grupos (Perspectivas) de ações e efeitos (Objetivos Estratégicos) que são orientados por indicadores/metras e direcionados ao cumprimento da visão e da missão institucionais.

O Mapa indica, ainda, como os Objetivos Estratégicos se relacionam e como a ApexBrasil deverá se organizar para atendê-los de forma satisfatória, criando, dessa forma, uma visão equilibrada entre o que se demanda da Agência e os meios e condições para suprir tais demandas.

Apresentamos, a seguir, o Mapa Estratégico 2020-2023, suas Perspectivas e Objetivos Estratégicos.

Sociedade

Reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios e divulgar as oportunidades comerciais no país e no exterior

Gerar inteligência para empresas sobre oportunidades e riscos de mercados

Ampliar a qualificação das empresas brasileiras e a sua competitividade para o mercado internacional

Inserir e ampliar a presença de empresas brasileiras no mercado internacional

Expandir a inserção das empresas brasileiras nas cadeias globais de valor, pela atração de investimentos estrangeiros diretos em setores prioritários

Processos Internos

Atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais

Aprimorar o atendimento ao cliente e sua jornada, de acordo com a sua maturidade, setor e mercado de atuação

Realizar a transformação digital e consolidar a cultura de inovação

Sustentabilidade

Desenvolver colaboradores e líderes e assegurar um ambiente de trabalho justo e de confiança

Evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em Governança e Compliance

Prover e aprimorar soluções de TIC, em atendimento às necessidades do negócio e da gestão

Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável

Fonte: Plano Estratégico 2020-2023. Para conhecer o Plano Estratégico da ApexBrasil 2020-2023, acesse o portal da ApexBrasil. Disponível em <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia>, Planejamento e Gestão

METAS 2020-2023

Para alcançar os Objetivos Estratégicos, as metas foram definidas e classificadas como Metas Quantitativas e Metas Projeto. A Meta Quantitativa possui uma representação numérica a ser atingida nos prazos estabelecidos. Já a Meta Projeto estabelece um escopo de atividades a serem desenvolvidas, bem como as evidências para o seu atingimento.



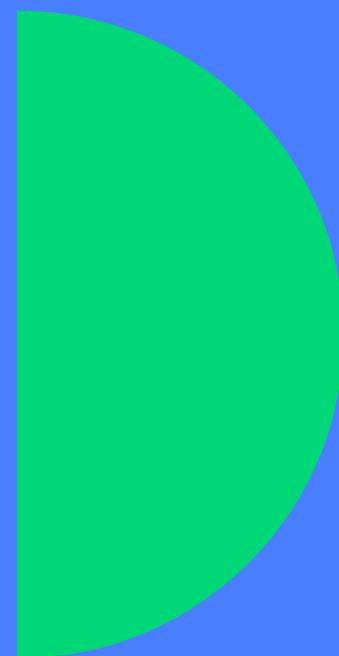
Acompanhamento, Avaliação e Revisão da Estratégia

O acompanhamento do Plano Estratégico 2020-2023 ocorre por meio do esforço contínuo de monitoramento da execução estratégica, com vistas a atingir os resultados pactuados e esperados.

As avaliações e revisões são realizadas trimestralmente nas Reuniões de Análise da Estratégia - RAE, com os respectivos líderes dos objetivos estratégicos, submetidas à Diretoria Executiva e apresentadas ao Conselho Deliberativo da ApexBrasil (CDA).



RESULTADOS E DESEMPENHO DA GESTÃO



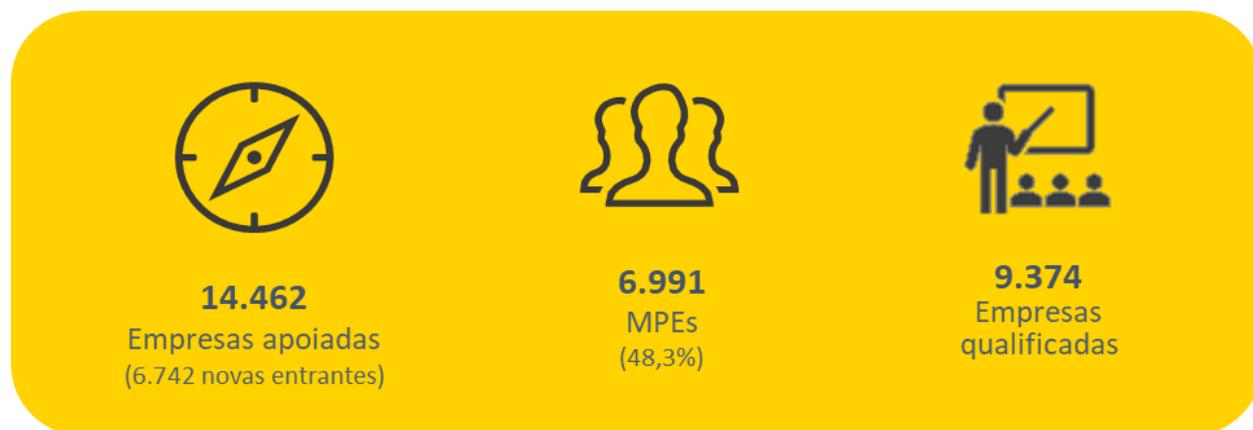
apexBrasil 

CONJUNTURA 2022

Ao longo de 2022, a ApexBrasil apoiou 14.462 empresas, das quais 6.991 estão classificadas como Micro e Pequenas Empresas (MPEs), de acordo com os critérios da Receita Federal do Brasil (RFB). Assim, as MPEs responderam por 48,3% das empresas apoiadas em 2022, uma participação 5,1 pontos percentuais inferior à registrada em 2021.

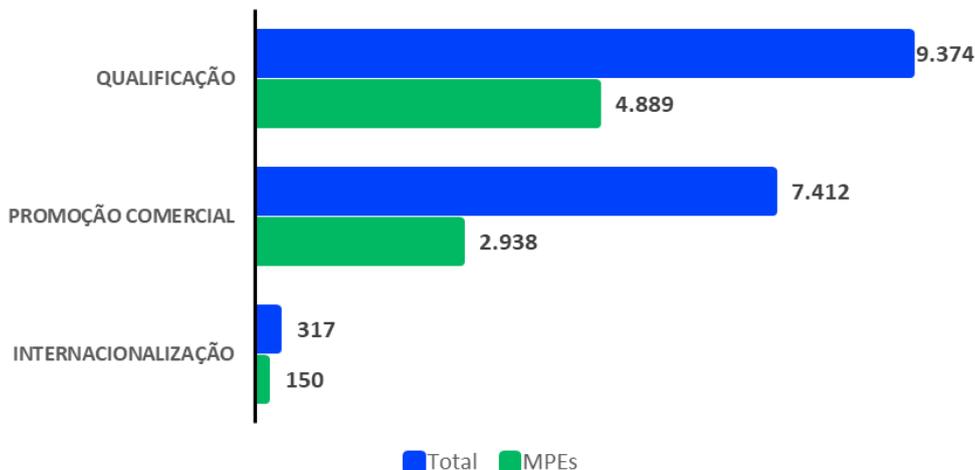
Do total de empresas apoiadas, 6.742 são novas entrantes, ou seja, empresas que não participaram de nenhuma ação da Agência em 2021.

A atuação da Agência junto às empresas brasileiras se desdobra em três grandes programas: qualificação empresarial, promoção comercial e internacionalização. A qualificação alcançou um total de 9.374 empresas em 2022. Dessas, 52,2% (4.889) são MPEs.



Em 2022, a ApexBrasil retomou em definitivo os eventos presenciais sem, no entanto, abandonar as plataformas digitais nos casos adequados, permitindo que a Agência siga incentivando e conduzindo a participação de empresas brasileiras em feiras, missões prospectivas e comerciais e rodadas de negócios, entre outras ações de promoção comercial. Esses projetos atenderam 7.412 empresas, um aumento de 16% em relação ao período anterior, das quais 39,6% (2.938) são MPEs.

A internacionalização de empresas apresentou resultados notáveis em 2022, com o atendimento a 317 empresas, das quais 47,3% (150) são MPEs. Houve um aumento no número de apoiadas que consumiram esse serviço, na comparação com 2021, da ordem de 6,4%, ao mesmo tempo em que cresceu significativamente o número de anúncios de abertura de novas operações de empresas brasileiras no exterior, alcançando a marca sem precedentes de 87 aberturas, conforme detalhado mais à frente na apresentação do indicador específico.



Do total de empresas apoiadas, 10.708 participaram de ações estruturantes com potencial para realizar exportações, uma em leve redução em relação a 2021, quando houve 10.874 participações desse tipo. Mesmo com essa redução, houve um incremento na ordem de 22,8% na quantidade de empresas com registro de exportação, totalizando 4.497 empresas, sendo que 8,5% (384) não tinham registro de exportação nos quatro anos anteriores e por isso são consideradas novas exportadoras.

As exportadoras apoiadas monitoradas embarcaram, ao longo do ano, um total de US\$ 128,3 bilhões em mercadorias para o exterior, o que representou 38% do total exportado pelo Brasil.

Os principais destinos de exportação das empresas apoiadas monitoradas foram China, Estados Unidos e Países Baixos. Somados, responderam por 42,1% do valor embarcado por essas empresas.



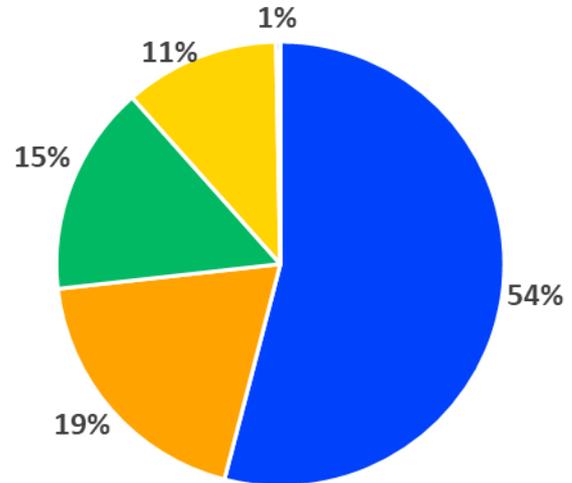
INDICADORES DAS EXPORTAÇÕES

4.497

Exportadoras Apoiadas⁶

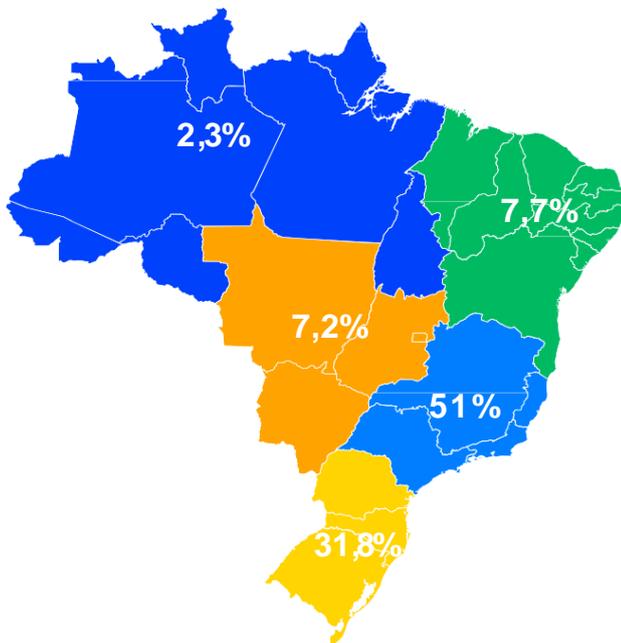
US\$ 128,3 bilhões

Em exportações



- Exportadoras intermediárias
- Exportadoras iniciantes
- Internacionalizadas
- Exportadoras experientes
- Pessoas físicas

Estabelecimentos exportadores apoiados por região geográfica



Indicadores de Impacto

2.777
empresas

Exportaram para novos destinos

2.563
empresas

Com crescimento das exportações

2.397
empresas

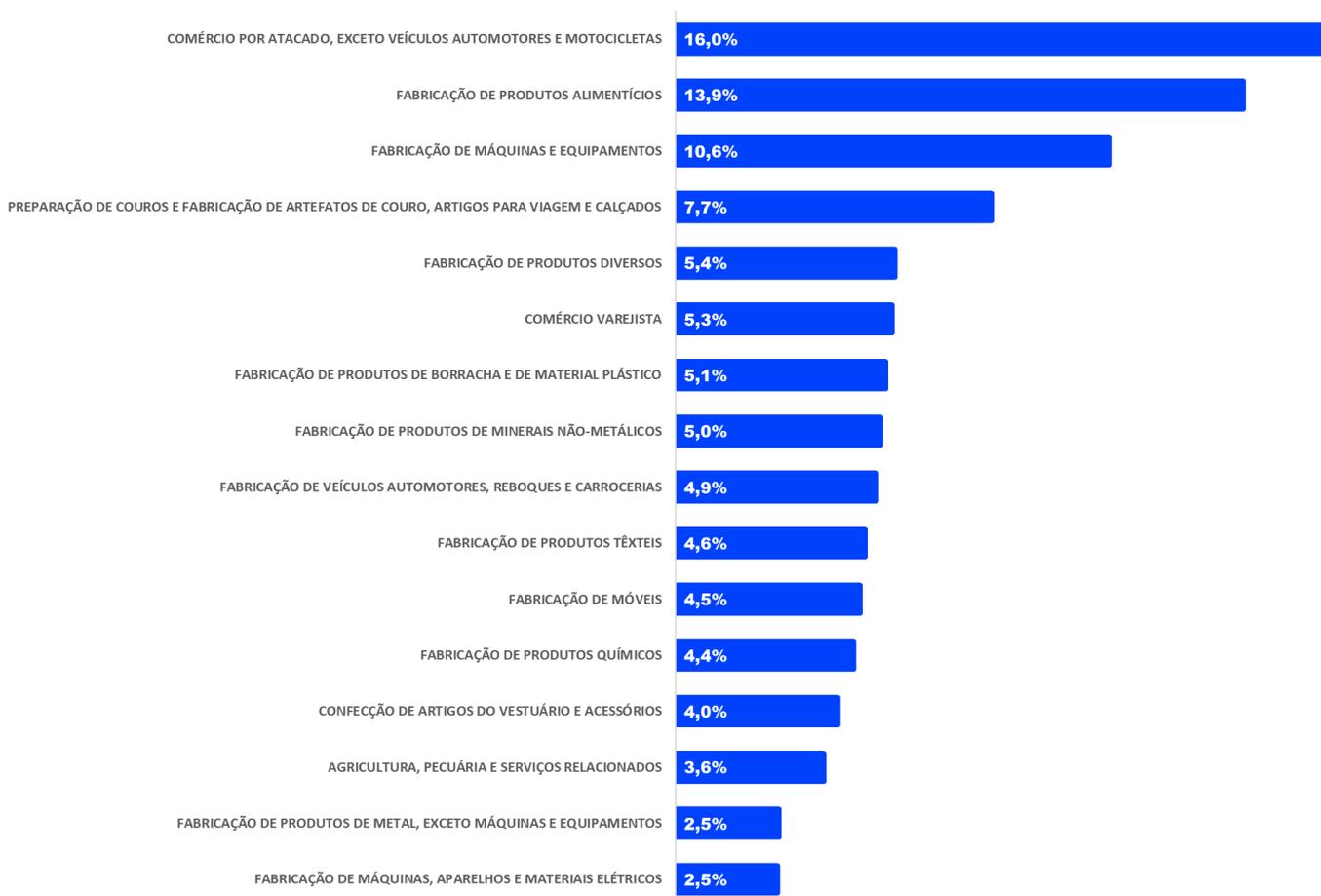
Exportaram novos produtos

384
empresas

Novas exportadoras

⁶ Resultados referem-se às empresas com exportações monitoradas (com Termo de Adesão)

Distribuição das exportadoras apoiadas por setor (CNAE)



As exportações das empresas apoiadas monitoradas pela ApexBrasil seguiram a tendência de crescimento observada nas exportações brasileiras em 2022, em comparação com 2021. Enquanto as exportações brasileiras totais se ampliaram em 19,2%, as vendas externas das empresas apoiadas monitoradas cresceram 29,1% em 2022 (comparado com o desempenho dessas mesmas empresas no ano de 2021). Além do crescimento registrado, também são percebidas semelhanças na composição setorial das exportações brasileiras e das empresas apoiadas, com importante contribuição dos segmentos de Agronegócio, Alimentos e Bebidas para o crescimento global.

Nos setores intensivos em recursos naturais, as empresas apoiadas monitoradas tiveram desempenho destacado em Agricultura, Pecuária e Serviços Relacionados, com crescimento de 36,5% nas exportações em 2022. Também se destacaram os segmentos de Produtos Alimentícios e de Bebidas, cujas exportações se ampliaram em 33,9% e 18,7%, respectivamente.

Já nas Indústrias de transformação, houve aumento importante nas exportações das empresas apoiadas monitoradas nos seguintes setores: Outros equipamentos de transporte, exceto veículos automotores (224,6% de crescimento em 2022), Máquinas, Aparelhos e Materiais Elétricos (36,2% de crescimento), Veículos automotores, reboques e carrocerias (31,2%) e Máquinas e equipamentos (23,6% de crescimento).

Ações integradas ApexBrasil e Ministério das Relações Exteriores

O ano de 2022 mostrou a solidificação da coordenação de esforços entre ApexBrasil e MRE, com o alcance de 352 ações integradas de promoção das exportações brasileiras e atração de investimentos. Ao longo do ano, a Agência contou repetidas vezes com o apoio do MRE para desempenhar suas atribuições, realizando em parceria 116 feiras, 77 missões, 57 ações de imagem e promoção comercial, 39 webinars/seminários/workshops e 19 estudos e informes, entre outras ações.

Tipo de ação	Quantidade realizada
Feira	116
Missão	77
Imagem/Promoção comercial	57
Webinar/Seminário/Workshop	39
Estudo/Informe	19
Rodada de negócios	13
Institucional	8
Atração de investimentos	6
Outros	17
Total	352
Feira	116
Missão	77

A crescente sinergia entre a ApexBrasil e o Itamaraty se fez presente em 51 países do mundo, de todos os continentes, além da Sede, em Brasília. Destaca-se o número de ações conjuntas nos Estados Unidos (45), na China (21), nos Emirados Árabes Unidos (19) e na França (19). A distribuição regional das ações integradas está ilustrada no mapa a seguir.

Quantidade de Ações integradas por continente





EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA



apexBrasil[®]

A execução orçamentária do exercício de 2022 apresentou crescimento considerável em relação à 2021, tanto para as receitas correntes quanto para as despesas do ano, chegando a patamares inéditos de execução orçamentária. No tocante às despesas, o resultado do ano atingiu a maior execução absoluta dos últimos anos, e em termos percentuais chegou próximo ao resultado histórico de 2018, o que demonstra o impacto direto da retomada das ações finalísticas da ApexBrasil após a Pandemia do COVID-19, com a realização dos eventos presenciais, das viagens de negócios, das missões e das ações de promoção de imagem, das quais se destaca a finalização da operação do pavilhão brasileiro na Exposição Universal de Dubai, que ocorreu entre outubro de 2021 e março de 2022. O resultado da arrecadação de receitas acompanha o novo cenário favorável pós-pandemia, trazendo também um crescimento na entrada de recursos a partir da melhora econômica do País de modo geral. Observa-se também um aumento nas receitas de serviços, a partir da intensificação do calendário e do aumento da demanda por parte dos nossos clientes.

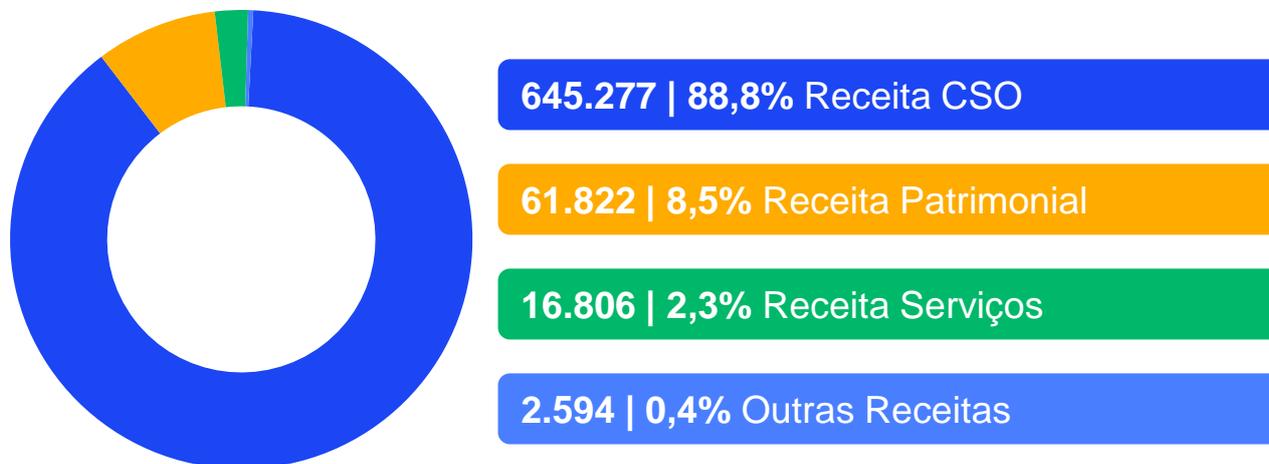
RECURSOS

O Orçamento-Programa de 2022 previa o total de recursos na ordem de R\$ 1,36 bilhões, divididos em Receita Corrente, arrecadada durante o exercício, e Receita de Capital, proveniente de reservas orçamentárias e saldos de exercícios anteriores. Em 2022, foi executado o total de receitas de R\$ 1,43 bilhões, equivalente a 105% do valor planejado, o qual é detalhado a seguir.

RECURSOS	2021	ORÇAMENTO 2022	REALIZADO 2022	% Exec.	Δ 2021/ 2022 (%)
1. TOTAL DE RECURSOS	1.194.845	1.363.422	1.432.474	105	20
1.1. RECEITA CORRENTE	598.817	657.447	726.499	111	21
1.1.1. Receita CSO	556.063	600.022	645.277	108	16
1.1.2. Receita Patrimonial	25.686	44.639	61.822	138	141
1.1.3. Receita Serviços	8.009	12.787	16.806	131	110
1.1.4. Outras Receitas	9.060	0	2.594	0	-71
1.2 RECEITA DE CAPITAL	596.028	705.975	705.975	100	18
1.2.1. Saldo do Exercício Anterior	192.755	399.544	399.544	100	107
1.2.2. Reserva de Contingência	120.871	120.871	120.871	100	0
1.2.3. Reservas Gerenciais	282.402	185.561	185.561	100	-34
Reserva - Taxa de Administração RFB	139.802	139.802	139.802	100	0
Reserva - Expo Dubai	142.600	45.759	45.759	100	-68

Valores em R\$ Milhares

Distribuição das Receitas



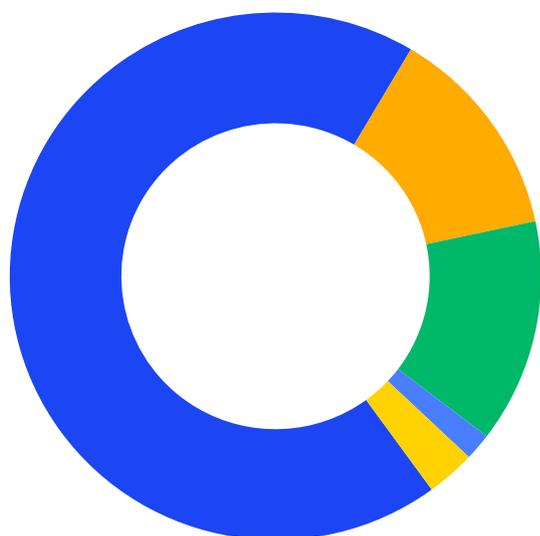
A Receita Corrente Líquida totalizou R\$ 726,4 milhões de reais, sendo que a principal fonte de Receita da ApexBrasil, proveniente de Contribuição Social Ordinária (CSO), alcançou em 2022 o montante de R\$ 645,2 milhões, representando um aumento de 16% quando comparado ao mesmo período de 2021. O resultado reflete maior arrecadação dessa fonte de receitas.

Já a Receita Patrimonial, com resultado de R\$ 61,8 milhões, atingiu a execução de 138% do orçamento previsto, o que representa um aumento de 141% com relação a 2021, o qual se deve majoritariamente ao aumento da remuneração do CDI (Certificado de Depósito Interbancário), vinculado à Taxa Selic, que teve crescimento gradual ao longo do exercício.

Na categoria de Outras Receitas, que consiste em recebimentos não planejados, tais como devoluções e descontos financeiros obtidos, houve uma redução de 71% com relação a 2021, devido à menor quantidade de recursos devolvidos de convênios à ApexBrasil em 2022, a partir da ocorrência de menos cancelamentos e não execução das ações planejadas neste ano.

Representando 2,3% da Receita Corrente, as Receitas de Serviços diretos alcançaram R\$ 16,8 milhões em 2022, representando um crescimento de 110% em relação a 2021, alavancado pela retomada dos faturamentos com os eventos presenciais, feiras e ações finalísticas da ApexBrasil, que foram impactados nos anos anteriores pela Pandemia do COVID-19.

Distribuição das Receitas de Serviços



11.513 | 68% Feiras e Eventos

2.208 | 13% Serviços no Exterior

2.307 | 14% PAM Agro

500 | 3% Patrocínios

277 | 2% Qualificação de Empresas

Valores em R\$ Milhares

A receita relativa à venda de espaço em feiras e eventos nacionais e internacionais representou 68% das Receitas de Serviço, ou R\$ 11,5 milhões. Destaca-se a realização das feiras GULFOOD, SIAL PARIS e MARMOMAC, responsáveis pela arrecadação de R\$ 5,5 milhões, além da organização de outros eventos com menor faturamento em 2022, como a Offshore Technology Conference (OTC), EXPOWEST e SUMMER FANCY FOOD. Além dos eventos tradicionais, as receitas provenientes dos royalties das vendas no Pavilhão Brasileiro na Expo 2020 Dubai, que somaram R\$ 2,3 milhões, também estão englobadas nessa categoria.

Também vale destacar a receita oriunda do contrato do programa PAM-Agro em 2022, que foi responsável por 14% das receitas de serviços da Agência. Já os serviços prestados no exterior representaram 13% do total da rubrica, ou ainda R\$ 2,2 milhões, sendo que o Escritório ApexBrasil de Miami foi responsável por 89% desse montante.

Na perspectiva da captação de patrocínios, o evento Brasil Investment Forum (BIF) 2022 teve o faturamento de R\$ 500 mil. Por fim, na modalidade de qualificação de empresas, destaca-se a realização do programa Design Export, das Oficinas de Competitividade e das capacitações e cursos para empresas, com 2% do total das receitas de serviços.

ALOCAÇÃO

A alocação da disponibilidade orçamentária da ApexBrasil está dividida em Despesas do Exercício e Reservas Orçamentárias, os quais correspondem aos programas de Promoção das Exportações e Investimentos (atividades finalísticas); Gestão Administrativa; Reserva de Contingência e Reserva Gerencial.

Enquanto o programa finalístico concentra todos os projetos da Agência que visam ao alcance da sua missão institucional, o programa de Gestão Administrativa concentra as despesas de custeio e os projetos de melhorias de gestão administrativa e de governança. Já a Reserva de Contingência e as Reservas Gerenciais são criadas para garantir recursos de demandas extraordinárias, ou projetos de longo prazo e os plurianuais.

Dessa forma, a execução de despesas do exercício em 2022 foi de 85% do total orçado para o ano, um aumento de 57% em relação ao exercício anterior. Em termos absolutos, representa a maior execução dos últimos anos, além de se aproximar, em termos percentuais, do resultado histórico de 2018 (86%). O Programa Finalístico da Agência registrou a execução de 86% do orçamento anual, um aumento de 62% em relação a 2021, enquanto as despesas de Gestão Administrativa corresponderam a 81% de execução do seu orçamento, um crescimento de 29% em relação ao exercício anterior.

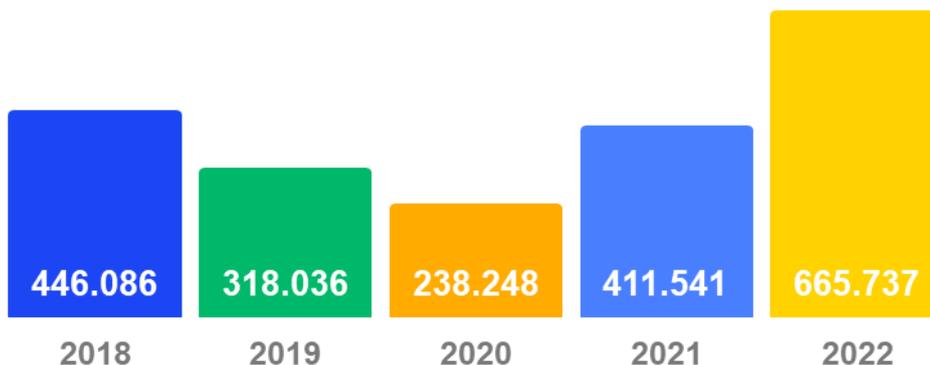
ALOCAÇÃO	2021	ORÇAMENTO 2022	REALIZADO 2022	% Exec.	Δ 2021/2022 (%)
2. TOTAL DE ALOCAÇÃO	488.391	1.363.422	766.747	56	57
2.1 DESPESAS DO EXERCÍCIO	488.122	898.669	764.372	85	57
2.1.1 - Promoção das Exportações e Investimentos	411.541	776.729	665.737	86	62
2.1.2 - Gestão Administrativa	76.581	121.940	98.635	81	29
2.2 RESERVAS ORÇAMENTÁRIAS	269	464.753	2.375	1	785
2.2.1. Reserva de Contingência	269	127.931	2.375	2	785
2.2.2. Reserva Gerencial - Taxa de Administração RFB	0	166.822	0	0	0
2.2.3. Reserva Plurianual	0	170.000	0	0	0
Reserva - Expo Dubai 2020	0	0	0	0	0
Reserva - Expo Osaka 2025	0	50.000	0	0	0
Reserva - Ações Plurianuais	0	120.000	0	0	0

Valores em R\$ Milhares

No contexto do Programa de Reservas, a Reserva de Contingência foi executada para pagamentos relativos a despesas extraordinárias decorrente de processos judiciais e tributações nos EAs do Exterior que não haviam sido orçadas inicialmente. As Reservas Gerenciais, por sua vez, não tiveram a necessidade de execução no exercício, pois estão destinadas a despesas no médio e longo prazo.

O Programa de Promoção das Exportações e Investimentos demonstrou um ritmo acelerado de execução em 2022, alcançando o total de despesas acumulado de R\$ 665,7 milhões no exercício, resultado histórico para o período.

Programa Finalístico



Valores em R\$ Milhares

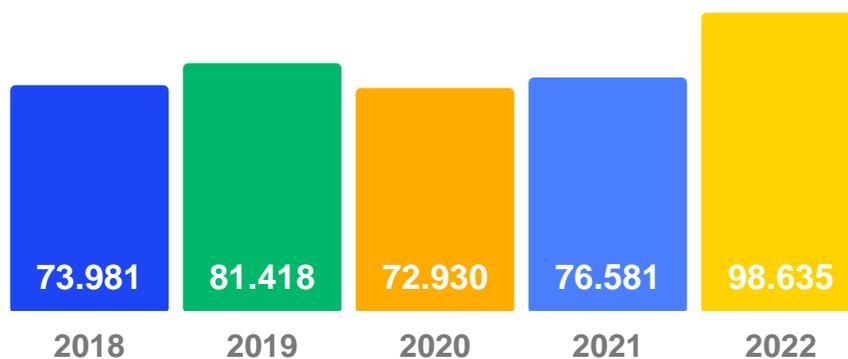
O crescimento da execução orçamentária finalística acumulada em 2022 se deve, principalmente e de forma resumida, aos seguintes fatores:

- ↳ Aumento de 100% nos repasses aos Convênios Setoriais e do programa PEIEX, totalizando a execução de R\$ 205 milhões.
- ↳ Aumento de 46% com despesas de Projetos Finalísticos no Brasil e Exterior, com destaque para a Exposição Universal de Dubai, ações de marketing e a feira SIAL Paris.
- ↳ Execução total de R\$ 41,7 milhões em viagens finalísticas, com a volta das ações presenciais, a partir da redução das restrições impostas pela COVID-19.

O Programa de Gestão Administrativa, por sua vez, teve a execução de R\$ 98,6 milhões em 2022, o que representa 81% do orçamento total previsto para o ano, demonstrando a eficiência na alocação desses recursos.

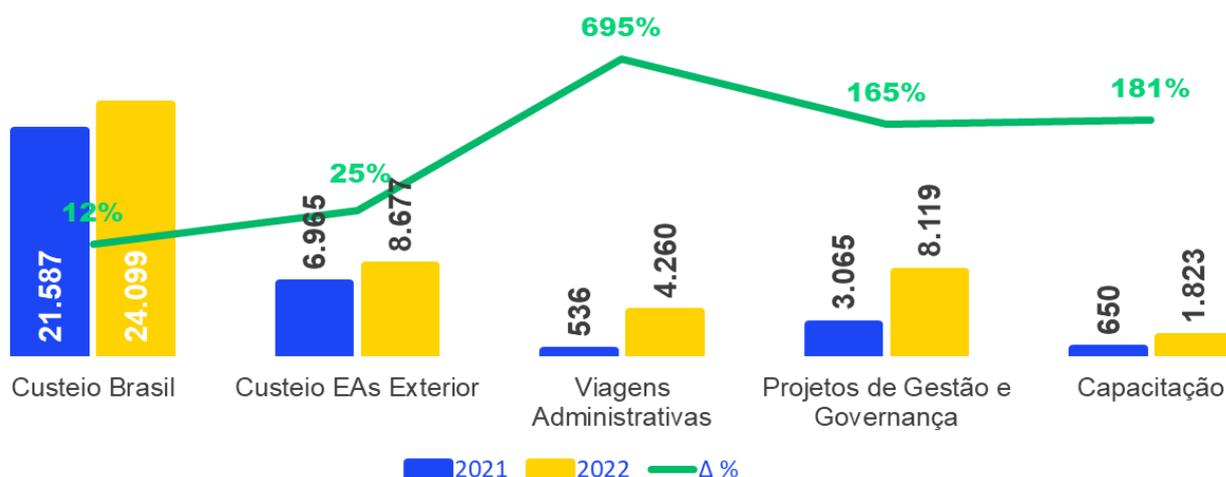
Esse programa é composto majoritariamente por despesas de custeio no Brasil e no Exterior, que juntos tiveram o crescimento de 15% no período, em relação a 2021, sendo as maiores despesas aquelas relacionadas com aluguéis na Sede e Escritórios, despesas com terceirização e gastos vinculados à Tecnologia da Informação.

Execução Orçamentária do Programa de Gestão Administrativa



Valores em R\$ Milhares

Despesas de Gestão por Categoria Orçamentária



Valores em R\$ Milhares

A partir do cenário de retomada da mobilidade global, também foram retomadas as visitas técnicas às unidades da ApexBrasil no Brasil e no exterior, as quais estavam parcialmente suspensas nos últimos exercícios, o que ocasionou o aumento de despesas em 2022.

Quanto ao crescimento dos projetos de gestão e governança, destaca-se o aumento no período com as despesas de renovação do Parque Tecnológico da Agência, além de projetos relativos a melhorias nos sistemas de Gestão de Convênios e de Enterprise Resource Planning (ERP).

Por fim, houve também o aumento de gastos com a capacitação dos colaboradores, com destaque para o Curso de Especialização em Data Science (CEDS), em parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA) e a nova etapa do Programa de Desenvolvimento de Líderes (PDL), com mentorias individuais e diversos cursos oferecidos, entre outras ações.

Por fim, apresenta-se a análise quanto às Reservas Orçamentárias. A Reserva de Contingência, equivalente à projeção de três meses de repasse da Receita CSO, serve para atender passivos contingentes e outros riscos e eventos fiscais imprevistos, tendo em 2022 a execução de R\$ 2,3 milhões, decorrente de despesas com processos judiciais e tributações nos EAs do Exterior.

Por sua vez, a Reserva Gerencial da Taxa de Administração da Receita Federal do Brasil (RFB) e as Reservas Plurianuais não tiveram execução orçamentária em 2022, por serem compostas para utilização no médio e longo prazo. A primeira se refere à reserva orçamentária e financeira para atender a provisão contábil do processo judicial que discute o percentual da taxa de administração aplicada pela Receita Federal do Brasil sobre os repasses para a ApexBrasil. As demais estão relacionadas com projetos de longo prazo, que envolvem uma alta necessidade de recursos orçamentários para a sua realização, sendo constituídas para que a sua utilização não impacte na execução dos demais projetos da Agência.



OBJETIVOS, INDICADORES E METAS



apexBrasil[®]

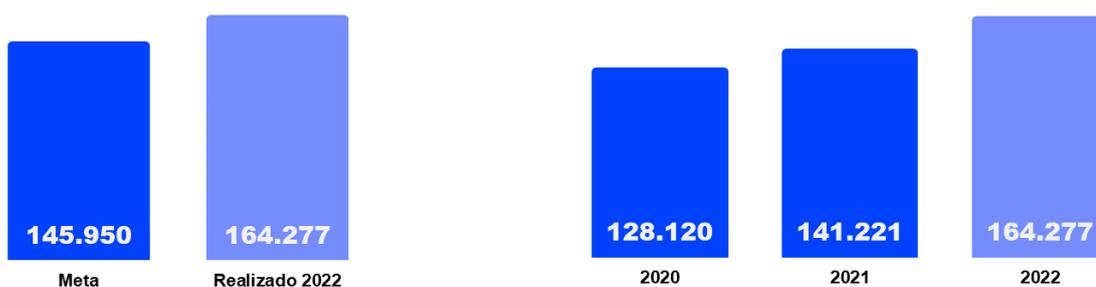
Perspectiva da Sociedade

Objetivo Estratégico 1

Reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios e divulgar as oportunidades comerciais no país e no exterior.

INDICADOR: NÚMERO DE SEGUIDORES NOS CANAIS DA APEXBRASIL NAS REDES SOCIAIS

Evolução do Indicador



Ao reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios, a ApexBrasil alinha as ações de imagem com as necessidades dos demais objetivos do Plano Estratégico 2020-2023, sempre com foco no cliente e na oferta de conteúdo relevante, informativo e com serviços para nossos seguidores.

Os canais digitais tornaram-se fundamentais, não só para estreitar o relacionamento e a comunicação com nossos públicos, mas também para aumentar a atenção para a marca, uma vez que são realizados investimentos em mídia paga nessas redes e em outros veículos digitais, como parte do esforço das campanhas realizadas em 2022.

As ações integradas às campanhas, além da estratégia denominada "Always On", refletiu no crescimento do número de seguidores, que foi de 141.221 em 2021, para 164.277 em 2022. Comparando os atuais aos números de 2020, chegamos a um aumento de 73% em 3 anos, resultado do trabalho consistente em nossas redes sociais e na presença digital da Agência como um todo.

A estratégia "Always On", implementada em 2022, consiste em impulsionar *posts* dos *feeds* nas redes Twitter (português e inglês), Instagram, Facebook e LinkedIn (português e inglês). Com isso, além de *posts* de campanhas, eram também exibidos *posts* de conteúdos diversos para usuários que não seguem os perfis da ApexBrasil.

Ao analisar as redes de forma individual, destaca-se mais uma vez o crescimento da base de seguidores no Instagram, com 33%, o dobro do crescimento médio de todas as demais, passando de 32.209 para 42.800 seguidores. O perfil da ApexBrasil em inglês no Twitter também teve crescimento acima da média, chegando a 19% no período, passando de 11.126 para 13.205 seguidores. Boa parte desse resultado se deve ao impulsionamento de campanhas das feiras e da ação Think Big, Think Brasil.

Os perfis em português e em inglês do LinkedIn cresceram 14% e 19%, respectivamente, chegando a 73.041 e 13.205 seguidores. A rede continua apresentando bons resultados em termos de engajamento qualificado e resultados importantes para conversões, como inscrições em eventos realizados pela ApexBrasil. O LinkedIn é também a rede que mais gera tráfego para o portal da Agência.

Além das campanhas realizadas em 2022, a ApexBrasil ampliou o alcance de ações de divulgação da participação do Brasil em grandes feiras por meio do uso de mídia das próprias feiras (banners, placas, *newsletters*, entre outros), quanto em veículos digitais, ampliando a sinergia com os canais de *social media* da Agência, que também cobriram a participação de empresas brasileiras nos estandes. Essas ações foram realizadas em iniciativas como a Prodexpo, na Rússia, a Offshore Technology Conference (OTC), nos Estados Unidos, o FuoriSalone, na Itália, o Desing Export Day, no Brasil, a SIAL Paris, na França, o Corporate Venture, no Brasil, o China International Import Expo (CIIE), na China e o WebSummit, em Portugal.

Em 2022 a ApexBrasil consolidou o *brandbook* da marca, e o *branding* da Agência foi inserido nos projetos arquitetônicos de todos os estandes. Essa iniciativa é fundamental para criar uma unidade visual que reforça a imagem não só do Brasil, mas também da ApexBrasil em eventos nacionais e internacionais, reforçando cada vez mais a percepção do país como parceiro de negócios.

A Pesquisa de Imagem – Marca País, realizada junto a públicos de mercados-alvo, foi uma ação significativa para a Agência. Com metodologia exclusiva e etapas quantitativas e qualitativas, a pesquisa revelou informações positivas sobre a visão do Brasil no exterior, especialmente pela perspectiva de negócios (exportação e atração de investimentos). A partir dessas informações, serão realizadas proposições para elaboração de um posicionamento para o país para 2023.

Em 2022 foram realizadas também campanhas de grande porte, nacionais e internacionais. Sob a perspectiva do conceito “Pense Grande. Pense Brasil”, foi realizada campanha institucional de grande alcance, divulgada em diversos meios e veículos de comunicação. As ações das Casas Brasil foram realizadas nesse escopo, reforçando o conceito a cada ação e mercado.

Em comemoração aos 25 anos da ApexBrasil, ações internas e externas foram realizadas para reforçar institucionalmente a marca da Agência, como a publicação do livro sobre os 25 anos da ApexBrasil, exposições e eventos.

INDICADOR: NÚMERO DE AÇÕES DE IMAGEM REALIZADAS PELA APEXBRASIL



**Não há evolução disponível para o indicador, visto que 2022 foi o primeiro ano de medição.*

Percepção e credibilidade são elementos cada vez mais centrais para o processo decisório do comércio internacional e dos fluxos de investimentos estrangeiros. A opinião de consumidores, distribuidores, investidores, especialistas e formadores de opinião em geral exerce papel fundamental nesse contexto. Por isso, é preciso garantir que percepção e realidade caminhem tão juntas quanto possível.

Assim, as ações de imagem, sejam próprias sejam realizadas em parceria com entidades conveniadas, têm como objetivo apresentar os setores produtivos brasileiros e o Brasil, visando melhorar a percepção e a imagem do país nos mercados-alvo. Têm como foco formadores de opinião – jornalistas, especialistas e autoridades – com reconhecida capacidade de influenciar a imagem, decisões de compra e a opinião dos consumidores a respeito do Brasil e dos produtos e serviços brasileiros.

O programa AgriTalks, uma iniciativa da ApexBrasil, do Ministério das Relações Exteriores (MRE), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), são debates de alto nível, que envolvem representantes do governo, do setor privado e da academia, para apresentar ao mundo os resultados dos avanços científicos e tecnológicos do agronegócio brasileiro, reforçando a posição do país como referência global na produção agropecuária e sustentável.

Ao longo do ano, foram realizadas dezesseis edições em várias partes do mundo, com destaque para a edição de Paris, realizada na sede da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), dado o nível da audiência e a repercussão das discussões, sendo a primeira realizada em âmbito multilateral. Para o Brasil, foi uma oportunidade para apresentar aos representantes dos países membros, bem como ao secretariado da Organização, iniciativas brasileiras bem-sucedidas que combinam produção agropecuária e conservação ambiental, proporcionando uma ampla discussão sobre as perspectivas e desafios para a promoção de uma agenda de sustentabilidade.

Destaque também para a participação da Agência na 27ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, popularmente conhecida como COP 27, com um estande que apresentou exemplos de sucesso e todo potencial sustentável do Brasil. O estande do Brasil na COP 27 teve o apoio da Confederação Nacional da Indústria (CNI), da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

O projeto Casa Brasil, idealizado pela ApexBrasil, tem o objetivo de proporcionar aos convidados uma imersão na cultura brasileira, por meio de formas, cores, texturas, criatividade e sabores, tanto na indústria quanto na gastronomia do país. Foram realizadas em 2022 quatro edições nas cidades de Londres, Lisboa, Nova Iorque e Tel Aviv.

Visando perpetuar esses eventos na memória do público participante, a ApexBrasil realizou o piloto da Revista Casa Brasil⁷ – Edição Lisboa, elaborada para recriar as principais sensações e sentimentos experienciados durante o evento, demonstrando a própria versatilidade de produtos e emoções que o Brasil proporciona.

A 6ª edição do Corporate Venture in Brasil 2022, uma iniciativa que visa estimular o acesso das Unidades de Venturing (capital empreendedor) de grandes empresas estrangeiras ao Brasil, bem como fomentar o desenvolvimento das atividades de empreendedorismo corporativo de empresas brasileiras por meio do CVC – Corporate Venture Capital, reuniu 25 investidores estrangeiros, dentre eles grandes corporações e gestores de fundos voltados para essa modalidade e um público de 600 pessoas interessadas no assunto, que assistiram a painéis e palestras e às diversas sessões de *pitches* com onze startups brasileiras e cinco estrangeiras do Japão, Israel e Singapura. A ação objetiva impulsionar o ecossistema de CVC no país, e o evento evidenciou ainda mais o destaque brasileiro no ecossistema de inovação do mundo.

A realização de *press trips* é uma tradicional ferramenta para captar a atenção sobre o Brasil e seus negócios, além de fortalecer relacionamentos com a mídia. As viagens de familiarização convidam jornalistas internacionais e brasileiros para o acompanhamento de agendas institucionais da ApexBrasil, visando aproximar os veículos de comunicação à realidade da ApexBrasil, das empresas apoiadas e do Brasil.

Nesse sentido, em 2022, foram realizadas oito *press trips*, sendo três ainda no âmbito da Expo 2020 Dubai, duas no âmbito da Casa Brasil Nova Iorque e Casa Brasil Londres; uma para o Fuorisalone; uma para a SIAL Paris, além de uma *press trip* de jornalistas americanos para conhecer o Projeto Wines of Brazil, em Bento Gonçalves.

⁷ [2022-10-28_magazine_Casa_Brasil_Lisboa.pdf \(apexbrasil.com.br\)](https://apexbrasil.com.br/2022-10-28_magazine_Casa_Brasil_Lisboa.pdf)

META PROJETO: LIDERAR A PARTICIPAÇÃO BRASILEIRA EM EXPOSIÇÕES UNIVERSAIS

Meta 2022:

- a. Utilização do Pavilhão do Brasil como plataforma para a dimensão internacional do Bicentenário da Independência
- b. Desmontagem do Pavilhão na Expo 2020 Dubai
- c. Avaliação final dos resultados obtidos pelo Pavilhão do Brasil e do impacto da participação brasileira na Expo 2020 Dubai
- d. Construção da proposta de participação e seleção, finalização do projeto de Pavilhão para a Expo 2025 Osaka

As Exposições Mundiais são eventos de posicionamento internacional, nos quais os países mostram o seu melhor para a comunidade global. E, durante a Expo 2020 Dubai, sob o tema central “Connecting Minds, Creating the Future”, o Pavilhão do Brasil, localizado no Distrito da Sustentabilidade, se tornou um oásis em meio ao deserto dos Emirados Árabes Unidos. Os 2,1 milhões de visitantes puderam desfrutar do frescor do espelho d’água e da estrutura aberta do pavilhão, posicionando-o entre os mais visitados da exposição.

Ao longo dos seis meses de evento, o pavilhão foi palco para as inúmeras mostras, exposições, eventos culturais e apresentações realizadas por empresas, estados e pelo governo brasileiro. Os números atestam os ganhos de imagem que a ApexBrasil, responsável por organizar a participação brasileira, e o Brasil obtiveram com essa iniciativa: 335 visitas oficiais, reunindo 2.556 autoridades brasileiras e estrangeiras, 460 apresentações culturais de todas as regiões brasileiras, 270 apresentações musicais, 11 colaborações artísticas em outros pavilhões, 150 agendas de negócios com a participação de 805 empresários brasileiros e estrangeiros de 45 países diferentes, com expectativa de negócios decorrentes das ações no Pavilhão Brasil da ordem de US\$ 14 bilhões.

Após o fechamento das portas ao público em março, as obrigações da ApexBrasil perante o Comitê Organizador da Expo 2020 Dubai foram encerradas em outubro de 2022, com a completa desmontagem do Pavilhão Brasil e devolução do lote em que foi construído o edifício às autoridades locais, conforme obrigações do contrato de participação assinado em 2018.

Com a designação da ApexBrasil como “Autoridade Nacional” do País para a Expo 2025 Osaka pelo governo brasileiro, a Agência iniciou o planejamento das ações para viabilizar a participação brasileira na próxima Exposição Universal, que ocorrerá no Japão entre 13 de abril e 13 de outubro de 2025.

O concurso para o projeto do Pavilhão, realizado pela ApexBrasil, contou com 62 inscrições e recebeu 48 estudos preliminares, dos quais 40 projetos foram submetidos à Comissão Julgadora do Instituto de Arquitetos do Brasil (IAB), que elegeu o projeto de Marcio Kogan, Renata Furlanetto e Marcello Dantas como vencedor.

A edição de Osaka terá como tema “Desingning Future Society for Our Lives”. O parque de exposições será geograficamente dividido em três subtemas: “Saving Lives”, “Empowering Lives” e “Connecting Lives”, com o Pavilhão do Brasil localizado no distrito “Empowering Lives”. A proposta vencedora buscou, por meio das rampas de acesso e de um espaço frontal aberto, permitir que os visitantes possam admirar a programação do pavilhão por diferentes ângulos.

Outras ações importantes realizadas em 2022 para a Expo 2025 Osaka são a designação do Comitê Executivo da Expo na ApexBrasil (CE-EXPO), a contratação de escritório jurídico para apoio em questões legais relacionadas à Expo e a contratação de empresa para prestação de serviços especializados em tradução de textos para a língua japonesa.



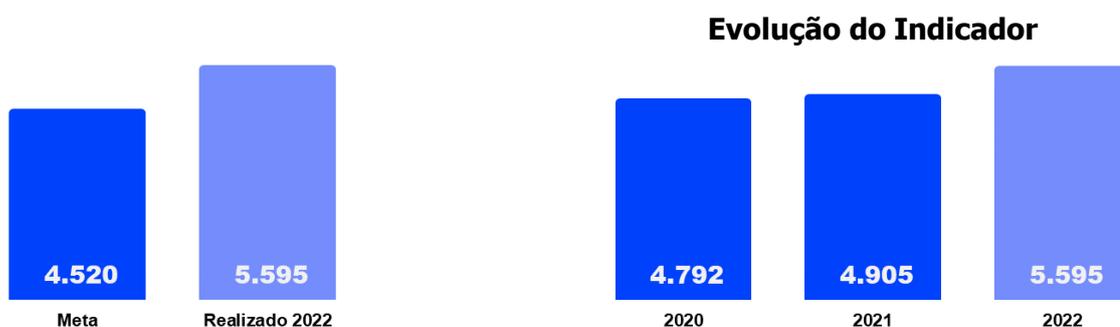
Projeto arquitetônico do Pavilhão do Brasil na Expo 2025 Osaka

Perspectiva da Sociedade

Objetivo Estratégico 2

Gerar inteligência para empresas sobre oportunidades e riscos de mercados

INDICADOR: NÚMERO DE EMPRESAS ATENDIDAS EM INTELIGÊNCIA DE MERCADO



Mantendo seu compromisso em ser uma fonte confiável e atualizada de informações para os empresários brasileiros e instituições parceiras, formuladores de políticas públicas e investidores estrangeiros, de modo a subsidiar a tomada de decisão estratégica ante a fluidez dos cenários e contextos na atualidade, a ApexBrasil segue na atualização e evolução de seus produtos de inteligência de mercado.

As ferramentas de inteligência disponibilizam cerca de 80 milhões de dados sobre a dinâmica dos mercados internacionais para apoiar as exportações brasileiras, refletindo no resultado positivo obtido pela Agência, potencializado pela disponibilidade de soluções digitais que seguem sendo centrais para os resultados da Agência.

Em 2022, foram atendidas 5.595 empresas no portfólio de inteligência da Agência, resultado 14% superior ao alcançado em 2021. Dessas, 50,1% são MPEs, o que reforça a importância do conhecimento dos mercados internacionais para empresas de menor porte e que apoiem suas decisões de exportação e internacionalização. Vale destacar a grande adesão das empresas brasileiras aos conteúdos transmitidos via webinars e apresentações.

Foram atendidas também 863 instituições não empresariais, como governo, academia, imprensa, federações, associações setoriais, entre outras, demonstrando a importância da Agência como fonte de informação sobre comércio exterior e investimentos.

Entre os painéis ofertados, o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras segue sendo a ferramenta com maior número de acessos, habilitando o usuário a consultar as oportunidades por país-alvo, por região e por produto. Além do mapa global, também seguem disponíveis os Mapas de Oportunidades Comerciais nos Estados Unidos e na China, ferramentas para identificar oportunidades de exportação para produtos brasileiros específicos em cada uma das 50 unidades da federação estadunidense e em cada uma das 31 províncias chinesas. Em 2022 foi adicionada a funcionalidade de download da pesquisa realizada pelo usuário, ampliando a qualidade percebida pelos clientes.

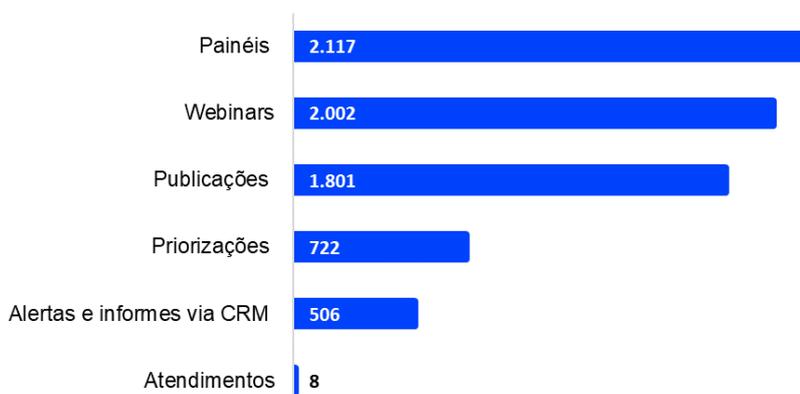
O Painel de Comércio, plataforma que permite aos usuários consultas personalizadas aos dados atualizados do comércio do Brasil com o mundo, passou por relevantes atualizações em 2022. Foram adicionadas ao painel funcionalidades como a consulta por via logística utilizada nas transações comerciais, por volume exportado e por valor exportado médio de cada produto.

Ao longo do ano, ações importantes seguiram em execução, como a publicação de 47 estudos para diversos setores e países, realização de 20 exercícios de priorização de mercados para projetos setoriais, 57 webinars e apresentações, além de 62 alertas, insights e informes de acesso a mercados, sempre com foco na geração de inteligência e apoio à tomada de decisão das empresas sobre oportunidades e riscos de mercado.

Destaque para o estudo Alimentos e Bebidas da Amazônia Legal: Oportunidades e Apelos Globais, que explora os diferenciais competitivos de produtos da região amazônica, como qualidade, benefício à saúde e sustentabilidade, o que os tornam altamente atrativos para os mercados internacionais; além dos cinco estudos de oportunidades em novos mercados abertos pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), com apoio de suas Adidâncias Agrícolas e a participação no seminário de abertura do E-Xport meeting 2022, evento com recorde de participação de empresas.

A gradual retirada de restrições de viagens e a retomada das ações presenciais em 2022 permitiu, ainda, a execução de pesquisas de campo por meio das missões de inteligência de mercado no exterior e a sensibilização in loco de empresas de distintas regiões do Brasil, com conteúdos de inteligência relacionados aos seus produtos e às suas localidades. No exterior, foram realizadas missões para Israel, Colômbia, Tailândia, Malásia, Canadá, República Dominicana, Estados Unidos e Egito. Como resultado das missões, foram publicados sete estudos de mercado. Já no território nacional, foram realizadas apresentações presenciais em 17 unidades da federação, contemplando todas as cinco regiões do Brasil.

Número de empresas atendidas nos principais canais de conteúdo



META PROJETO: CONSTRUIR METODOLOGIA SÓLIDA DE AVALIAÇÃO DE SATISFAÇÃO DOS PRODUTOS DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO DA APEXBRASIL

Meta 2022:

- Implantação da metodologia proposta de avaliação em no mínimo 80% dos produtos finalísticos de inteligência
- Obter adesão mínima de 12.5% das empresas atendidas como respondentes das pesquisas
- Aplicar meta de NPS Score Global superior a 7.5 (em uma escala de 0-10), considerando sistemas de peso por produto

Buscando a manutenção da qualidade dos serviços disponibilizados aos clientes, a metodologia Net Promoter Score (NPS) segue sendo o instrumento pelo qual a ApexBrasil afere a satisfação de seus clientes com os produtos de inteligência de mercado ofertados.

O NPS é uma métrica para medir a satisfação e lealdade dos clientes com as empresas. Uma pontuação entre 75 e 100 é considerada dentro da Zona de Excelência, ou seja, quando a empresa consegue gerar uma percepção altamente positiva no cliente. Uma pontuação entre 50 e 74 é considerada dentro da Zona de Qualidade. Uma pontuação abaixo de 50 denota uma Zona de Aprimoramento.

A pesquisa de satisfação relativa aos produtos de inteligência da ApexBrasil cobre, atualmente, 86,4% do portfólio, o que inclui: Estudos de oportunidades de mercado, Estudos de acesso a mercado, Mapas de investimentos, Estudos de investimentos, Perfil de exportações e investimentos dos Estados, Perfil País, Priorizações de mercado, Alertas regulatórios, Alertas de compras governamentais, Conexão Bruxelas, Conexão Londres, TBT em pauta, Regulatory Report, Webinars, Painel de comércio, Mapa de Oportunidades Globais, Mapa de Oportunidades nos Estados Unidos e Mapa de Oportunidades na China. Seminários organizados por parceiros, Apex 3C – Conhecer, Capacitar e Conectar – e atendimentos externos, cuja característica é a entrega personalizada, não possuem mensuração via NPS.

Das 5.595 empresas atendidas em inteligência, 725 responderam à pesquisa de satisfação, alcançando um percentual de 13% de respondentes, amostra significativa para aferição da qualidade, dado que se espera uma adesão mínima de 12,5%.

Com um NPS de 78, a média dos produtos de inteligência da ApexBrasil adentrou a Zona de Excelência em 2022. Destaque para os Estudos de Acesso a Mercado, Priorizações de Mercado, Webinars, Painéis de Inteligência e Alertas, que tiveram alto reconhecimento com NPS de, respectivamente, 93, 89, 82, 80 e 79.



725
empresas
respondentes
(13% da amostra)



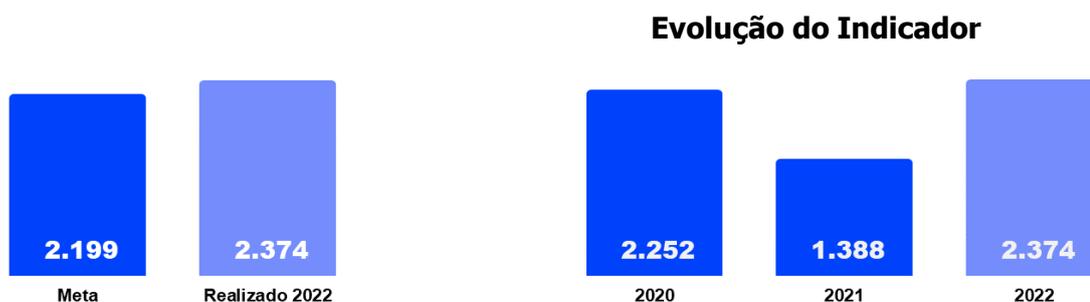
NPS
Zona de Excelência
78

Perspectiva da Sociedade

Objetivo Estratégico 3

Ampliar a qualificação das empresas brasileiras e a sua competitividade para o mercado internacional.

INDICADOR: NÚMERO DE EMPRESAS QUALIFICADAS PELO PEIEX (CNPJ ÚNICOS E COM TERMOS DE ADESÃO ASSINADOS NO ANO)



O Programa de Qualificação de Exportação (PEIEX) é um dos principais produtos desenvolvidos pela ApexBrasil. Com metodologia própria, elaborada e aprimorada ao longo dos 14 anos em que o programa está sob a gestão da Agência, é realizado em parceria com universidades, parques tecnológicos, fundações de amparo à pesquisa, federações de indústria, entre outras, denominadas entidades executoras.

O programa é uma das bases da estratégia de qualificação e competitividade da Agência e está presente em todas as cinco regiões do Brasil. É a porta de entrada para empresas que desejam iniciar o processo de exportação de forma planejada e segura.

O PEIEX congrega principalmente microempreendedores e pequenas empresas. Por meio de atendimento personalizado, consegue atender de forma específica as demandas de cada cliente, preparando-os para iniciar ou aprimorar suas exportações.

A Agência encerrou o ano de 2022 com 30 convênios em execução. São 37 núcleos e 26 polos operacionais, sendo apenas o PEIEX Coop resultado de Acordo de Cooperação Técnica. Todos os demais convênios são oriundos de chamamento público.

O Programa atendeu 2.374 empresas, sendo 1.578 delas, 66,5%, MPEs. A alta capilaridade do Programa deve-se não apenas à ampla distribuição geográfica dos núcleos, como também à possibilidade de atendimento remoto para as empresas fora do raio de atuação.

A metodologia do PEIEX Agro foi adaptada para sua implantação em três novos setores: cacau, chocolate e algodão, somando agora nove setores atendidos pelo programa em diversos núcleos. Os outros setores atendidos são: cachaça, cafés especiais, frutas frescas, mel, lácteos e proteína animal.

Destaque para a realização do III Encontro Nacional do PEIEX, evento que reuniu as equipes dos Núcleos Operacionais PEIEX distribuídas por todo Brasil e colaboradores da Agência, para falar das conquistas e desafios do programa dedicado à promoção de exportações de empresas iniciantes. O tema do encontro foi "O desafio da promoção comercial para empresas iniciantes", com a realização de debates em torno de temas relativos a exportações, onde mais de 40 especialistas da ApexBrasil e convidados se apresentaram no palco do evento para um público que chegou a mais de 430 participantes presenciais e remotos.

Durante a realização do evento, os colaboradores da ApexBrasil, os coordenadores e monitores dos Núcleos Operacionais do PEIEX e os convidados tiveram a oportunidade de conhecer o projeto Vitrine PEIEX, um projeto piloto com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre as exportações brasileiras de diferentes setores, bem como apresentar referências para empresas e startups que se preparam para o mundo. A Vitrine é uma exposição de produtos e serviços de empresas que já participaram ou estão participando do PEIEX, sendo possível vislumbrar o trabalho que é realizado para qualificar as empresas para exportarem, além de ser um convite para apreciar de perto os diversos itens que se prepararam para chegar ao mercado internacional.

Ainda em 2022 a Agência lançou a segunda edição do e-book "Ensaio PEIEX 2022 – O impacto da internacionalização no desenvolvimento regional", uma coletânea de ensaios produzidos por técnicos do programa, avaliados por uma banca de especialistas da ApexBrasil e de universidades que aborda os impactos do PEIEX e das exportações no desenvolvimento regional. A primeira edição do e-book foi publicada em 2020 e abordou os impactos da pandemia e a transformação digital.

37

**núcleos ativos
ao final de 2022**

2.374

**empresas atendidas
pelo PEIEX**



Projeto Vitrine PEIEX

INDICADOR: NÚMERO DE EMPRESAS PARTICIPANTES EM CAPACITAÇÕES DE TEMAS DE COMPETITIVIDADE (CNPJ ÚNICOS)



* Não há evolução disponível para o indicador em 2020, visto que 2021 foi o primeiro ano de medição.

Os programas de qualificação e ganho de competitividade da ApexBrasil são instrumentos eficientes na preparação dos empresários que ainda não exportam, ou que estão no início desse processo, para atuar no comércio internacional.

Ao longo de 2022, esses programas atenderam 1.628 empresas, sendo 809 (49%) delas MPE. Para o atingimento desse resultado, a Agência conta com uma plataforma de distribuição de conteúdo que permite a ampliação da oferta e a participação de empresários de diversas regiões do país. São oferecidas capacitações em temas como Negociação no Comércio Internacional, Inovação e Desenvolvimento de Produtos para o Comércio Exterior, Contratos Internacionais, entre outros. Tudo com o propósito de capacitar as empresas para o processo de exportação de forma segura e consistente.

O resultado expressivo obtido em 2022 é resultado dos investimentos realizados pela Agência na digitalização de seu portfólio, tornando sua atuação mais efetiva, escalável e acessível ao público. Nesse sentido, a plataforma de educação à distância da ApexBrasil é agora denominada Instituto Embaixador Paulo Tarso Flecha de Lima (IEFLA), em homenagem à contribuição e ao legado do Embaixador para a promoção comercial brasileira.

Oficinas de Competitividade

As Oficinas de Competitividade são encontros online, com duração de quatro horas, ou presenciais, com duração de oito horas, sobre temas relacionados ao comércio exterior e à competitividade, com o objetivo de preparar empresas não exportadoras e iniciantes para atuar no comércio internacional.

Em 2022, foram realizadas quatro oficinas presenciais: duas em Brasília e duas em Caxias do Sul. Outras onze oficinas foram realizadas no formato online, com um total de 474 participantes, sendo 244 deles cliente diretos e outros 230 convidados de instituições parceiras e da própria Agência.

Webinars e Web Série

A Web Série “Direto do Mercado” é uma iniciativa que realiza uma série de webinars em parceria com os Escritórios ApexBrasil (EAs) no exterior para empresas não exportadoras, exportadoras iniciantes e núcleos PEIEX.

Estudos de inteligência da ApexBrasil apontaram para a atratividade da realização de webinars como foco na América do Sul em 2022, principalmente para micro e pequenas empresas. A iniciativa de apresentar potenciais mercados da região a empresas brasileiras e auxiliá-las no seu plano de expansão internacional, foi realizada em parceria com EA Bogotá, SEBRAE, SECOMs, Câmaras de Comércio, entre outros.

Em 2022 foram cinco edições no Paraguai, Argentina, Uruguai, Peru e Chile, que contaram com mais de mil inscritos.

Realizado também o seminário “Como fazer negócios com a ONU”, organizado pela ApexBrasil, MRE e Organização das Nações Unidas (ONU), que trouxe informações relevantes para empresário que desejam fazer parte da cadeia de suprimentos das Nações Unidas e contou com 310 participantes presenciais e remotos.

Já o webinar “Marcas: Protocolo de Madri e INPE Negócios”, organizado pela ApexBrasil e o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), abordou informações importantes sobre o registro de marcas e o Protocolo de Madri, além de abordar como empresas de qualquer porte podem exportar sem terem problemas com entidades de registro no exterior. A ação contou com 464 participantes remotos.

Design Export

O Design Export é o programa de apoio ao desenvolvimento de produtos, embalagens e processos para exportação, sensibilização da indústria para o tema design, promoção da cultura de inovação pelo design e visibilidade da indústria brasileira em face do mercado internacional.

O programa encerrou o ano de 2022 com a realização de duas edições, a disponibilização de 60 vagas para empresas e o atendimento a 28 delas. O programa conta com metodologia própria, desenvolvida pela ApexBrasil, e é realizado em parceria com o Centro Brasil Design (CBD) para o aperfeiçoamento do atendimento aos clientes. O atendimento às empresas participantes da segunda edição terá continuidade em 2023.

Cursos de Estratégia de Internacionalização e Marketing Internacional

A ApexBrasil promove cursos executivos em formato híbrido, em parceria com instituições de ensino de consagradas, para auxiliar empresas brasileiras com planos de expansão internacional. Em 2022, foram realizadas duas turmas do Curso de Estratégia de Internacionalização, em parceria com a Fundação Instituto de Administração (FIA), atendendo um total de 50 empresas brasileiras e com 79 participantes.

Já o Curso de Marketing Internacional, em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), contou com três turmas, atendendo 54 empresas brasileiras e 83 participantes.

Programa de Internacionalização de Startups

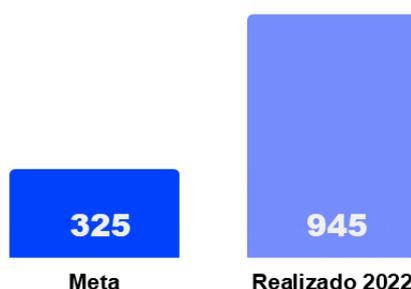
O Programa de Internacionalização de Startups apoia startups brasileiras em sua inserção em ecossistemas de inovação no exterior. As empresas são selecionadas via edital público a participar de missões específicas por mercado.

As empresas selecionadas realizam sua preparação de forma online que conta com as seguintes etapas: webinars com especialistas do mercado, mentoria sobre plano de expansão internacional, treinamento de pitch e pitch feedback.

Em 2022, a ApexBrasil realizou a preparação online das empresas para as seguintes missões: China-Brazil Innovation Week (virtual – China), Gitex 2022 (Emirados Arabes Unidos), Medica 2022 (Alemanha), NY Tech Day (Estados Unidos), Viva Technology (França), The Next Web (Holanda), Web Summit (Portugal), num total de 224 atendimentos a startups brasileiras.

O programa Startup Outreach Brasil, anteriormente denominado StarOut Brasil, realizado em parceria com o Ministério das Relações Exteriores (MRE), com o então Ministério da Economia (ME), com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e que promove a internacionalização de startups brasileiras, realizou dois ciclos em 2022, com o atendimento de 40 empresas em cada um deles. Os ciclos foram realizados em Santiago, no Chile, e em Chicago, nos Estados Unidos.

INDICADOR: NÚMERO DE EMPRESAS ATENDIDAS NO PROGRAMA E-COMMERCE (CNPJ ÚNICOS)



* Não há evolução disponível para o indicador, visto que 2022 foi o primeiro ano de medição.

Programa E-Xport

O programa E-Xport da ApexBrasil promove a internacionalização das empresas brasileiras por meio da inserção sustentável no comércio eletrônico internacional e da melhoria de sua presença digital. Em 2022 foram atendidas 945 empresas no programa, sendo 522 (55%) delas MPes.

Em sua terceira edição, o E-Xport Meeting, evento realizado pela ApexBrasil com o objetivo de proporcionar maior atuação e inclusão de empresas nacionais no comércio eletrônico global, apresenta resultados cada vez mais expressivos ao longo de suas edições. Em 2022, a realização do evento em formato híbrido contou com a parceria do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), contando com representantes de grandes organizações do setor, como Amazon, Alibaba, Tmall, Adobe, Tiktok, Twitter, LinkedIn, eBay, entre outras.

O evento teve como tema central a transformação digital na promoção comercial. Com mais de 2.300 inscrições e participação de mais de 500 CNPJs, as palestras foram transmitidas simultaneamente pelo Zoom, Youtube e Facebook, somando mais de 4,2 mil visualizações ao longo dos quatro dias de evento. Já o site ultrapassou a marca de 55 mil acessos desde a sua criação. Foram 24 palestras e 10 oficinas, com a participação de 50 palestrantes e moderadores, demonstrando a importância dada para a capacitação dos empresários brasileiros e o desenvolvimento do mercado digital no país, revelando que o e-commerce internacional pode ser uma estratégia de exportação viável para empresas nacionais.

A palestra ministrada pela ApexBrasil sobre "E-commerce Internacional - Mercados, oportunidades e tendências" trouxe um panorama do e-commerce internacional, mostrando a relevância dessa tendência para as pequenas e médias empresas e para a ampliação da participação brasileira no comércio B2C (*Business to Consumer*).

Destaque para a presença dos presidentes da ApexBrasil, ESPM e SEBRAE e do vice-presidente da Câmara e-net, a Câmara Brasileira da Economia Digital, além da renovação do Memorando de Entendimento entre a ApexBrasil com a Amazon e a assinatura de dois novos Memorandos de Entendimento com o Grupo Alibaba e com os Correios.

Acelerações em plataformas de e-commerce

As acelerações em plataformas de e-commerce buscam facilitar a inserção de empresas brasileiras nos principais marketplaces com vendas globais, para que abram suas lojas virtuais e possam exportar utilizando canais digitais.

Para atendimento dessa demanda crescente, a ApexBrasil desenvolveu parcerias com a Amazon, com foco no comércio B2C (*Business to Consumer*) para vendas nos Estados Unidos, e com o Alibaba.com, com foco no comércio B2B (*Business to Business*) para vendas globais.

As empresas passam por treinamentos que incluem a etapa de *onboard* na plataforma, seguida por um período de teste para oferta dos produtos na plataforma, com suporte de gerenciamento de conta ou de subsídio para a taxa de anualidade.

Em 2022, foram atendidas 220 empresas brasileiras pela parceria com a Amazon e 80 pela parceria com o Alibaba.com.

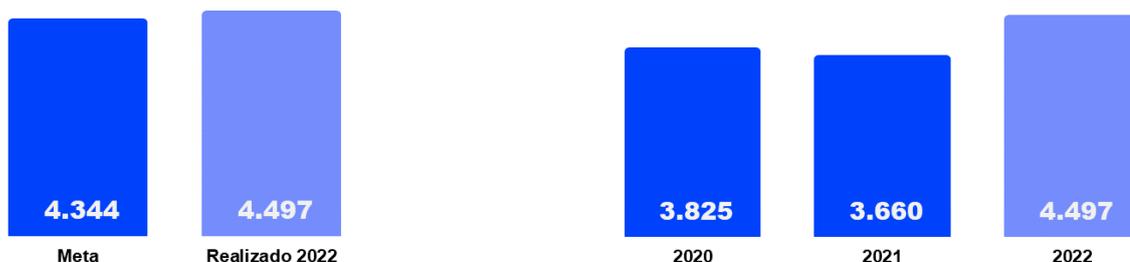
Perspectiva da Sociedade

Objetivo Estratégico 4

Inserir e ampliar a presença de empresas brasileiras no mercado internacional.

INDICADOR: NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS BRASILEIRAS APOIADAS PELA APEXBRASIL (CNPJs ÚNICOS)

Evolução do Indicador



A ApexBrasil avança na ampliação da presença de empresas brasileiras no mercado internacional por meio de seus projetos. Em 2022, foram apoiadas 14.462 empresas em 219 projetos de qualificação, promoção de negócios, internacionalização. Desse total, 4.497 são exportadoras, um aumento de 22,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. As empresas monitoradas pela Agência exportaram US\$ 128,3 bilhões – crescimento de 22% se comparado à performance delas próprias no período anterior.

Projetos Próprios

Os 132 projetos próprios realizados pela ApexBrasil apoiaram, em 2022, um total de 1.471 empresas exportadoras, com a geração de US\$ 66,7 bilhões em exportações, valor 33% superior ao ano anterior.

A participação da Agência na SIAL Paris, maior feira do setor de bebidas e alimentos da Europa, contou com 128 empresas brasileiras. Durante o evento, foram realizadas mais de 6 mil reuniões, sendo mais de 4 mil delas com novos clientes. Estima-se a geração de US\$ 2,37 bilhões em negócios, dos quais US\$ 327 milhões são imediatos.

Já para o Web Summit Lisboa 2022, uma das maiores e mais importantes conferências de tecnologia, inovação e empreendedorismo no mundo, a ApexBrasil levou um total de 70 empresas, sendo 57 delas startups e 13 delas empresas inovadoras. Foi a maior delegação liderada pela Agência desde 2018, ano de sua primeira participação na conferência.

Projetos Setoriais

Os projetos de promoção de exportações desenvolvidos em parceria com entidades setoriais para apoiar estratégias de promoção de comércio exterior retomaram suas ações com força total em 2022.

Atuação com 47 entidades setoriais, das quais 29 congregam empresas fornecedoras de bens da indústria e de serviços, e 18 do agronegócio. As exportações das empresas apoiadas no âmbito desses projetos alcançaram o montante de US\$ 50,5 bilhões, um crescimento de 32,1% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Os projetos setoriais contam com a participação de 4.816 empresas brasileiras, das quais 2.652 são exportadoras, o que demonstra a relevância dessa estratégia no modelo de atuação da Agência, na medida em que 67,5% das exportadoras monitoradas participam de ações dos projetos setoriais.

Escritórios no Brasil e no Exterior

Os Escritórios da ApexBrasil (EA) no exterior funcionam como extensões da Agência nos mercados internacionais estratégicos, oferecendo os mais diversos serviços. Visando à ampliação dessa atuação, foram inaugurados em 2022 dois Desks ApexBrasil, com foco nos mercados da África do Sul e da Índia.

Desse modo, a Agência passa a contar com especialistas locais, instalados no EA Dubai, para oferecer estudos, webinars, missões, identificação de parceiros estratégicos, *matchmaking* e ações personalizadas para empresas interessadas em explorar oportunidades nos mercados mencionados.

Além da ampliação da cobertura internacional, a Agência conta agora com um novo escritório em Goiânia, o Escritório ApexBrasil Centro-Oeste, oferecendo atendimento a empresários nas cinco regiões do país. O novo Escritório vai atender aos estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e o Distrito Federal, nas diversas matrizes produtivas, incluindo indústria, comércio e serviços.

Realizado também o evento Conexão EAs, que reuniu pela primeira vez os colaboradores de todos os Escritórios na sede da ApexBrasil. Foram diversas agendas, capacitações e visitas com o objetivo de proporcionar uma maior integração com os colaboradores da Sede.

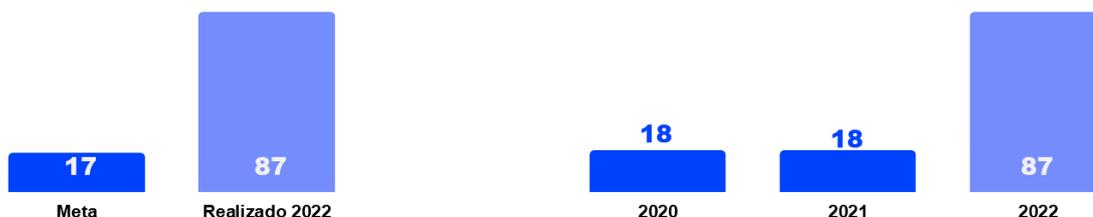
Destaque para a realização do workshop "Conexão EAs: fortalecendo os elos da rede ApexBrasil", com foco em tornar a comunicação entre as equipes mais eficaz, aprimorar o desempenho dos EAs com capacitações presenciais em sistemas e ampliar a percepção das equipes EAs sobre o trabalho da Sede.

Em 2022, os EAs apoiaram 1.828 empresas brasileiras, sendo 1.053 em ações de promoção de negócios, por intermédio de 57 projetos. Os EAs apoiaram ainda 122 empresas na instalação física ou virtual de suas unidades no exterior.

Das empresas apoiadas pelos EAs, 687 já registram valores de exportação, que somam US\$ 14,2 bilhões em 2022, valor esse 13% maior que o exportado por essas mesmas empresas no ano anterior.

INDICADOR: NÚMERO DE ABERTURA OU PLANO DE ABERTURA DE NOVAS OPERAÇÕES NO EXTERIOR

Evolução do Indicador



No intuito de quantificar a inserção de empresas nas cadeias globais de valor, a ApexBrasil realiza um processo que visa monitorar e registrar o impacto de suas ações nas empresas apoiadas com planos de expansão internacional, medindo o número de anúncios de abertura ou plano de abertura de novas operações no exterior.

A Agência monitora as ações das empresas participantes por meio de um questionário aplicado em três momentos: quando concluem uma aceleração ou uma missão de internacionalização, seis meses após a ação e quando completam um ano da ação.

No ano de 2022, 87 empresas brasileiras apoiadas pela ApexBrasil anunciaram abertura ou plano de abertura de operação no exterior. Os principais destinos dos anúncios das empresas brasileiras foram Portugal, Estados Unidos e Emirados Árabes Unidos.

O resultado expressivo se deve pelo monitoramento contínuo das empresas, visto que a insegurança sanitária e econômica dos últimos dois anos fez com que muitas empresas postergassem sua expansão internacional, além da automatização do processo de acompanhamento dessas empresas e da contribuição do Programa e-Xport para o indicador.

A ApexBrasil oferece suporte para a expansão internacional por meio de três programas principais:

- ↳ Programa de Expansão Internacional;
- ↳ Programa de Internacionalização de Startups; e
- ↳ Programa e-Xport.

Todos os programas oferecem uma etapa inicial de capacitação, já citada no objetivo anterior (Número de empresas capacitadas em competitividade e Número de Empresas Atendidas no Programa E-commerce), uma etapa de promoção de negócios e uma etapa de monitoramento.

Destaque para as seguintes ações:

- ↳ Web Summit Lisboa 2022: contou com a maior participação brasileira no evento, com mais de 600 empresários, sendo considerada a 3ª maior delegação do evento;
- ↳ Missão GITEX Dubai: participação de 13 startups e realização de agenda de imersão no Parque Tecnológico de Pesquisa e Inovação de Sharjah;
- ↳ Missão NY Tech Day: participação de 10 startups. Missão realizada em parceria com o Consulado do Brasil em Nova Iorque;
- ↳ Ciclo StartOut Chicago: realizado em formato presencial, contou com a participação de 15 startups. Realização de agendas de negócios, demo-day, visitas técnicas e rodada com investidores;

O Programa de Diplomacia da Inovação (PDI), implementado pelo Itamaraty desde 2017, busca quebrar os estereótipos vinculados à imagem do Brasil no exterior e mostrar país que produz conhecimento, produtos e serviços em setores da fronteira científica.

A ApexBrasil, no âmbito do PDI, esteve presente em 2022 com delegações brasileiras na Missão South Summit, em Madri, Viva Technology, em Paris, The Next Web, em Amsterdã, além do NY Tech Day, em Nova Iorque.

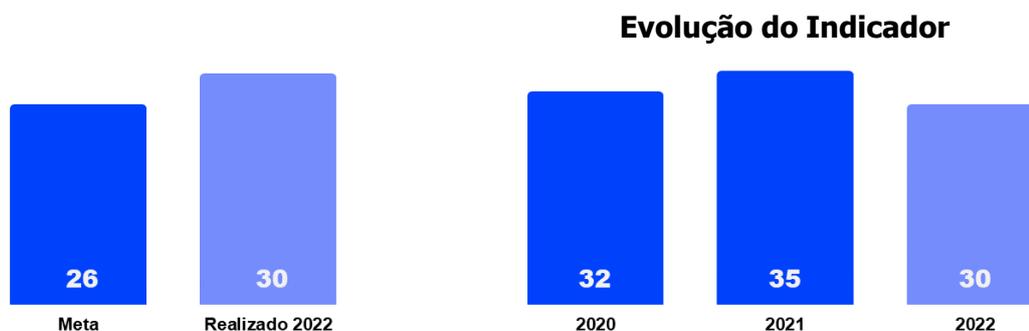
Os programas de internacionalização atenderam 169 startups em 2022.

Perspectiva da Sociedade

Objetivo Estratégico 5

Expandir a inserção das empresas brasileiras nas cadeias globais de valor, pela atração de investimentos estrangeiros diretos em setores prioritários.

INDICADOR: NÚMERO DE PROJETOS DE INVESTIMENTOS FACILITADOS



O Brasil é um dos cinco principais destinos de investimento estrangeiro direto no mundo, segundo a UNCTAD⁸, e a ApexBrasil seguiu com sua agenda promissora na atração de investimentos estrangeiros com a retomada dos eventos presenciais, mas sem renunciar aos avanços trazidos pela transformação digital imposta pela pandemia.

Em 2022, a ApexBrasil atuou na facilitação de 30 Projetos de Investimentos, com anúncios de aproximadamente US\$ 7,4 bilhões e a expectativa de mais de 5 mil novos empregos oriundos do fluxo de investimento estrangeiro.

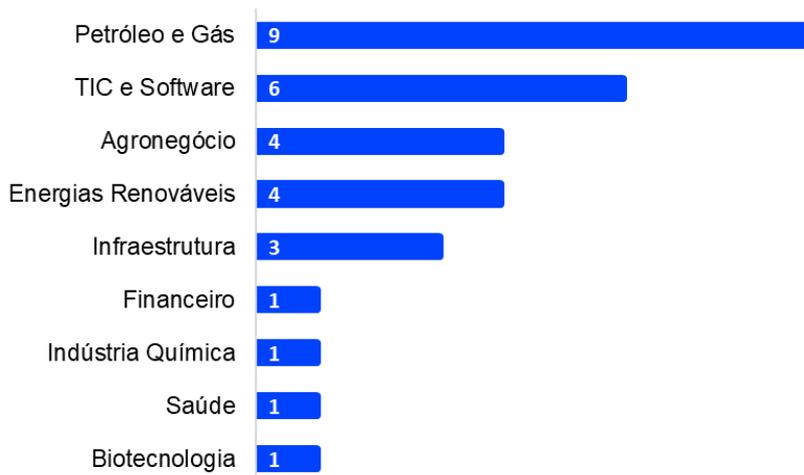
Destaque para a participação da ApexBrasil na Conferência Anual LAVCA Week (Association for Private Capital Investment in Latin America), realizada em outubro, e no Congresso Anual ABVCAP 2022 (Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital), realizado em novembro, demonstrando a relevância da Agência nas iniciativas de atração investimentos, fomentando a inovação em diversas cadeias da economia brasileira.

O ScaleUp in Brasil, programa de soft-landing que apoia startups estrangeiras no processo de estabelecimento de suas operações no mercado brasileiro, realizou sua terceira edição em 2022, com um total de 107 empresas registradas para o programa e a realização de imersão presencial do projeto, com a participação de 35 empresas, sendo que 17 delas iniciaram a aceleração. O programa foi reconhecido no United Nations Investment Promotion Awards 2022 da UNCTAD pelo apoio a projetos de investimentos sustentáveis.

⁸ UNCTAD (<https://www.oecd.org/investment/investment-policy/FDI-in-Figures-October-2022.xlsx>)

A ApexBrasil e o Global Corporate Venture (GCV) realizaram a 6ª edição do Corporate Venture in Brasil nos dias 25 e 26 de outubro, em São Paulo. A conferência reuniu 25 investidores estrangeiros e um público de 600 observadores, incluindo grandes corporações internacionais, sessões de pitches com 11 startups brasileiras e 5 estrangeiras, além de aproximadamente 300 reuniões arregimentadas pela ApexBrasil. A 6ª edição do CV in Brasil, a primeira após a pandemia, alcançou os números recordes, quando comparada à última edição, realizada em 2019.

Projetos anunciados por setor



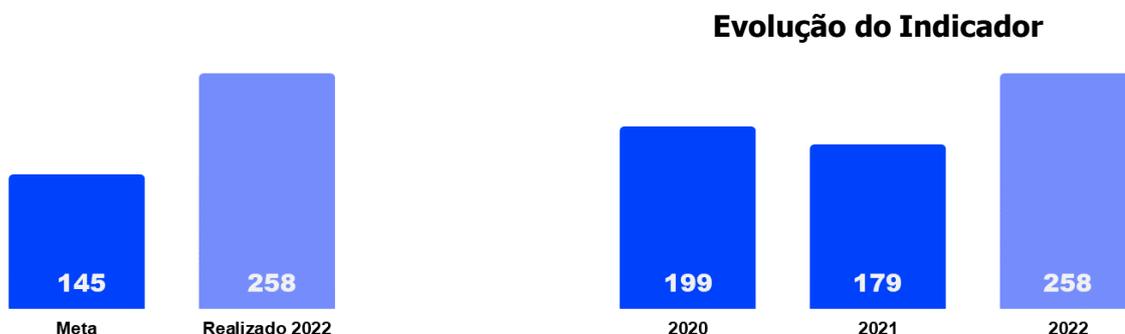
US\$ 7,40 bilhões
em investimentos
anunciados

5.152 empregos*

estimativa de vagas de
empregos geradas

*Valores autodeclarados
pelas empresas e projetos

INDICADOR: NÚMERO DE ATENDIMENTOS A INVESTIDORES QUALIFICADOS



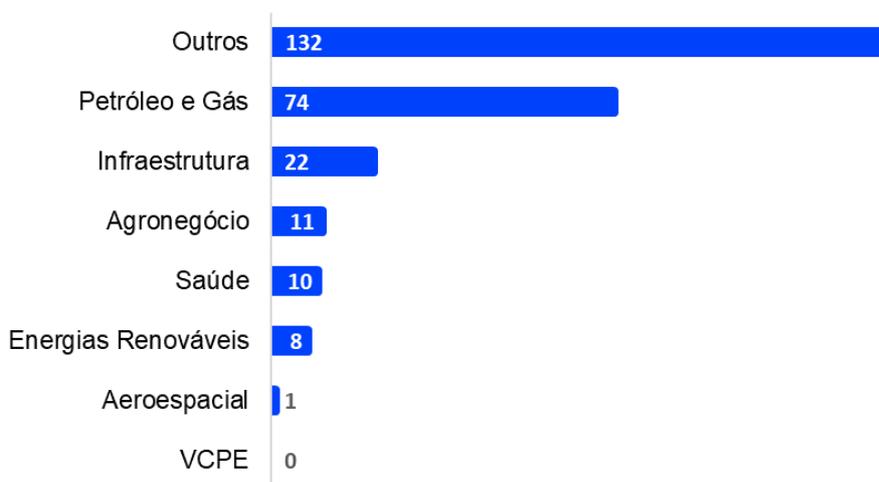
A retomada das ações presenciais refletiu de forma significativa no Número de Atendimento a Investidores Qualificados (NAIQ) em 2022. Foram realizadas 79 ações ao longo de 2022, com aproximadamente 26 mil participantes, reiterando o compromisso da ApexBrasil na atuação relacionada à pauta de atração de investimentos estrangeiros diretos.

Em 2022, a ApexBrasil atendeu 258 empresas e investidores estrangeiros (NAIQ), por meio das ações realizadas. A maior concentração deu-se nos meses de setembro e novembro, fruto de ações como o Brasil Investment Forum Experience (BIFx), o ScaleUp in Brasil e o Corporate Venture in Brasil.

O Brasil Investment Forum (BIF) 2022 segue sendo o principal evento de investimentos da Agência. Realizado em junho de forma híbrida, presencial e online, o evento contou com mais de 5.000 participantes e a expectativa de US\$ 60 bilhões em anúncios de investimentos.

Realizadas ainda agendas institucionais com investidores da Dinamarca, Noruega e Suécia, reforçando a relação comercial do Brasil com os três países nórdicos, para fornecimento de informações relevantes sobre o ambiente empresarial brasileiro e oportunidades de investimento para potenciais investidores, especialmente nos setores de infraestrutura e energia renovável.

Atendimentos por tipo de interesse



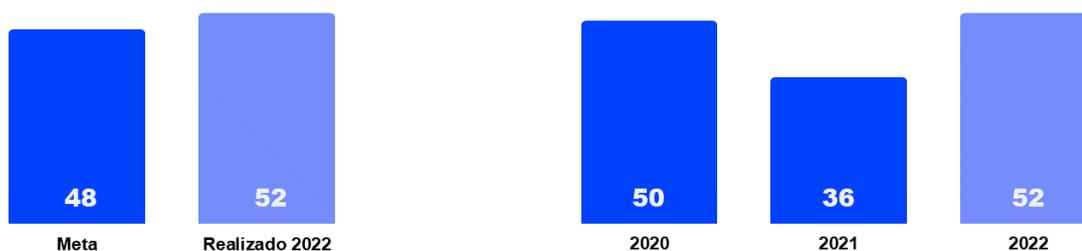
Perspectiva dos Processos Internos

Objetivo Estratégico 6

Atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais.

INDICADOR: ATUAÇÃO DA APEXBRASIL JUNTO A ENTES GOVERNAMENTAIS EM INICIATIVAS RELACIONADAS AO SISTEMA DE PROMOÇÃO COMERCIAL BRASILEIRO E ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS

Evolução do Indicador



As parcerias são outro elemento essencial do modelo de atuação da ApexBrasil. Sinalizam a necessidade de unir esforços, ampliar o raio de ação e potencializar resultados por meio da atuação em rede nos âmbitos estadual, federal e internacional.

Com objetivo de construir e fortalecer o relacionamento da ApexBrasil com o Estado e a sociedade, muitas foram as parcerias desenvolvidas pela Agência no âmbito nacional e internacional. Stakeholders estratégicos como a Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), a Associação Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMPRAPII), a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Serviço Federal de Processamento de Dados (SERPRO), entre outros, fortaleceram a agenda de promoção das exportações brasileiras, atração de investimentos e fomento da competitividade no cenário internacional.

Em 2022, a ApexBrasil manteve 41 instrumentos de cooperação ativos, com a assinatura e renovação de outros doze instrumentos. Destaque para os instrumentos assinados com o Alibaba Group, Amazon, a India Brazil Chamber of Commerce (IBCC), a Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) do Ministério da Economia (ME), o Serviço Federal de Processamento de Dados (SERPRO), entre outros.

No relacionamento com os Poderes Legislativo e Executivo, destaca-se a interação com o Senado Federal, Câmara dos Deputados, Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério da Economia (ME), Ministério do Meio Ambiente (MMA), Casa Civil, Tribunal de Contas da União (TCU), dentre outros.

Adicionalmente, a Agência manteve relacionamento com mais de sessenta instituições e entes governamentais e foram atendidas demandas institucionais de Embaixadas, Câmaras de Comércio, e Governos Estaduais. Neste contexto, apresentou-se a parceiros estratégicos (Ministros de Estados e membros do legislativo), por meio da coordenação de missões parlamentares, iniciativas da Agência em feiras internacionais e projetos de imagem, a exemplo da Expo 2020 Dubai, Casa Brasil Bicentenário Lisboa, SIAL Paris, COP-27, The Big 5, entre outras ações.

Considerando o ambiente nacional, a ApexBrasil participou do Comitê de Líderes da Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI), coordenado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), do Comitê Nacional de Iniciativas de Apoio a Startups, coordenado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTIC), do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (FPMPE) do Ministério da Economia (ME), e do Conselho Empresarial Brasil China (CEBC).

A presença nesses foros de debate permitiu o intercâmbio de informações de interesse da Agência, bem como a prospecção de parcerias.

No âmbito internacional, a ApexBrasil manteve sua participação na World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA), World Economic Forum (WEF) e Rede Iberoamericana de Entidades de Promoção de Exportações e Atração de Investimentos (RedIbero).

Todas essas ações em rede potencializaram os resultados da Agência nos cenários estadual, federal e internacional.

Perspectiva dos Processos Internos

Objetivo Estratégico 7

Aprimorar o atendimento ao cliente e a sua jornada, de acordo com a sua maturidade, setor e mercado de atuação.

META PROJETO: ESTRUTURAÇÃO DA GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM CLIENTES NO CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT – CRM

Meta 2022:

- a. Consolidar os fluxos da jornada e avaliação do desempenho da oferta de serviços e monitoramento do ciclo de vida do cliente

O foco no cliente é um dos valores da ApexBrasil, e possibilitar o acesso desse público aos produtos e serviços é prioridade, sendo a gestão desse relacionamento uma iniciativa estratégica para a Agência para o conhecimento de suas necessidades e direcionamento dos esforços na oferta de produtos e serviços relevantes para o impulsionamento de seus negócios.

Nesse sentido, a Agência segue envidando esforços no aprimoramento dessa estratégia, avaliando de modo constante os fluxos mapeados na jornada do cliente e aprimorando-os.

Nos pontos de contato com o cliente, a Agência busca avaliar a sua percepção sobre o atendimento recebido e os serviços consumidos, e em 2022 os resultados apurados mostram a satisfação dos clientes com a ApexBrasil.

Foram registrados 11.617 atendimentos na base de relacionamento/CRM por meio de ocorrências, um acréscimo de aproximadamente 54% de atendimentos em relação ao total registrado no ano anterior. Desses, 75,7% tiveram como origem canais online, como o Fale Conosco e E-mail institucional, sendo avaliados pelos clientes com 9.54 em nota de satisfação. A implementação do chat online dentro do Portal da ApexBrasil em 2022 contabilizou 406 atendimentos, obtendo a média de 9.1 em nota de satisfação.

O Net Promoter Score (NPS) segue sendo o instrumento pelo qual a Agência avalia o grau de lealdade de seus clientes, alcançando, em 2022, um NPS de 81,2, mantendo a ApexBrasil na Zona de Excelência e com um acréscimo de 4,7 pontos em relação ao ano anterior.

Em atendimento à recomendação feita pela auditoria de certificação da norma NBR ISO 9001:2015, o fluxo de reclamações foi aprimorado, sendo implementado também o fluxo para o registro de sugestões realizadas pelos clientes na pesquisa de satisfação pós-feira.

Para atender a padrões de qualidade no atendimento, uma das métricas definidas é o tempo de resposta para os atendimentos realizados. Nesse sentido, a ApexBrasil estabeleceu um Acordo de Nível de Serviço (SLA) com o cliente, no qual o retorno para reclamações deve ser dado em até sete dias úteis e para outros tipos de solicitação em até três dias úteis. Esses prazos são informados no ato da abertura da demanda.

As medições realizadas ao longo do ano apontaram para um prazo médio de retorno em pouco mais de um dia (1,07), indicando o alto compromisso da Agência com seu cliente final.

Sobre a qualidade de dados, a implantação de ferramenta para higienização dos dados de e-mails, integrada ao CRM, permitiu a automatização do processo, realizado anteriormente de forma manual.

Em continuidade ao plano de ação para adequação à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), foram realizadas entregas envolvendo, principalmente, ações para aumentar o número de consentimentos coletados, adequação da Central LGPD e disponibilização de painel para visualização das informações sobre consentimentos.

Nesse sentido, foram coletados 12.296 consentimentos de contatos ativos no CRM da Agência. Somando-se ao resultado obtido a partir de 2020, quando do início da campanha, a ApexBrasil encerrou o ano de 2022 com um total acumulado de 27.719 consentimentos de contatos ativos coletados, o que representa 19,05% da base de contatos ativos, com um crescimento de 6,5% na coleta.

Outra iniciativa prevista no plano de ação é a tradução da Central LGPD para os idiomas inglês e espanhol, o que possibilitou a coleta de dados pessoais de contatos estrangeiros no CRM. Outra melhoria implementada para o público estrangeiro foi a tradução dos formulários de inscrição para inglês e espanhol, facilitando o processo de inscrição para o cliente estrangeiro e promovendo melhorias para o processo interno de coleta e análise de dados.

META PROJETO: ESTRUTURAÇÃO DA ESTRATÉGIA DO RELACIONAMENTO COM CLIENTES DA APEXBRASIL

Meta 2022:

- a. Construir as métricas para mensuração do desempenho da estratégia e gestão de clientes na ApexBrasil (KPIs)

A estruturação e implantação de uma estratégia para o Relacionamento com Clientes permite que a Agência atue de forma mais efetiva na captação, retenção e fidelização dos clientes. A construção de métricas é fundamental para a mensuração e evolução dessa estratégia.

Para viabilizar o trabalho de construção dessas métricas, a ApexBrasil realizou a contratação de consultoria especializada por meio de licitação. Dada a complexidade do tema, a empresa vencedora do certame não atendeu de forma satisfatória às necessidades da Agência. Após a aplicação das sanções cabíveis à empresa contratada, a Agência decidiu pela rescisão do contrato.

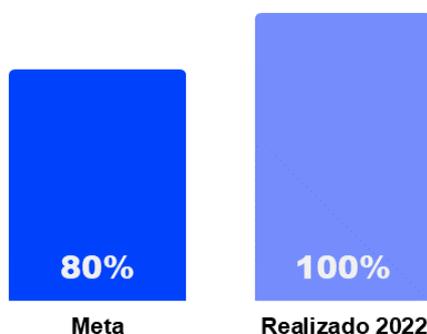
De modo a não interromper as ações necessárias para a consecução desse importante projeto, a ApexBrasil iniciou ainda em 2022 o trabalho de benchmarking com instituições nacionais e internacionais, buscando insumos para a realização de novo edital de contratação, com critérios mais rigorosos para habilitação do fornecedor, para que seja possível a continuidade do projeto em 2023.

Perspectiva dos Processos Internos

Objetivo Estratégico 8

Realizar a transformação digital e consolidar a cultura de inovação.

INDICADOR: PERCENTUAL DE EXECUÇÃO DO PDTIC DE NEGÓCIOS



* Não há evolução disponível para o indicador, visto que 2022 foi o primeiro ano de medição.

A Transformação Digital é um tema estratégico para a ApexBrasil, visto que permite a ampliação do acesso das empresas aos produtos e serviços da Agência.

A implantação da plataforma de serviços da Agência dispõe de um portfólio de produtos digitais disponíveis aos clientes que, em uma única interface, conseguem gerenciar seus dados pessoais, preferências de conteúdo e aquisição de produtos e serviços.

As demandas de melhoria e inovação para essa plataforma são priorizadas pelo Comitê Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação (CGTIC), que se reúne três vezes ao ano para definir os projetos a serem executados ao longo do ano, informar o status dos projetos em andamento, além de receber e priorizar novas demandas.

Ao longo de 2022, o CGTIC monitorou os projetos priorizados, realizando a efetiva gestão de mudança nesses projetos. Com isso, a ApexBrasil encerrou o ano com sete projetos priorizados, onde o escopo definido para cada um deles foi concluído, levando a um percentual de conclusão do PDTIC de Negócios de 100%.

Destaque para as melhorias implantadas no Portal Institucional da ApexBrasil, cuja mudança de plataforma permitiu à Agência maior eficiência e autonomia na gestão dos conteúdos. O portal, que anteriormente era informativo e institucional, passa a ser um portal que entrega valor aos clientes, com conteúdos relevantes como notícias, painéis e capacitações. Também já está disponível a área logada do cliente, onde será possível, a partir de 2023, a oferta de conteúdo personalizado de forma automatizada e aderente ao interesse do cliente.

META PROJETO: IMPLANTAR A CULTURA DE INOVAÇÃO NA APEXBRASIL

Meta 2022:

- a. Desenvolvimento de produtos e serviços:
 - a. Lançamento do Piloto Diretório de Negócios
- b. Conscientizar os colaboradores sobre a inovação na ApexBrasil:
 - a. Trilha master em vendas Oficinas de design e precificação (sob demanda)
 - b. Outras ações de sensibilização e capacitação dos colaboradores

Consolidar uma cultura de inovação é uma demanda prioritária para a Agência, tanto para a excelência na gestão quanto para a realização de suas ações de forma efetiva, escalável e acessível ao público.

As mudanças implementadas durante o ano de 2022 possibilitaram maior aproximação entre a Agência e seus clientes, por meio da ampliação do acesso aos produtos e serviços ofertados, e da dinamização da gestão com segurança e praticidade.

A realização do Innovation Day mostrou que transformação digital vai muito além do uso de tecnologia, é também uma questão de mentalidade. E, para isso, a ApexBrasil trouxe dois especialistas em transformação digital para falar sobre o desenvolvimento do pensamento inovador para seus colaboradores. Em suas palestras, a escritora Martha Gabriel e o professor Marcelo Minutti falaram sobre as novas tendências do futuro, o desenvolvimento acelerado das tecnologias e a necessidade de adaptação às novidades.

A ação contou ainda com o desafio de ideias inovadoras, onde foram geradas mais de 200 ideias de melhorias ou propostas de novas soluções inovadoras para gestão e negócio pelos colaboradores da ApexBrasil.

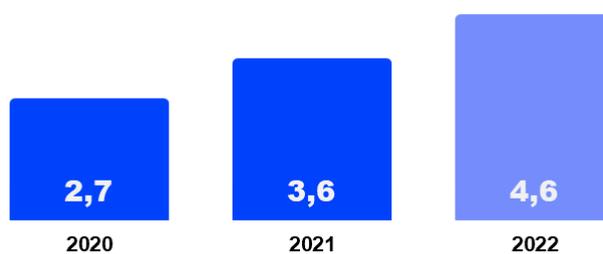
A despeito dos esforços da ApexBrasil, o lançamento do piloto do Diretório de Negócios foi adiado para março de 2023. O desenvolvimento do protótipo do Diretório foi concluído; porém, dificuldades técnicas encontradas pelo fornecedor não foram sanadas em tempo, postergando a disponibilização da solução para testes.

A Agência conta também com mais uma gerência para a consecução de seus objetivos institucionais, a Gerência da Plataforma Brasil Exportação (GBRAEXP), que será responsável pela plataforma de mesmo nome, que tem como objetivo desenvolver uma nova plataforma digital que organize a oferta de serviços de apoio ao exportador e facilite o atendimento da demanda das empresas brasileiras em um único local. Esse trabalho está relacionado à iniciativa Global Trade Hub, que é realizada em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a Confederação Nacional da Indústria (CNI), a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), o então Ministério da Economia e o Ministério das Relações Exteriores (MRE).

Ainda sobre inovação, a pesquisa do Great Place to Work (GPTW) mensura o nível da velocidade e agilidade organizacional, quantificando a capacidade da força de trabalho de se adaptar e inovar por meio do IVR (Innovation Velocity Ratio). O método IVR classifica a organização em 3 níveis: Acelerada (IVR acima de 10,5), Funcional (IVR entre 4,5 e 10,49) ou Atrito (IVR de 0 a 4,49).

Na pesquisa aplicada em outubro de 2022, a ApexBrasil obteve um índice de IVR de 4,59, reposicionando a Agência no nível Funcional, demonstrando que os esforços realizados ao longo dos últimos anos estão consolidando uma cultura de inovação em seus colaboradores.

Evolução do índice IVR

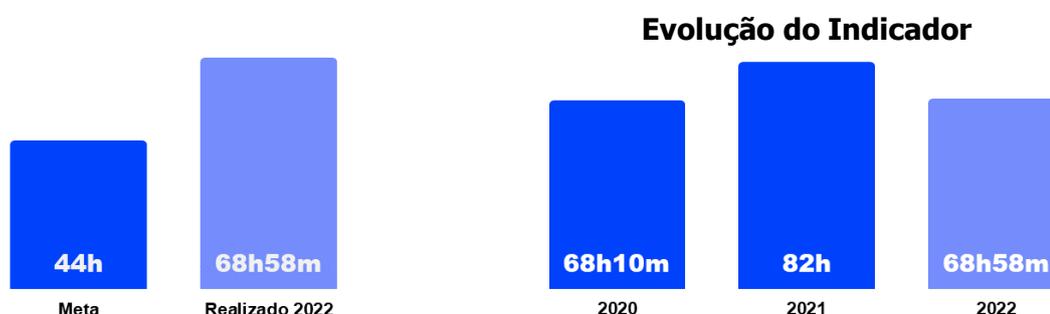


Perspectiva da Sustentabilidade

Objetivo Estratégico 9

Desenvolver colaboradores e líderes e assegurar um ambiente de trabalho justo e de confiança.

INDICADOR: QUANTIDADE MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR COLABORADOR



O Plano Anual de Ações de Capacitação (PAAC), inteiramente vinculado ao Planejamento Estratégico, permite que a Agência trabalhe de forma constante na oferta de capacitações de grande relevância para o desenvolvimento dos colaboradores, com atuação em três frentes: para toda a corporação, com foco nas atividades finalísticas e em temas de gestão.

Nas iniciativas voltadas para toda a Agência, a advogada Michelle Heringer, especialista em prevenção e gerenciamento de assédio moral, sexual e discriminação no ambiente de trabalho, falou sobre a temática para os colaboradores da ApexBrasil. Na oportunidade, foi lançado também o Guia de Prevenção contra o Assédio Moral, Sexual e a Discriminação no Ambiente de Trabalho, produzido pela Comissão de Ética e Disciplina em parceria com a Gerência de Recursos Humanos. Iniciativas como essa sensibilizam a Agência no tema, de forma que o ambiente de trabalho permaneça seguro, saudável e inclusivo.

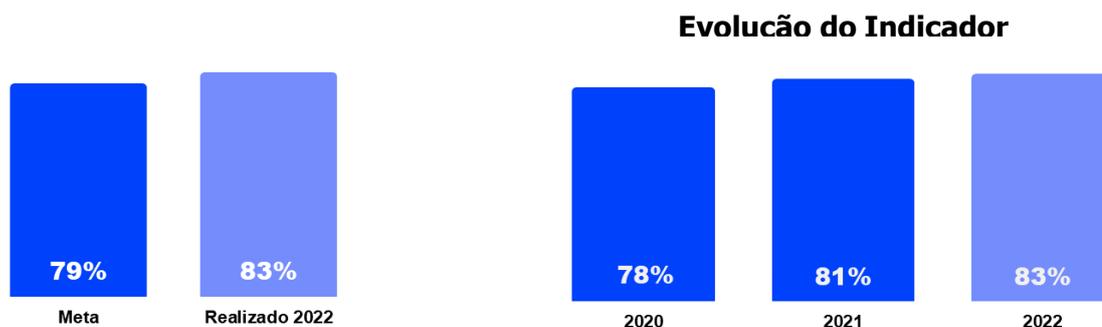
Outra iniciativa que movimentou a Agência foi a realização da semana "Pense Grande: uma semana para inovar, planejar e comemorar". O evento contou com uma agenda intensa de conteúdos e aprendizados para visualizar o futuro, planejar 2023 e celebrar as ações do presente. Destaque para as palestras ministradas por Martha Gabriel e Marcelo Minutti, especialistas em transformação digital, que discorreram sobre novas tendências do futuro, o desenvolvimento acelerado de tecnologias e a necessidade de adaptação às novidades.

Nas iniciativas com foco nas atividades finalísticas, destaque para a capacitação "CRM – Na Teoria e na Prática", ministrado pela consultora e especialista em CRM Fátima Periard, com a participação de 30 colaboradores, e a capacitação "Universo Exportador", realizado pela Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX), com a participação de 15 colaboradores, ambos com foco no atendimento ao cliente.

Já nas iniciativas com foco em temas de gestão, o Programa de Desenvolvimento de Liderança de 2022 iniciou uma nova etapa com o objetivo de aprofundar os conteúdos sobre o tema. Para isso, a Agência conta com o apoio especial da Fundação Dom Cabral, que agregará ao programa uma metodologia inovadora de Capacitação Comportamental Individual (CCI). Mesmo com a adesão voluntária ao programa, 80% dos gestores optaram por fazê-la e seguem trabalhando em conjunto com a Fundação Dom Cabral, de forma individual, no intuito de aperfeiçoar ou construir habilidades, de acordo com a sua própria percepção de "gaps", propiciando, assim, um maior rendimento do programa.

Além do programa CCI, foram ofertados também cursos externos em instituições renomadas como a University of Cambridge, University of Oxford, Yale University, Harvard Business School, University of Dayton, University of California, Crescimentum e Fundação Dom Cabral, todos com foco em liderança e gestão, com alta adesão dos gestores.

INDICADOR: ÍNDICE DE FAVORABILIDADE GPTW



Pelo terceiro ano consecutivo a ApexBrasil conquista a certificação Great Place to Work com um índice de favorabilidade de 83%. No ano em que completou seus 25 anos, esse resultado celebra e consolida a conquista da Agência de ser um ótimo lugar para se trabalhar.

Ter um ambiente organizacional prestigiado por seus colaboradores fortalece a reputação e a imagem da Agência, e o selo GPTW confirma essa valorização e contribui para atrair e reter profissionais talentosos e competentes.

O Great Place To Work® é uma consultoria global que apoia organizações a obter melhores resultados por meio de uma cultura de confiança, alto desempenho e inovação.

Para a obtenção da certificação, existe uma jornada a ser percorrida, que se inicia com a aplicação da pesquisa de clima. A pesquisa é padronizada e aplicada de forma anônima pelo GPTW. Para a obtenção da certificação, é necessário um número mínimo de respondentes de 70% e o atingimento de, pelo menos 70 pontos no Trust Index (Índice de Favorabilidade). O Trust Index tem metodologia de cálculo própria e avalia cinco dimensões presentes em ambientes de trabalho excelentes: respeito, orgulho, credibilidade, camaradagem e imparcialidade.

Com um percentual de 76% de respondentes e atingindo o índice de favorabilidade de 83%, a ApexBrasil renova seu selo por mais um ano, sendo essa conquista um reconhecimento dado à Agência a partir da avaliação de seus colaboradores. As dimensões mais bem avaliadas pelos colaboradores foram: orgulho, camaradagem e respeito.

Para a manutenção desse resultado, a Agência investiu no monitoramento do plano de ação traçado para a melhoria do clima organizacional. Dentre as ações realizada, destaca-se a realização do Programa Construa, tendo como objetivo desenvolver o conhecimento e as atitudes dos colaboradores, alertando sobre a importância de seu protagonismo na construção de um excelente ambiente organizacional; a retomada da celebração de datas comemorativas, como dia das mães, dia dos pais e dia das crianças; continuidade do serviço de psicologia organizacional; campanha de vacinação contra a gripe; ações para o outubro rosa e o novembro azul, além da terceira edição do mês da saúde, com palestras, aulas de meditação, medição glicêmica e arterial, entre outras.

Ao longo do ano, foram realizadas diversas ações de endomarketing em comemoração aos 25 anos da Agência, como a publicação do livro que conta a história da ApexBrasil desde o seu início até a atualidade. Inspirados pela Copa do Mundo e com o tema "Há 25 anos, você completa a nossa história", o álbum de figurinhas com a seleção ApexBrasil trouxe interação entre os colaboradores na busca pelas figurinhas para completar seus álbuns.

E para encerrar 2022, o evento de final de ano da ApexBrasil celebrou um ano de muitas conquistas, além dos 25 anos de existência da Agência, contando também com a participação massiva dos colaboradores dos Escritórios ApexBrasil.

Perspectiva da Sustentabilidade

Objetivo Estratégico 10

Evoluir o estágio de maturidade da Apex-Brasil em Governança e Compliance.

META PROJETO: EVOLUIR PARA O NÍVEL 3 (INTEGRADO) DO PROGRAMA DE COMPLIANCE O ESTÁGIO DE MATURIDADE DA APEXBRASIL EM GOVERNANÇA E COMPLIANCE, ATÉ 2023

Meta 2022:

- a. Manter o atendimento dos requisitos do nível 1 (Fragmentado) e buscar o cumprimento total dos requisitos do nível 2 (Gerenciado) do Programa de Compliance

As ações de supervisão, controle e de correção adotadas pela ApexBrasil têm por objetivo garantir a legalidade, legitimidade, economicidade e transparência na aplicação dos recursos geridos pela Agência.

Essas iniciativas são orientadas por normas internas que definem as diretrizes de Compliance (conformidade, integridade e ética) a serem observadas, a gestão de processos, riscos e normas a ser implementada, as condutas esperadas e as consequências aplicadas à equipe ApexBrasil, incluindo os membros da alta gestão, aos seus fornecedores, clientes e parceiros.

Nesse sentido, a ApexBrasil segue evoluindo em importantes frentes na implantação do Programa de Compliance. A implantação do Programa ocorre por meio de um processo gradual, em que estágios de maturidade são transpostos. Os estágios são alcançados à medida que a Agência consegue disponibilizar os necessários recursos materiais, humanos, financeiros e tecnológicos para o desenvolvimento do Programa.

Visando a adequação do Programa de Compliance à estrutura organizacional vigente da Agência, inclusão das diretrizes de governança e compliance contidas no Estatuto Social da ApexBrasil e ajuste ao teor da Instrução Normativa nº 048-01 – Processo de Apuração Interna, foi aprovada em dezembro de 2022 a primeira revisão do programa de modo a reorganizar e definir os novos requisitos de maturidade do Programa tendo em vista a evolução dos processos internos da Agência que suportam os níveis de atingimento inicialmente definidos.

A Agência busca pelo cumprimento do segundo nível de maturidade do Programa de Compliance da ApexBrasil, o nível "Gerenciado", que estabelece, a partir de sua revisão, os seguintes requisitos de verificação:

- ↳ A estrutura Organizacional é estável, sendo alterada, excepcionalmente, com base na consecução dos objetivos estratégicos, no atendimento ao princípio da segregação de função, no não sobreposição de atribuições e na disponibilidade de recursos materiais, humanos e financeiros;
- ↳ Os recursos materiais, humanos, financeiros e tecnológicos para a realização das atividades rotineiras e não rotineiras de Compliance são acessíveis;
- ↳ Os processos priorizados gerenciais, finalísticos e de suporte estão avaliados e/ou transformados e, se necessários, seus riscos avaliados, com tratamento definido e comunicados, e os controles internos implantados;
- ↳ A área de Compliance está formalmente estabelecida;
- ↳ Papéis e responsabilidades das áreas no que tange às atividades de Compliance são claramente definidos e divulgados;
- ↳ As normas internas e procedimentos estão formalizados e divulgados;
- ↳ Os membros da Diretoria Executiva patrocinam o contínuo desenvolvimento do Programa de Compliance;
- ↳ As Linhas se comunicam periodicamente para aproveitar recursos e informações;
- ↳ A avaliação de riscos (Due Diligence de Integridade) no processo de contratação de membros da Diretoria Executiva (Diretores) é regular;
- ↳ O desempenho do Programa de Compliance é suportado por soluções de tecnologia adequadas;
- ↳ A Gestão da Consequência/Disciplina é formalizada, divulgada e aplicada;
- ↳ As demonstrações contábeis são elaboradas, no que couber, com base na contabilidade aplicada ao setor público, seguindo os moldes exigidos pela NBC TSP EC (ou outra norma do CFC que vier a sucedê-la), concomitante ou não à contabilidade empresarial;
- ↳ As atividades contábeis sofrem auditoria independente.

Ao longo de 2022, a ApexBrasil emvidou esforços rumo à implantação do Programa de Compliance, cumprindo integralmente todos os requisitos acima listados, atingindo assim o nível Gerenciado de Maturidade descrito no Programa. As ações implementadas pela Agência são apresentadas nos Relatórios Semestrais de Evolução de Maturidade do Programa de Compliance, disponíveis no Portal da Transparência⁹, seção Ética e Integridade.

⁹ <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>

META PROJETO: ASSEGURAR QUE A APEXBRASIL ESTARÁ PREPARADA PARA A CERTIFICAÇÃO ISO 9001 ATÉ 2023

Meta 2022:

- a. Executar o plano de ação para Certificação e avaliar os resultados

Após cerca de dois anos de preparação, a ApexBrasil conquistou a certificação NBR ISO 9001 para o escopo "Promoção de exportação e de internacionalização por meio do atendimento setorial direto às empresas brasileiras na participação em feiras internacionais."

O Relatório de Auditoria Externa, emitido pelo Organismo Certificador, Fundação Vanzolini, destacou como pontos fortes da ApexBrasil: comprometimento e envolvimento das pessoas contatadas, bem como da Alta Direção; ações de divulgação e marketing na Intranet/Internet e intenso programa de capacitação EAD, ofertado a 200 colaboradores.

Para o alcance da Certificação, muitos esforços foram empreendidos na melhoria dos processos para o atendimento dos requisitos necessários à implementação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), os quais destacamos:

- ↳ Nomeação dos membros do Comitê da Qualidade;
- ↳ Elaboração do Regimento Interno do Comitê da Qualidade;
- ↳ Reuniões mensais do Comitê da Qualidade;
- ↳ Adoção de pontos focais do Comitê da Qualidade para acompanhar os prazos junto aos responsáveis pelas ações necessárias;
- ↳ Elaboração da classificação da informação, armazenamento e acesso;
- ↳ Elaboração da Tabela de Temporalidade de Documentos da área finalística;
- ↳ Elaboração/revisão da Política de Gestão Documental e Memória Institucional;
- ↳ Elaboração da Metodologia de Gestão da Qualidade na Educação Corporativa;
- ↳ Validação dos objetivos da qualidade e respectivas metas;
- ↳ Validação de indicadores de desempenho dos processos;
- ↳ Elaboração do Manual da Qualidade;
- ↳ Campanha de endomarketing elaboração de peças institucionais (internas e externas);
- ↳ Elaboração/revisão do Manual de Feiras Internacionais;
- ↳ Elaboração de relatório de atendimento e satisfação do cliente;

- ↳ Elaboração de painel com informações do NPS e Indicador de conformidade de serviços;
- ↳ Elaboração de painel no Sistema de Gestão Estratégica para monitoramento das ações do SGQ;
- ↳ Elaboração do Relatório de Análise Crítica da Direção;
- ↳ Elaboração de uma página na Intranet dedicada para a Qualidade;
- ↳ Estruturação do processo de não conformidades oriunda de clientes e de colaboradores;
- ↳ Contratação do curso EAD para 200 colaboradores;
- ↳ Elaboração de dois cursos EAD (Qualidade para novos colaboradores e Não Conformidades) na plataforma EAD da Agência.

O Certificado foi entregue para a ApexBrasil em cerimônia realizada no dia 5 de agosto de 2022, nas dependências da Agência.



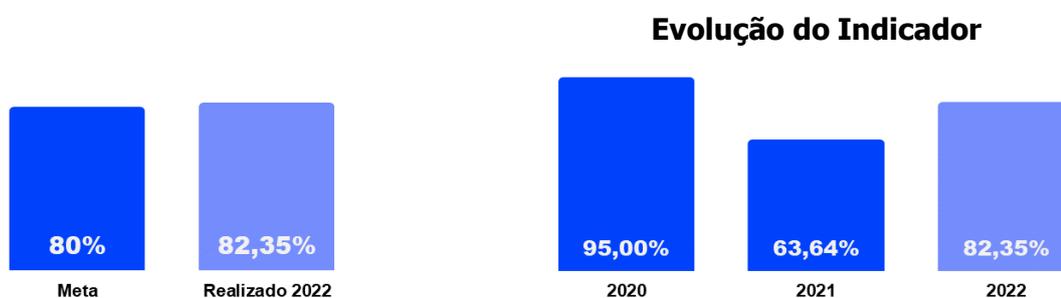
Certificado NBR ISO 9001:2015 conferido à ApexBrasil

Perspectiva da Sustentabilidade

Objetivo Estratégico 11

Prover e aprimorar soluções de Tecnologia de Informação e Comunicação, em atendimento às necessidades do negócio e da gestão.

INDICADOR: PERCENTUAL DE EXECUÇÃO DO PDTIC



A Gestão da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) da ApexBrasil é realizada a partir do trabalho desenvolvido pelo Comitê Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação (CGTIC), órgão consultivo que recomenda à Diretoria Executiva a priorização de recursos e projetos para o atingimento das metas institucionais.

O CGTIC é responsável pela produção do Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC) anual, documento que define os projetos e ações que serão desenvolvidos no período.

Anualmente, são realizadas três reuniões ordinárias do Comitê, onde são apresentados dos resultados alcançados até o período e as novas demandas, auxiliando em decisões estratégicas e táticas de TIC com impacto em toda a ApexBrasil.

Os projetos priorizados pelo Comitê somam 51. Em dezembro de 2022 a Agência entregou para seus clientes internos 42 projetos concluídos, chegando ao percentual de 82,35% de execução do PDTIC.

Esse resultado é decorrente do trabalho da Agência na busca por recursos e soluções que tragam maior eficiência operacional aos processos e melhoria da segurança, além do esforço empregado ao longo de 2022 para realizar as entregas impactadas pelo incidente de segurança ocorrido em 2021.

Destaque para a conclusão do projeto Gestão de Identidade, que promoveu a integração da solução de Gestão de Identidades e Acessos ao Sistema de Gestão Empresarial da Agência, que garantiu o acesso centralizado, armazenamento seguro e o controle de credenciais de alto privilégio em seu parque tecnológico, contribuindo para o amadurecimento da proteção de dados e segurança da informação na ApexBrasil.

META PROJETO: IMPLANTAR E EXECUTAR O PROCESSO DE GESTÃO DE SERVIÇOS DE TIC

Meta 2022:

- a. Aprimorar o processo de gestão de serviços e realizar avaliação dos serviços junto ao usuário final (Interno e Externo), com o objetivo de obter melhoria no índice geral de satisfação com relação ao período anterior.

Buscando disponibilizar serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) cada vez melhores para seus clientes internos e externos, a ApexBrasil avançou em frentes importantes como a publicação da nova Política de Segurança de Informação e Comunicação e o início das atividades do Comitê de Segurança da Informação e Comunicação.

O Questionário de Avaliação da Satisfação para os Serviços de TIC da ApexBrasil – 2022 foi aplicado com o objetivo de identificar pontos de aprimoramento dos serviços oferecidos. O resultado apontou para um aumento no NPS dos serviços, que passou de 40 pontos em 2021, para 44 pontos em 2022, classificando o serviço na zona de aperfeiçoamento.

A evolução do NPS foi observada em importantes frentes de atuação, como o atendimento eficaz, com um NPS de 66 pontos, e o atendimento de 1º nível, com um NPS de 60 pontos. Os serviços de infraestrutura também obtiveram boa avaliação, sendo classificados nas zonas de qualidade e excelência para alguns serviços.

Cabe ressaltar que o indicador foi diretamente impactado por sistemas corporativos que necessitam de atualização tecnológicas, as quais algumas delas já estão previstas no Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC) 2023.

Perspectiva da Sustentabilidade

Objetivo Estratégico 12

Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável.

INDICADOR: TAXA DE CRESCIMENTO DA RECEITA GERADA COM PRODUTOS E SERVIÇOS



* Não há evolução disponível para o indicador em 2020, visto que 2021 foi o primeiro ano de medição.

No exercício de 2022, a captação de receitas próprias foi de R\$ 16,8 milhões, contra R\$ 8,0 milhões no em 2021, resultando em um aumento no indicador de 109,8%, diante da meta estabelecida em 60%.

O resultado ficou acima da meta em decorrência da alta arrecadação de receitas de serviços em 2022, com o aumento da realização de ações presenciais e dos faturamentos, dos quais vale destaque para os Royalties de vendas da Expo Dubai, as receitas provenientes dos convênios com o PAM-Agro, as receitas arrecadadas com feiras, como a GULFOOD, SIAL PARIS e MARMOMAC, e das receitas provenientes do EA Miami, com o atendimento à internacionalização de empresas no exterior.

Completam essa execução as arrecadações com outras feiras, tais como a OTC 2022, EXPOWEST, SUMMER FANCY FOOD e outras ações de menor faturamento, além de receitas arrecadadas com patrocínios e ações de qualificação de empresas.

INDICADOR: ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE DAS RECEITAS PRÓPRIAS DA APEXBRASIL

Evolução do Indicador*



* Não há evolução disponível para o indicador em 2020, visto que 2021 foi o primeiro ano de medição.

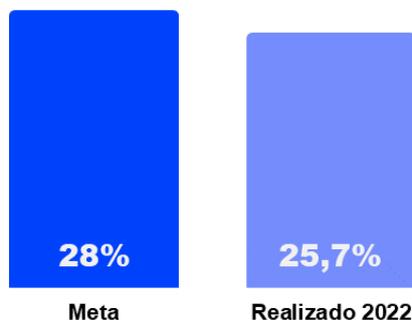
Esse resultado está diretamente relacionado à variação das receitas de prestação de serviços e das despesas administrativas.

Em 2022, a captação de receitas foi de R\$ 16,8 milhões, enquanto as despesas administrativas de custeio tiveram a execução de R\$ 37,0 milhões, resultando em um atingimento de 45,4% do indicador, acima da meta de 30% estabelecida.

Isso se deve à execução de despesas de custeio administrativo respeitando o valor planejado para o período, o que demonstra a eficiência na alocação desses recursos. Também contribui para o resultado a alta arrecadação de receitas de serviços em 2022, com o aumento da realização de ações presenciais e dos faturamentos, dos quais vale destaque para os Royalties de vendas da Expo Dubai, as receitas provenientes do contrato PAM-Agro, as receitas arrecadadas com feiras, como a GULFOOD, SIAL PARIS e MARMOMAC, e das receitas provenientes do EA Miami, com o atendimento à internacionalização de empresas no exterior.

Completam essa execução as arrecadações com outras feiras, tais como a OTC 2022, EXPOWEST, SUMMER FANCY FOOD e outras ações de menor faturamento, além de receitas arrecadadas com patrocínios e ações de qualificação de empresas.

INDICADOR: ÍNDICE DE ECONOMICIDADE EM LICITAÇÕES



* Não há evolução disponível para o indicador, visto que 2022 foi o primeiro ano de medição.

O processo de aquisições da ApexBrasil é o meio pelo qual a Agência realiza as contratações necessárias para o exercício de suas atribuições. Processos moldados nos limites do Regulamento de Licitações e Contratos da ApexBrasil (RLC)¹⁰, aprovado em março de 2022, com apresentação de sólidas justificativas e sempre direcionadas ao custeio operacional, à capacitação de seu corpo funcional e, de forma mais relevante, à execução de sua missão institucional, na forma da Lei nº 10.668/03, Decreto nº 4.584/03 e Estatuto Social da ApexBrasil.

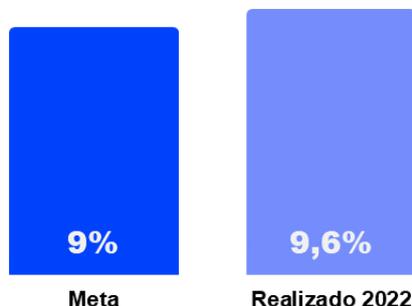
Em 2022, foram concluídos 111 processos, encaminhados por 37 áreas internas demandantes/interessadas. Desses, 18 foram licitações sob a modalidade de Pregão, que resultou em uma economia de R\$ 2,6 milhões, levando ao atingimento de 25,7% do indicador.

Esse indicador demonstra os resultados de economia gerados em licitações por meio de lances de fornecedores e da avaliação detalhada dos itens unitários das propostas, reforçando o processo de negociação realizado pelos técnicos, com a finalidade de realizar aquisições com vantajosidade para a ApexBrasil, dentro das premissas de transparência, isonomia e legalidade.

Agência seguirá realizando o monitoramento mensal das contratações previstas visando o atingimento do percentual de economia previsto no Plano Estratégico 2020-2023.

¹⁰ <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>

INDICADOR: ÍNDICE DE ECONOMICIDADE EM CONTRATAÇÕES DIRETAS



* Não há evolução disponível para o indicador, visto que 2022 foi o primeiro ano de medição.

As contratações diretas são realizadas quando há inviabilidade de concorrência (inexigibilidades de licitação) ou nas hipóteses de dispensas de licitação previstas taxativamente no Regulamento de Licitações e Contratos da ApexBrasil.

As dispensas de licitação na Agência são utilizadas majoritariamente para o cumprimento de sua missão no exterior (dispensas no exterior) e para aquisições de pequena monta (dispensas de valores).

Em 2022 a ApexBrasil concluiu 93 contratações diretas por dispensa de licitação, resultando em uma economia efetiva de pouco mais de R\$ 8 milhões, atingindo o percentual de 9,6% de economicidade.

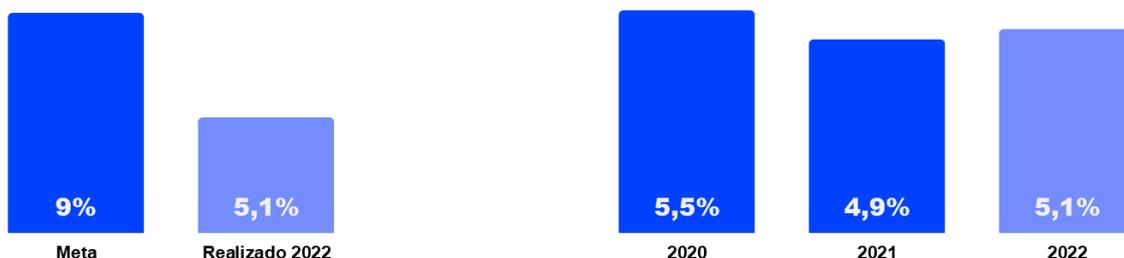
Esse resultado é decorrente do trabalho da Agência no processo de negociação com a finalidade de realizar aquisições mais vantajosas para a ApexBrasil, dentro das premissas de transparência, isonomia e legalidade.

111 processos de contratação concluídos em 37 áreas internas

- ↙ **18 licitações finalizadas**
- ↙ **13 aquisições por dispensa de licitação (processo simplificado)**
- ↙ **32 dispensas de licitação; 18 referem-se a aquisições no exterior**
- ↙ **48 aquisições por inexigibilidade**

INDICADOR: PERCENTUAL DO TETO DE CUSTEIO ADMINISTRATIVO

Evolução do Indicador

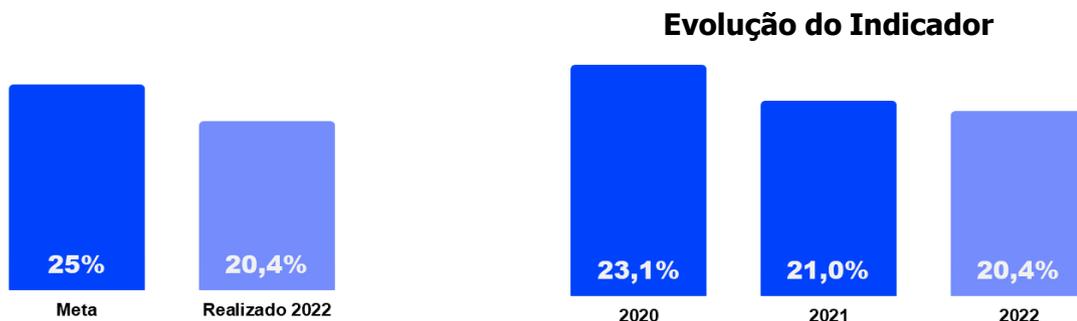


No exercício de 2022, a execução das despesas de custeio administrativo foi de R\$ 37,0 milhões, enquanto a da Receita Corrente Líquida foi de R\$ 726,4 milhões, resultando em um atingimento de 5,1% do indicador.

Uma vez que a meta se revela como um teto de gastos, ante o teto de 9%, esse resultado representa o esforço de alocação responsável, monitoramento e controle eficiente dos recursos administrativos.

Contribuiu para esse resultado a execução de despesas de custeio administrativo dentro do planejado para o período e a alta arrecadação de Receita Corrente Líquida (RCL), com uma execução acima do valor planejado, tanto para a fonte principal de recursos, a Receita de Contribuição Social Ordinária, com uma melhora na economia do País, quanto para as Receitas Financeiras, com um maior rendimento provocado pela alta da taxa SELIC, e para as Receitas de Serviços, com a retomada das ações e arrecadações próprias. O aumento da RCL reduz o índice, na medida em que a disponibilidade é aumentada.

INDICADOR: PERCENTUAL DO TETO DE DESPESA DE PESSOAL



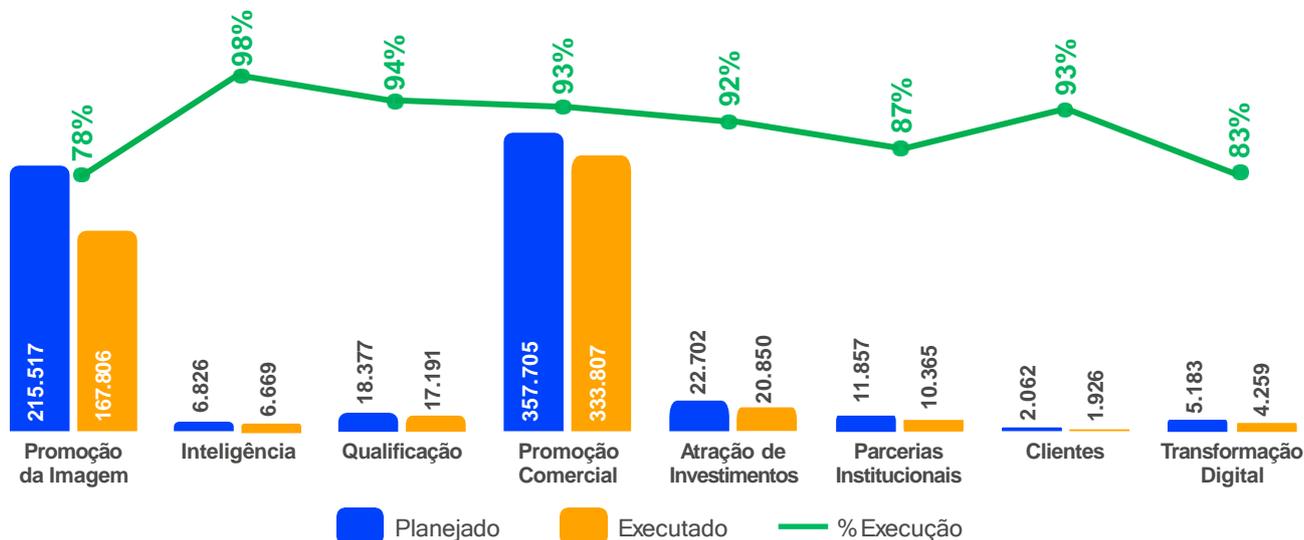
Em 2022, as despesas de custeio de pessoal totalizaram R\$ 148,0 milhões, enquanto a Receita Corrente Líquida executou o total de R\$ 726,4 milhões, resultando em um índice de 20,4%.

O indicador está relacionado ao teto de gastos, com a força de trabalho da Agência, a qual respeitou o limite máximo estabelecido de 25%, resultado do contínuo monitoramento e controle dessas despesas nas tomadas de decisão em relação ao quadro de pessoal.

O resultado atingido se deve à execução de despesas de pessoal dentro do planejado para o período, além da alta arrecadação de Receita Corrente Líquida (RCL), com uma execução acima do valor planejado, tanto para a fonte principal de recursos, a Receita de Contribuição Social Ordinária, com uma melhora na economia do País, quanto para as Receitas Financeiras, com um maior rendimento provocado pela alta da taxa SELIC, e para as Receitas de Serviços, com a retomada das ações e arrecadações próprias. O aumento da RCL reduz o índice, na medida em que a disponibilidade é aumentada.

EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

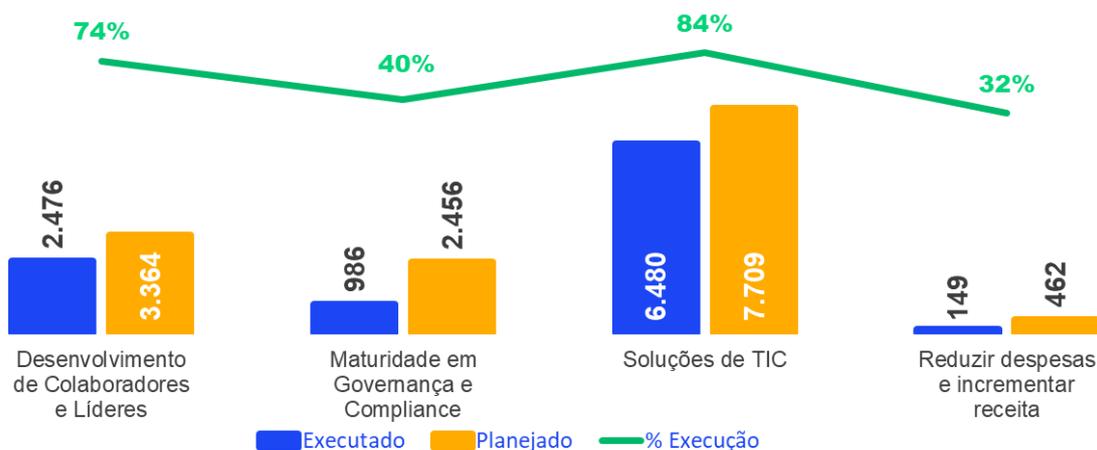
Programa de Promoção das Exportações e Investimentos



- Promoção da Imagem:** Este objetivo consiste em reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios, com oportunidades no País e no exterior. Dessa forma, a execução orçamentária de 2022 se concentra nas ações destinadas à Exposição Universal de Dubai, que acumulou no período o total de R\$ 36,3 milhões com despesas de projetos, outros eventos no âmbito da Expo, com a execução de R\$ 5,7 milhões, e edições da Casa Brasil (R\$ 16 milhões). O objetivo também é composto por despesas de marketing e patrocínio da Agência, que acumularam o total de R\$ 54,8 milhões em 2022 de suporte publicitário aos eventos e grandes campanhas como o "Pensa lá Fora" e o "Pense Grande. Pense Brasil", além dos contratos de comunicação e relações públicas, com execução de R\$ 20,5 milhões no período.
- Inteligência:** As despesas deste objetivo se referem aos gastos com bases e estudos sobre oportunidades e riscos de mercados, para gerar inteligência para empresas. Nesse contexto, a execução acumulada de 2022 foi igual a 98%, totalizando R\$ 6,6 milhões, tendo como principais despesas os gastos com pagamentos de bases de dados nacionais e internacionais, com destaque para a Passport GMID, com a EUROMONITOR International, além de despesas com Estudos de Mercado no Escritório ApexBrasil de Pequim. Soma-se a esses valores as despesas com viagens de prospecção de mercados realizadas pela área.
- Qualificação:** Este objetivo consiste em ampliar a qualificação das empresas brasileiras e a sua competitividade para o mercado internacional. Dessa forma, a execução de 94% se concentrou nas ações de qualificação para o processo de exportação. O principal programa desse objetivo é o PEIEX, que teve a execução orçamentária acumulada de R\$ 11,7 milhões em 2022, dividido em diversos projetos de convênios com entidades de ensino pelo Brasil. Também se destaca neste período a execução do projeto 3Cs (Conhecer, Capacitar e Conectar) pelo EA Miami, com o total de R\$ 2,18 milhões, além de outras despesas com o programa Design Export, Oficinas de Competitividade, Cursos de Capacitação e Viagens.

- 4. Promoção Comercial:** O objetivo de Promoção comercial concentra as principais ações diretas da ApexBrasil, no Brasil e no Exterior, além daquelas executadas por meio de convênios firmados com as Entidades Setoriais, para inserir e ampliar a presença das empresas brasileiras no mercado internacional. Em 2022, a execução desse objetivo acumulou R\$ 333,8 milhões, o que representa 93% do orçamento total alocado. As despesas estão concentradas principalmente nos convênios setoriais de Agronegócio, Indústria e Serviços, que totalizaram a execução orçamentária de R\$ 192,5 milhões. Além disso, a realização de grandes eventos e ações no Brasil e no Exterior contribuíram para esse resultado, com destaque para a SIAL PARIS (R\$ 12,7 milhões), OTC (R\$ 7,8 milhões), GULFOOD 2022 (R\$ 5,5 milhões) e MARMOMAC (R\$ 5,0 milhões), entre outros. Destaca-se também a execução de Eventos Nacionais, no total de R\$ 6,9 milhões, bem como a execução de despesas de viagens no total de R\$ 16,9 milhões.
- 5. Atração de Investimentos:** Este objetivo estratégico está relacionado com os projetos de atração de investimentos estrangeiros diretos para o Brasil nos setores prioritários, além de investimentos de Private Equity e Venture Capital. No resultado de 2022, a execução orçamentária total foi de R\$ 20,8 milhões, resultando em uma execução de 92% frente ao planejamento atualizado. A principal ação se refere ao Brazil Investment Forum (BIF), cuja versão em 2022 executou o total de R\$ 5,7 milhões. Das demais ações, destaca-se o MIPIM 2022 (R\$ 1,8 milhões), GASTECH 2022 (R\$ 944 mil), GRI CLUB 2022 (R\$ 795 mil), além do Convênio com a ABVCAP (R\$ 900 mil) e viagens finalísticas (R\$ 3,9 milhões).
- 6. Parcerias Institucionais:** O objetivo de Parcerias Institucionais consiste em atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais. Dessa forma, possui iniciativas que visam estreitar a relação da Agência com os principais stakeholders do ambiente em que atua. A execução orçamentária acumulada de 2022 totalizou R\$ 10,3 milhões, equivalente a 87% do orçamento alocado. A execução principal desse objetivo se refere às viagens e ações de relacionamento institucional, que somaram a execução de R\$ 7,4 milhões no período, além de demais despesas com Anuidades de Fundações, Associações e Entidades, tais como o World Economic Forum (WEF) e a World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA).
- 7. Clientes:** O objetivo concentra os projetos que visam aprimorar o atendimento e a jornada dos Clientes da ApexBrasil, de acordo com a sua maturidade, setor e mercado de atuação. A execução acumulada das despesas desse objetivo totalizou R\$ 1,9 milhões em 2022, atingindo 93% do orçamento atualizado. Destacam-se as despesas de sustentação e operação da ferramenta de Customer Relationship Management (CRM) da Agência – o Microsoft Dynamics – com a demanda de licenças e apoio terceirizado, além de viagens com foco no acompanhamento e gestão do atendimento ao consumidor final, junto às principais ações presenciais promovidas pela ApexBrasil.
- 8. Transformação Digital:** Este objetivo visa realizar a transformação dos processos finalísticos da Agência com foco no mundo digital, consolidando a cultura da inovação. O principal projeto desse objetivo consiste na implantação de uma plataforma digital de negócios na ApexBrasil (DXP), sendo assim a execução acumulada de 2022 totalizou R\$ 4,2 milhões, resultando em 82% do orçamento atualizado. As principais ações e gastos desse objetivo envolvem as despesas com o Portal DXP, contendo os gastos com desenvolvimento, subscrição e operação assistida do fornecedor, além de consultoria em transformação digital, viagens finalísticas e despesas com o desenvolvimento de outros Portais e Aplicações.

Programa de Promoção das Exportações e Investimentos

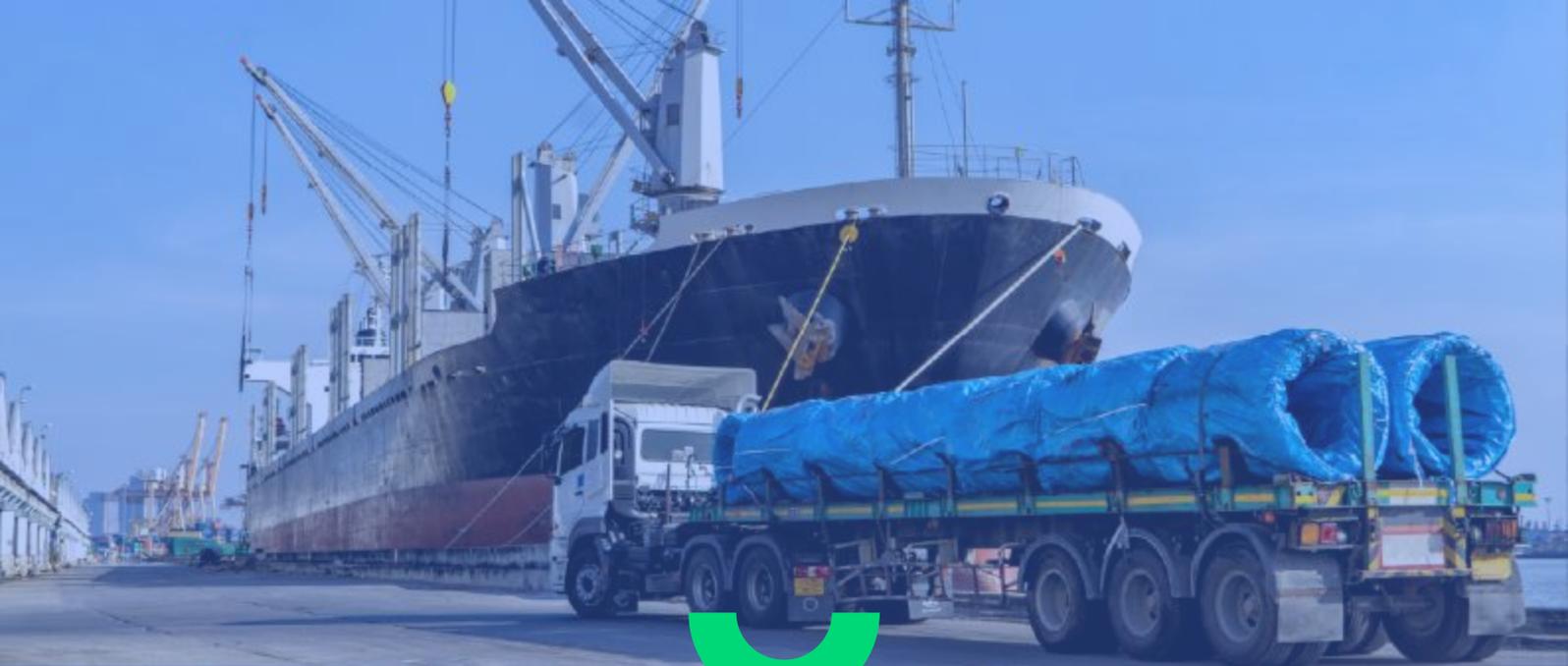


9. Desenvolvimento de Colaboradores e Líderes: O orçamento alocado neste objetivo estratégico refere-se às iniciativas voltadas à qualidade de vida no trabalho e às ações de capacitação de colaboradores e líderes, de modo a proporcionar um ambiente de trabalho justo e de confiança. Sendo assim, em 2022 foi executado 74% das despesas alocadas, totalizando R\$ 2,4 milhões, dos quais se destacam o Programa de Lideranças, as ações de capacitação dos colaboradores, das quais se destaca o Curso de Especialização em Data Science, em parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), e a Certificação GPTW, alcançada pelo terceiro ano consecutivo.

10. Maturidade em Governança e Compliance: O objetivo se refere a evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em temas relacionados a Governança e Compliance. Dessa forma, engloba os projetos voltados à aplicação de metodologias, melhorias de processos internos e desenvolvimentos de sistemas que permitam melhorar as atividades da Agência. O total de despesas executadas em 2022 foi de aproximadamente R\$ 1,0 milhão, com despesas relacionadas a manutenção e melhorias de sistemas de apoio aos processos internos da ApexBrasil, bem como na contratação de Auditoria para a Certificação da ISO 9001, obtida pela Agência.

11. Soluções de TIC: A finalidade deste objetivo estratégico é prover e aprimorar soluções de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC), de forma a atender necessidades de negócio e de gestão. Sendo assim, o total de R\$ 6,4 milhões executados em 2022, equivalentes a 84% do valor alocado, teve como finalidade os gastos de TIC para dar suporte tecnológico e desenvolver ferramentas para aumentar a produtividade da Agência, com destaque para o Sistema Gestão Empresarial (ERP), o sistema de Processo Eletrônico, as diversas soluções Microsoft adotadas, e a renovação do Parque Tecnológico (equipamentos dos colaboradores).

12. Reduzir despesas e incrementar receita: Este Objetivo Estratégico consiste em Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável. Em 2022, foi alocado orçamento em apenas uma ação, vinculada ao início do desenvolvimento da Loja ApexBrasil no novo Portal DXP da Agência, para facilitar o processo de faturamento dos serviços e produtos oferecidos. Além disso, pelo objetivo lidar com despesas e receitas, é impactado de maneira indireta por projetos alocados nos demais objetivos, citados anteriormente.



NOTAS METODOLÓGICAS



apexBrasil 

SEGMENTAÇÃO DAS EMPRESAS

A classificação por porte

A classificação por porte das empresas apoiadas pela ApexBrasil segue o padrão de dados cadastrais públicos divulgados pela Receita Federal do Brasil (RFB).

A classificação por maturidade exportadora

A classificação por maturidade exportadora das empresas apoiadas pela ApexBrasil segue metodologia própria, desenvolvida a partir da experiência da Agência no desenvolvimento dos seus projetos e no relacionamento com os seus clientes. A definição das faixas de valor, quantidade de destinos e regularidade exportadora foram arbitradas tendo em vista a atual segmentação de clientes da ApexBrasil. Tal modelo pode ser reavaliado regularmente.

Para esse propósito, é realizada a apuração do valor médio das exportações nos últimos quatro anos fechados (2018 a 2021); a contagem dos anos com exportações nos últimos quatro anos fechados (2018 a 2021); e a contagem distinta dos destinos de exportações nos últimos quatro anos fechados (2018 a 2021). Com esses dados, é feita a média aritmética das três variáveis. A classificação segue da seguinte forma:

- ↳ Média das três variáveis igual a 0: NÃO EXPORTADORA
- ↳ Média das três variáveis entre 0,5 e 1,5: EXPORTADORA – INICIANTE
- ↳ Média das três variáveis entre 1,5 e 2,3: EXPORTADORA – INTERMEDIÁRIA
- ↳ Média das três variáveis maior que 2,3: EXPORTADORA – EXPERIENTE

As empresas internacionalizadas são apuradas pela Coordenação de Relacionamento com Clientes (CRC), vinculada à Gerência de Marketing e Clientes, e são assinaladas com a maturidade "EXPORTADORA – INTERNACIONALIZADA".

A classificação por Setor CNAE

A classificação setorial das empresas apoiadas pela ApexBrasil seguiu a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) da seguinte forma:

- ↳ Agropecuária, Alimento e Bebidas: CNAEs 01 ao 03; 10 ao 12
- ↳ Indústria de transformação: CNAEs 13 ao 33
- ↳ Outros: CNAEs 05 ao 09
- ↳ Serviços: Demais CNAEs 35 ao 99

Empresas Apoiadas

São consideradas empresas apoiadas aquelas que utilizaram serviços estruturados da ApexBrasil e registraram sua presença mediante CNPJ, sendo inseridas nos sistemas internos em projetos cadastrados para o ano corrente.

Empresas Exportadoras

Empresas exportadoras de bens que assinaram Termo de Adesão em projetos da ApexBrasil (empresas monitoradas) e que realizaram operações de exportação no ano corrente, sendo listadas na publicação anual de empresas exportadoras e importadoras da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC).

As empresas apoiadas em ações de inteligência de mercado não possuem Termo de Adesão assinado (não são monitoradas), e sua apuração é realizada a partir da publicação anual das empresas exportadoras da SECEX. O resultado apresentado nesse relatório no Objetivo 4, no capítulo "Objetivos, indicadores e metas", foram apurados considerando os dados de 2021. A publicação de empresas exportadoras de 2022 será realizada em fevereiro de 2023, após o prazo estabelecido pelo Contrato de Gestão entre a ApexBrasil e o Ministério das Relações Exteriores para envio deste relatório, portanto poderão sofrer alterações após a publicação do resultado. Os números oficiais serão apresentados em reunião do Conselho Fiscal da ApexBrasil a ser realizada no primeiro trimestre de 2023 e no Relatório de Gestão da ApexBrasil, a ser publicado em março de 2023.

Investimentos e Empregos Anunciados

Os valores dos anúncios de projetos de investimentos e a estimativa de vagas de emprego geradas são informados de forma voluntária pelas empresas investidoras. Atualmente, não existe uma apuração sistemática do montante efetivamente investido e das vagas geradas que resultem em estimativas factuais ou análise direta de impacto por parte da ApexBrasil.

Horas de Capacitação por Colaborador

O número de horas de capacitação por colaborador considera o quadro de pessoal em 31/10 de cada ano. Para 2022, esse número é de 375 colaboradores (posição em 31/10/2022).

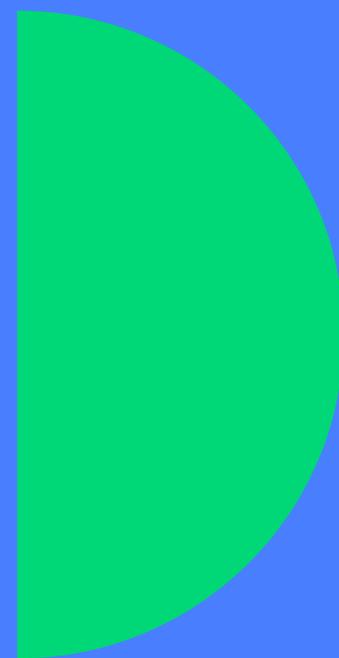
A quantidade média de horas pode sofrer alteração (a maior) em razão da data de envio dos certificados para o RH, uma vez que os certificados podem ser apresentados até o dia 31 de janeiro do ano subsequente, e apenas com o envio do certificado/comprovação de realização as horas passam a ser consideradas na base de dados.

Resultados Financeiros e Orçamentários

Os valores informados para receitas, despesas e execução orçamentária da ApexBrasil apresentados nesse relatório no Objetivo 12, no capítulo "Objetivos, indicadores e metas", ainda estão em processo final de fechamento contábil e por isso não são auditados antes do prazo estabelecido pelo Contrato de Gestão entre a ApexBrasil e o Ministério das Relações Exteriores para envio deste relatório, portanto poderão sofrer alterações após a realização da auditoria. Os números oficiais serão apresentados em reunião do Conselho Fiscal da ApexBrasil a ser realizada no primeiro trimestre de 2023 e no Relatório de Gestão da ApexBrasil, a ser publicado em março de 2023.



TABELAS AUXILIARES



Empresas Apoiadas, Exportadoras Apoiadas e Volume de Exportação em 2022 por Unidade da Federação

Os 5 Estados com maiores valores em exportações das apoiadas são SP, RJ, MT, PR e RS, que juntos, esses Estados exportaram 66,0% do valor exportado por todas as apoiadas.

UF	Empresas apoiadas 2022	Exportadoras 2022	Valor de exportação - US\$ FOB 2022	% Valor Total - US\$ FOB 2022
Total	14.462	3.930	128.322.140.122	100,0%
São Paulo	5.315	2.084	28.783.635.131	22,4%
Rio de Janeiro	1.137	455	19.280.805.324	15,0%
Mato Grosso	442	181	14.708.837.498	11,5%
Paraná	1.612	602	11.516.850.584	9,0%
Rio Grande do Sul	2.075	953	10.382.781.136	8,1%
Minas Gerais	1.868	762	9.409.760.298	7,3%
Santa Catarina	1.569	677	8.643.613.279	6,7%
Goiás	672	272	5.635.113.509	4,4%
Bahia	835	319	3.949.342.352	3,1%
Espírito Santo	558	293	3.819.422.001	3,0%
Mato Grosso do Sul	346	156	3.551.580.518	2,8%
Pernambuco	717	312	2.234.392.878	1,7%
Pará	403	140	1.521.283.051	1,2%
Ceará	527	222	1.338.425.722	1,0%
Rondônia	124	51	1.177.201.355	0,9%
Tocantins	177	54	1.023.780.917	0,8%
Maranhão	158	61	804.318.244	0,6%
Piauí	103	50	253.949.636	0,2%
Rio Grande do Norte	370	81	188.252.022	0,1%
Distrito Federal	460	140	26.155.082	0,0%
Paraíba	247	61	22.625.581	0,0%
Alagoas	205	65	17.699.772	0,0%
Sergipe	94	28	13.540.104	0,0%
Amazonas	307	71	11.665.362	0,0%
Acre	43	9	4.478.315	0,0%
Roraima	49	9	2.630.451	0,0%
Não Informado	1.506	20	-	0,0%
Amapá	46	7	-	0,0%
Exterior	31	15	-	0,0%

Nota: A quantidade de empresas apoiadas e exportadoras está listada por CNPJ 8, mas as exportações são apuradas por CNPJ 14. Dessa forma, existe a possibilidade de uma empresa com matriz em uma UF ser exportadora, mas a operação ter sido realizada por sua filial situada em outra UF.

Micro e Pequenas Empresas Apoiadas, Exportadoras e Volume de Exportação em 2022

Entre as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), os cinco Estados com maiores valores em exportações das apoiadas são MT, SP, MG, RS e ES, que juntos, esses Estados exportaram 79,7% do valor exportado por todas as apoiadas MPEs.

UF	Empresas Apoiadas MPE (Qtde de presença nos estados)	Empresas Apoiadas Exportadoras MPE (Qtde de presença nos estados)	Valor de Exportações (US\$ FOB)	% do Total Exportado
Total	6.991	1.066	648.851.402	100,0%
Mato Grosso	139	14	177.392.302	27,3%
São Paulo	2.178	432	132.716.797	20,5%
Minas Gerais	712	148	94.568.876	14,6%
Rio Grande do Sul	786	158	76.996.636	11,9%
Espírito Santo	116	30	35.218.152	5,4%
Santa Catarina	562	98	33.281.138	5,1%
Paraná	636	82	30.895.032	4,8%
Rio Grande do Norte	190	7	16.360.706	2,5%
Pará	149	14	14.170.317	2,2%
Rio de Janeiro	316	59	13.959.271	2,2%
Mato Grosso do Sul	77	7	5.949.436	0,9%
Goiás	237	36	3.402.122	0,5%
Bahia	271	25	3.248.127	0,5%
Pernambuco	194	14	2.909.532	0,4%
Ceará	156	21	2.723.181	0,4%
Amazonas	106	7	2.126.413	0,3%
Roraima	26	4	746.267	0,1%
Acre	8	1	711.741	0,1%
Paraíba	114	8	598.903	0,1%
Piauí	15	4	503.071	0,1%
Distrito Federal	117	4	175.502	0,0%
Sergipe	17	1	166.763	0,0%
Alagoas	60	3	31.117	0,0%
Tocantins	66	3	-	0,0%
Maranhão	34	3	-	0,0%
NI	19	6	-	0,0%
Rondônia	17	1	-	0,0%
Amapá	14	-	-	0,0%

Nota: A quantidade de empresas apoiadas e exportadoras está listada por CNPJ 8, mas as exportações são apuradas por CNPJ 14. Dessa forma, existe a possibilidade de uma empresa com matriz em uma UF ser exportadora, mas a operação ter sido realizada por sua filial situada em outra UF.

Empresas apoiadas, exportadoras e volume de exportações em 2022 por Setor CNAE

A distribuição setorial das empresas apoiadas e exportadoras, com base no Código Nacional de Atividade Econômica (CNAE) das empresas, mostra predomínio de atuação das empresas apoiadas no setor de 'Serviços'; predomínio das exportadoras no setor de 'Indústria da transformação'; e predomínio do volume exportado pelos setores de 'Agropecuária, alimentos e bebidas' e 'Indústria da transformação'.

Setor CNAE	Empresas Apoiadas	Empresas Apoiadas Exportadoras	Valor de Exportações (US\$ FOB)	% do Total Exportado
TOTAL	14.462	3.930	128.322.140.122	100%
Agropecuária, Alimentos e Bebidas	2.062	637	49.603.468.155	39%
Indústrias de transformação	4.473	2.257	46.938.882.032	37%
Serviços	6.119	943	31.469.318.745	25%
Outros	565	52	182.498.394	0%
Sem informação	1.243	41	127.972.796	0%
Construção	58	1	77.684	0%

Olhando apenas as Micro e Pequenas Empresas, percebemos predomínio das empresas apoiadas no setor de 'Serviços'; Predomínio das exportadoras no setor de 'Indústria da transformação'; e predomínio de volume exportado dos setores de 'Serviços' e de 'Agropecuária, alimentos e bebidas'.

Setor CNAE	Empresas Apoiadas MPEs	Empresas Apoiadas Exportadoras MPEs	Valor de Exportações (US\$ FOB)	% do Total Exportado
TOTAL	6.991	1.066	648.851.402	100%
Serviços	3.950	440	236.009.180	36%
Agropecuária, Alimentos e Bebidas	1.003	110	234.674.544	36%
Indústrias de transformação	1.934	503	161.165.711	25%
Outros	40	13	17.001.967	3%
Sem informação	64	-	-	0%

Projetos Setoriais em 2022 segmentados por Gerência

Os 51 projetos, que apoiaram 4.816 empresas, realizados em parceria com 47 entidades setoriais (sendo 18 do segmento de Agronegócios e 29 do segmento de indústria e serviços), dando suporte a combos de produtos setoriais, tiveram 2.652 exportadoras que juntas venderam para o exterior US\$ 50,5 bilhões de dólares em 2022.

Variável (todas empresas)	Todos os Projetos Setoriais	Agronegócios	Indústria e Serviços
Qtd. de entidades	47	18	29
Qtd. de projetos	51	19	32
Qtd. de apoiadas	4.816	1.199	3.648
Qtd. de exportadoras	2.652	603	2.073
Valor exportado - US\$ FOB	50.502.716.855	40.831.936.432	10.436.237.647
Qtd. de destinos	220	201	211
Qtd. de produtos (ncm)	2.169	356	1.939
Qtd. de Setor (ncm)	21	13	20

Relativamente às Micro e Pequenas Empresas (MPEs) tivemos: 1.675 empresas apoiadas, das quais 542 exportaram o equivalente a US\$ 438 milhões.

Variável (MPEs)	Todos os Projetos Setoriais	Agronegócios	Indústria e Serviços
Qtd. de entidades	43	14	29
Qtd. de projetos	47	15	32
Qtd. de apoiadas	1.675	275	1.404
Qtd. de exportadoras	542	65	478
Valor exportado - US\$ FOB	437.751.089	222.141.847	215.691.738
Qtd. de destinos	143	58	142
Qtd. de produtos (ncm)	597	56	555
Qtd. de Setor (ncm)	20	8	20

Empresas Qualificadas em 2022 por Setor CNAE

Das empresas qualificadas, 60% são consideradas “novas qualificadas” por não terem consumido nenhum produto de qualificação nos 3 anos anteriores.

Setor CNAE	Qtde Empresas Qualificadas	Qtde Novas Empresas Qualificadas	% Novas Qualificadas
Serviços	2.275	1.430	63%
Indústrias de transformação	1.699	942	55%
Agropecuária, Alimentos e Bebidas	1.003	487	49%
Sem informação	550	482	88%
Outros	97	40	41%
Total	5.624	3.381	60%

Para o recorte de Micro e Pequenas Empresas Qualificadas, também 60% são consideradas “novas qualificadas”.

Setor CNAE	Qtde Empresas MPEs Qualificadas	Qtde Novas Empresas MPEs Qualificadas	% Novas Qualificadas
Agropecuária, Alimentos e Bebidas	639	325	51%
Indústrias de transformação	1.047	618	59%
Outros	8	4	50%
Serviços	1.643	1.053	64%
Total	3.337	2.000	60%

Nota: Não estão incluídas nestes números empresas que consumiram produtos de Inteligência.

Empresas que consumiram produtos de Inteligência em 2022 por Setor CNAE

Setor CNAE	Qtde Empresas que consumiram produtos de Inteligência	Qtde Empresas MPEs que consumiram produtos de Inteligência
Agropecuária, Alimentos e Bebidas	698	289
Indústrias de transformação	1.757	557
Outros	30	14
Sem informação	599	64
Serviços	2.511	1.616
Total	5.595	2.440





CÓPIA

CARTA APEX-BRASIL Nº 31/2023

Brasília, 31 de janeiro de 2023.

Ao Senhor Embaixador
MAURO VIEIRA
Ministro de Estado das Relações Exteriores

Assunto: Relatório de Desempenho referente ao ano de 2022.

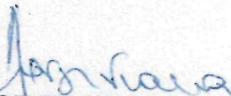
Senhor Embaixador,

Conforme o disposto na Cláusula Décima-Quinta, Parágrafo Quarto, do Contrato de Gestão assinado entre esta Agência e o Ministério das Relações Exteriores, em 02 de junho de 2020, utilizo-me da presente para encaminhar o Relatório de Desempenho da ApexBrasil, relativo ao ano de 2022.

O documento relata as ações e resultados da atuação da ApexBrasil no âmbito do Plano Estratégico 2020/2023 aprovado pelo Conselho Deliberativo desta Agência e anexo ao referido Contrato de Gestão.

Aproveito o ensejo para renovar votos de elevada estima e consideração, ao tempo em que me coloco à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Respeitosamente,


JORGE VIANA
Presidente



apexBrasil 