



MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES

Ofício nº 09304.000085/2021-19

Brasília, 16 de novembro de 2021

De: CGPR (Coordenação-Geral de Promoção Comercial)

Para: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos

Destinatário: Ao Senhor Igor Brandão
Chefe de Gabinete da
Presidência da Apex-Brasil

Senhor Chefe de Gabinete

Encaminho cópia do Parecer de Monitoramento relativo ao primeiro semestre de 2021, assinada pelo Presidente da Comissão de Acompanhamento e Avaliação (CAA), Embaixador Sarquis José Buainain Sarquis. A versão física do documento será remetida à Apex-Brasil.

Fernando Viégas Peixoto Onofre
Coordenador-Geral de Promoção Comercial

Documento assinado eletronicamente por **Fernando Viégas Peixoto Onofre**, em 16/11/2021, às 22:14

Este documento poder ser certificado através do endereço:

<https://certificador.itamaraty.gov.br/validador?hash=c5e48c5bafc5454fb4e13eed751c9e507e90dda3>

Para responder esta mensagem, favor enviar e-mail para o endereço: **cgpr@itamaraty.gov.br**

Destinatários deste Ofício

Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos igor.brandao@apexbrasil.com.br

Este documento poder ser certificado através do endereço:

<https://certificador.itamaraty.gov.br/validador?hash=c5e48c5bafc5454fb4e13eed751c9e507e90dda3>

Para responder esta mensagem, favor enviar e-mail para o endereço: **cgpr@itamaraty.gov.br**

Parecer de Monitoramento relativo ao primeiro semestre de 2021

1. APRESENTAÇÃO

Conforme estabelecido nas cláusulas décima-quinta, décima-sexta e décima-sétima do Contrato de Gestão 2020-2023 celebrado entre a Apex-Brasil e a União, representada pelo Ministério das Relações Exteriores, a Agência apresentou Relatório de Desempenho relativo ao primeiro semestre de 2021, devendo o Itamaraty se manifestar, após avaliação interna, na forma de parecer de monitoramento emitido pela Comissão de Acompanhamento e Avaliação (CAA).

2. AVALIAÇÃO DO GRAU DE ALCANCE DAS METAS ESTABELECIDAS

A sistemática de acompanhamento e avaliação baseou-se no critério de comparação entre os resultados alcançados e as metas estabelecidas em relação a cada uma das metas-projeto (qualitativas: escopo de atividades a serem desenvolvidas e evidências para comprovar o atingimento) e dos indicadores de desempenho (quantitativos: representação numérica a ser alcançada em prazo previamente estabelecido) constantes do Plano Estratégico que integra o Contrato de Gestão 2020-2023.

O Plano Estratégico divide-se em três perspectivas: relacionamento com a sociedade, processos internos e sustentabilidade da Agência, que, por sua vez, correspondem a doze Objetivos Estratégicos.

Sumariza-se e comenta-se, a seguir, o desempenho da Apex-Brasil no primeiro semestre de 2021 em relação a cada um desses Objetivos, com base nas informações contidas no Relatório de Desempenho encaminhado pela Agência:

2.1. Perspectiva do Relacionamento com a Sociedade

2.1.1. Objetivo Estratégico 1 - Reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro Global de negócios e divulgar as oportunidades comerciais no País e no exterior

Indicador i - Taxa de crescimento da base de seguidores nos canais da Apex Brasil nas redes sociais: procura medir a eficiência do trabalho de divulgação das oportunidades de negócios que a Apex Brasil proporciona para empresas brasileiras e para compradores e investidores estrangeiros.

Meta Para 2021: 30%

Resultados Alcançados: 4,69% (15,6% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: "Durante o segundo trimestre deste ano, o crescimento no número de seguidores nos canais da Apex-Brasil nas redes sociais foi duas vezes maior que no trimestre anterior, decorrente do trabalho realizado durante o Brasil Investment Forum – BIF 2021."

Além do resultado nas redes sociais, a estratégia de comunicação do BIF também gerou na mídia internacional o resultado de onze entrevistas realizadas, três artigos publicados e dois *press releases* enviados. No digital e na imprensa nacional o resultado foi de noventa e nove posts nos dois dias de evento, com quase 2.000 interações; publicação de seiscentas matérias sobre o evento; publicação em veículos como Veja e Poder 360 e 6.000 acessos ao site.

Durante o primeiro semestre, também foi implantado o plano de postagens mensais e feita a construção do plano semestral de comunicação corporativa, conforme previsto no Plano de ação anual”.

Avaliação da CAA: Não se verificou, no primeiro semestre do ano, a ampliação almejada da base de seguidores dos canais digitais da Agência, ficando o resultado bastante aquém do projetado. Tendo em vista a atual importância das redes sociais em todos os contextos, inclusive para a disseminação de conhecimento favorável à expansão de negócios, espera-se da Apex-Brasil maior eficiência na captação de seguidores ao longo do segundo semestre. Sugere-se, ademais, o estudo de nova estratégia destinada a atrair novos seguidores.

Meta A - Reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios.

A principal finalidade desta meta é “a criação de um plano de comunicação e marketing com alto grau de maturidade”.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “Neste primeiro semestre, foram realizadas importantes entregas de imagem, promoção e endomarketing, a saber:

Imagem: Pactuadas quatro ações de patrocínio, sendo duas em eventos internacionais e duas em eventos nacionais; revisão e implantação da proposta estratégica da presença digital (redes digitais e *playbook*), publicação de onze edições do Bonapex (boletim de notícias voltado para os Conselheiros e Suplentes dos Conselhos Fiscal (CFA) e Deliberativo da Agência (CDA)), produção de vídeos com participação de representantes da agência em eventos nacionais e internacionais; desenvolvimento de ações de gastronomia para a Expo Dubai; doze entidades em processo de formalização de adesão ao Programa de Adesão a Mercados do Agronegócio (PAM Agro); desenvolvimento de cinco Agri Talks (webinars sobre a promoção da imagem do agronegócio brasileiro pelo viés da tecnologia desenvolvida e aplicada) e Construção do novo branding da Apex-Brasil.

Promoção: Disponibilizados vinte episódios do ApexCast (o *podcast* da Apex-Brasil), desenvolvimento e execução de estratégia de comunicação completa (online e offline) para as feiras Gulfood 2021 e SIAL 2021, formatação de estratégia digital com uso do WeChat nos eventos Prowine e CIIE, além de publicações nos EUA (uma entrevista, quatro *press releases*, um artigo, três matérias) e na Europa (onze entrevistas, dois *press releases*, cinco artigos, dezessete matérias).

Endomarketing: publicação de matérias e identidade visual de sete programas para o público interno, dentre eles: sustentação GPTW, Integração de novos colaboradores, sustentação LGPD, Hackathon Influência Positiva e ponto eletrônico”.

Comentário da CAA: *O desempenho da Apex-Brasil no cumprimento das entregas previstas para 2021 encontra-se dentro do esperado para o primeiro semestre do ano.*

Meta B – Liderar a participação brasileira em Exposições Universais.

Esta meta refere-se à condução da participação brasileira na Expo Dubai 2020.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “No último semestre, o projeto da participação brasileira na Expo 2020 Dubai avançou em questões importantes em diversas frentes, tanto na finalização de etapas cruciais da construção do pavilhão, na definição do calendário de ações de parceiros e na definição da estratégia das operações comerciais.

Os principais marcos foram a realização de todas as renovações e aditivos dos contratos com os fornecedores; atualização do cronograma das obras; alinhamento de eventos no pavilhão do Brasil com ministérios e demais parceiros; definição de portfólio de produtos das atividades comerciais; aprovação de escopo de contratação de vídeo 360 graus e demais vídeos de uso interno no pavilhão; aprovação de projeto de uniformes e cobertura de comunicação da visita à obra do pavilhão do Brasil (produção de fotos, vídeos e conteúdo), *press meeting* e entrevistas.”

Comentários da CAA: *A CAA parabeniza a Apex-Brasil por haver desenvolvido a contento as atividades previstas na fase anterior à inauguração do Pavilhão do Brasil na Expo Dubai. Espera-se que a Agência mantenha essa trajetória exitosa no decorrer da exposição.*

2.1.2. Objetivo Estratégico 2 - Gerar inteligência para empresas sobre oportunidades e riscos de mercado

Indicador ii - Número de empresas atendidas em inteligência de mercado: mede a variação no número de empresas atendidas em inteligência pela Apex-Brasil.

Meta Para 2021: 2.600

Resultados Alcançados: 3.217 (123,7% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: “Os resultados obtidos durante o primeiro semestre de 2021 foram muito positivos, potencializados pela disponibilidade de soluções digitais, que têm permitido escalar o atendimento. Destacam-se aqui dois eventos: em março, o webinar para micro e pequenas empresas (MPEs) com o SEBRAE-SP, em junho, o webinar Oportunidades sobre o Mercado Indiano, em parceria com o Banco do Brasil (mais de 600 participantes).

Principais entregas:

- Atualização de aproximadamente 70 milhões de dados sobre mercados internacionais nos Painéis de Inteligência;
- Publicação de trinta estudos de oportunidades de mercado para diversos setores de agronegócios, casa e construção, máquinas e equipamentos, moda, serviços e saúde;
- Vinte e oito webinars, apresentações e podcasts, sendo dez iniciativas de organização própria.
- Publicação de perfis de exportação e investimentos para cinco estados brasileiros (Distrito Federal, Maranhão, Roraima, São Paulo e Bahia);
- Publicação de quarenta e três alertas (de mercado e compras governamentais) e informes de acesso a mercados (Conexão Londres, Conexão Bruxelas, *Regulatory Report* e *Regulatory Outlook*);

Lançamento de estudo de acesso a mercado para o setor de cafés, contemplando os mercados do Chile, Estados Unidos, Alemanha, Portugal, Polônia e China.

Estudo sobre Oportunidade de Games na China”.

Comentário da CAA: *A Agência apresentou desempenho bastante acima do esperado para o primeiro semestre de 2021, refletindo interesse crescente do setor privado pelos seus produtos de inteligência. Considerando-se a permanência das soluções digitais mencionadas pela Apex-Brasil, sugere-se considerar a revisão das metas para patamares mais elevados nos próximos períodos de avaliação.*

Meta C - Construir metodologia sólida de avaliação de satisfação dos produtos de inteligência de mercado da Apex-Brasil.

A meta refere-se à contínua aplicação de pesquisa de satisfação com as empresas que consomem produtos de inteligência.

Execução da meta-projeto: 75%

Comentários da Apex-Brasil: “A expectativa é, em breve, substituir essa meta-projeto pelo indicador de satisfação do cliente por meio da metodologia Net Promoter Score (NPS).

O NPS é uma métrica que tem como objetivo 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.

Atualmente, a média dos produtos encontra-se na Zona de Qualidade, mas com evolução para a Zona de Excelência.

Categorias como webinars e priorizações têm altíssimo reconhecimento das empresas. Categorias como painéis, alertas e estudos ainda podem evoluir para a excelência.

No primeiro semestre, já foi superada a expectativa de mais de 10% de amostragem das empresas atendidas como respondentes da pesquisa de satisfação”.

Comentários da CAA: *O resultado apresentado (NPS 74) aparentemente diz respeito ao novo método (NPS), não restando claro se a metodologia já passou a ser aplicada de plenamente aplicada. De qualquer forma, a CAA felicita a Agência pela implementação de metodologia destinada a aperfeiçoar o indicador.*

2.1.3. Objetivo Estratégico 3 - Ampliar a qualificação das empresas brasileiras e a sua competitividade para o mercado internacional

Indicador iii - Percentual de novas empresas atendidas no portfólio de qualificação: mede a quantidade de novas empresas incorporadas ao portfólio de qualificação da Apex-Brasil.

Meta Para 2021: 44%

Resultados Alcançados: 28,4% (64,5% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: “Foram atendidas 1.468 novas empresas dentre as 5.173 participantes de ações voltadas à qualificação. As ações digitais de qualificação, implantadas durante a pandemia, foram incorporadas ao portfólio para 2021, pois se mostraram estratégicas para atuação da Agência na preparação das empresas.

PEIEX

Atualmente, existem 17 convênios vigentes (19 núcleos e 5 polos) em todas as regiões do Brasil. Adicionalmente, foram lançados programas para Serviços (incorporação à metodologia PEIEX e treinamentos dos núcleos) e Agronegócios (inclusão dos setores Mel, Proteína Animal, Lácteos, Cachaça, Algodão e Frutas Frescas).

OFICINAS DE COMPETITIVIDADE

Realizadas seis oficinas em temas diversos com o atendimento a 74 empresas e 144 participantes.

WEBINAR DIRETO DO MERCADO

Realização de 3 Webinars (Bruxelas, Moscou e Dubai) para empresas não-exportadoras e exportadoras iniciantes, totalizando 440 participantes.

CURSOS DE EXPANSÃO INTERNACIONAL

Realizado um curso de Estratégia (15 empresas) e dois cursos de Marketing, o segundo com viés em e-commerce, (20 e 25 empresas participantes). Realização de webinar sobre aspectos bancários para internacionalização em parceria com o Banco do Brasil (67 empresas). Realização do webinar sobre Estudo de Mercado da Colômbia - Agritechs (8 empresas). Realização de webinar sobre certificação Kosher e Oportunidades na Israfood”.

Comentário da CAA: *A Agência apresentou desempenho acima do esperado para o primeiro semestre de 2021. Considerando-se a importância da qualificação para o êxito das empresas brasileiras nos mercados externos, a CAA parabeniza a Apex-Brasil pelo bom resultado obtido.*

Indicador iv - Percentual de empresas qualificadas incorporadas ao portfólio de promoção de negócios e de internacionalização: mede a quantidade de empresas que receberam qualificação nos últimos 3 anos e que, no ano corrente, participaram de alguma ação de promoção de negócios, de internacionalização ou de atração de investimentos.

Meta Para 2021: 18%

Resultados Alcançados: 8,9% (49,6% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: "A verificação do consumo de outros produtos da Apex-Brasil pelas empresas qualificadas é feita constantemente, com a finalidade de monitorar o avanço delas na inserção internacional.

No 1º semestre de 2021, 1.115 empresas qualificadas no triênio anterior participaram de ações do portfólio de promoção de negócios (814 em projeto setoriais; 324 em ações de promoção direta da sede; 104 em ações de promoção direta dos escritórios no exterior) ou do portfólio de internacionalização (39 empresas).

Além disso, são promovidas ações específicas para garantir essa jornada".

Comentário da CAA: *O desempenho da Agência neste indicador correspondeu ao esperado para o primeiro semestre.*

Meta D - Estruturar o programa para Ensino de Comércio Exterior – ECEX.

Esta meta se refere às atividades de ensino desenvolvidas pela Agência.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: "Neste primeiro semestre, os principais marcos entregues foram a estruturação da estratégia de parcerias, o lançamento do primeiro curso e a ampla divulgação do Banco de Talentos, que permitirá o desenvolvimento do programa de formação do corpo docente.

Como principais entregas, podemos citar as seguintes:

- Elaboração de estratégia de parcerias para a Escola de Negócios Internacionais da Apex-Brasil;
- Disponibilização do curso Introdução à Promoção de Negócios Internacionais, na plataforma da Escola Virtual.Gov (EV.G) da Escola Nacional de Administração Pública (Enap).
- Desenvolvimento e campanha de divulgação do Banco de Talentos.
- Licitação da contratação de consultoria de gestão do conhecimento e de gestão educacional.
- Contratação da plataforma de aprendizagem *Learning Management System (LMS)*".

Comentários da CAA: *O desempenho da Apex-Brasil no desenvolvimento das atividades previstas para 2021 encontra-se dentro do esperado para o primeiro semestre do ano.*

Meta E - Estruturar o programa de e-commerce, abrangendo ações de sensibilização, mentoria e de promoção comercial.

Esta meta se refere à promoção do e-commerce como instrumento facilitador da atuação de empresas exportadoras brasileiras.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “No período analisado, foram firmadas importantes parcerias com plataformas de e-commerce e iniciadas as entregas, mesmo com a impossibilidade de realização das missões presenciais previstas.

Como principais realizações, citamos:

- Plataforma RangeMe: aceleração de 43 empresas na plataforma;
- Parceria com o Google para pesquisa piloto sobre empresas brasileiras no e-commerce internacional;
- Parceria com o Prosperity Fund: melhorias na análise de prontidão para a seleção de empresas para o e-commerce internacional. Realização de piloto na inscrição da ação da plataforma RangeMe”.

Comentários da CAA: *O desempenho da Apex-Brasil no desenvolvimento das atividades previstas para 2021 encontra-se dentro do esperado para o primeiro semestre do ano.*

2.1.4. Objetivo Estratégico 4 - Inserir e ampliar a presença de empresas brasileiras no mercado internacional

Indicador v - Percentual de empresas exportadoras brasileiras apoiadas pela Apex-Brasil: mede a quantidade de empresas exportadoras brasileiras que estão no portfólio de clientes da Apex-Brasil.

Meta Para 2021: 21%

Resultados Alcançados: 12,63% (61,1% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: “No semestre foram apoiadas 11.531 empresas em 115 projetos de qualificação, promoção de negócios, internacionalização e atração de investimentos. Destas, 2.715 empresas são exportadoras apoiadas pela Apex-Brasil em um universo de 21.503 exportadoras brasileiras.

Os Projetos Setoriais possuem um ciclo de vigência que varia de 18 a 24 meses. Entre o ano passado e este ano, houve o encerramento de 23 projetos, que contavam com a participação de 1.568 exportadoras, e foram celebrados 11 projetos, que atraíram até o momento 371 exportadoras. Este fluxo impacta diretamente no número de empresas exportadoras apoiadas, visto que novos projetos absorvem empresas de forma progressiva durante sua vigência. No 2º semestre de 2021 existe a expectativa de renovação e celebração de novos convênios. No

primeiro semestre, estavam em execução 29 Projetos Setoriais de Indústria e Serviços e 15 Projetos Setoriais de Agronegócios.

Ressaltamos, adicionalmente, que Apex-Brasil vem sistematicamente adaptando a disponibilização de seus produtos e serviços para a modalidade digital, resultando em uma gradativa migração de alguns produtos tradicionalmente presenciais para as plataformas digitais, notadamente nas ações de agronegócios.

Destacam-se, ainda, as seguintes ações realizadas:

- Seis feiras internacionais: Biofach e Expowest (ambas em formato digital), Gulfood, Foodex, Prodexpo, Sial China, totalizando 156 empresas brasileiras participantes com exportações monitoradas (termo de adesão);

- Duas rodadas de Negócios Virtuais:

 - Nozes e Castanhas: 42 empresas apoiadas

 - Orgânicos e Alimentos Saudáveis: 33 empresas apoiadas

- Stamegna: 7 empresas apoiadas;

- ECRM: 9 empresas apoiadas.

- 2 Rodadas do *Business Connection Brazil* (BCB), parceria com o BID, SEBRAE e CNI:

 - BCB Serviços (*Digital Services*): 203 empresas participantes, sendo 156 brasileiras e 47 de outros países. Estimativa de negócios on the spot: US\$ 337.000,00; Estimativa de negócios para os próximos 12 meses: US\$ 2.798.000,00.

 - BCB Amazônia: 163 empresas participantes, sendo 115 brasileiras e 48 de outros países. Estimativa de negócios on the spot: US\$ 2.645.427,07. Estimativa de negócios para os próximos 12 meses: US\$ 25.377.854,14.

- Plataforma Virtual MOM by Maison & Objet: 20 empresas apoiadas

- 1ª Ação de Exportação Sudeste - rodada de negócios para empresas capacitadas: 19 empresas participantes. 9 comerciais exportadoras participantes. 33 reuniões realizadas.

- Dois webinars em parceria com as entidades (Abrafrutas e ABICAB), dentro do projeto Mão Dupla (estímulo para que empresas qualificadas participem de outros projetos da agência). 19 empresas participantes.

Além disso, já está em estruturação a participação brasileira nas feiras de 2022".

Comentário da CAA: *A Agência apresentou desempenho acima do esperado para o primeiro semestre de 2021. Considerando tratar-se de indicador-chave para avaliar o desempenho da Apex-Brasil, a CAA parabeniza-a pelo bom resultado obtido, mas sugere o estabelecimento de meta mais ambiciosa para o próximo ano.*

Indicador vi - Número de abertura ou plano de abertura de novas operações no exterior: mede a quantidade de anúncios de abertura ou de planos de abertura de operações no exterior

pelas empresas brasileiras apoiadas pela Apex-Brasil, com o intuito de monitorar o impacto do apoio fornecido às empresas brasileiras.

Meta Para 2021: 8

Resultados Alcançados: 13 (61,5% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: "A migração das ações presenciais para o formato digital garantiu o atendimento às empresas que participaram de missões virtuais com o MRE (Japão, Irlanda, Coréia do Sul), do ciclo de imersão online do StartOut (Nova Iorque) e do programa de aceleração de e-commerce à distância (RangeMe, EUA).

Internacionalização de Startups

- *Dublin Tech Summit*: abril a junho/2021. 12 empresas participantes.
- *Next Rise*: junho/2021. 4 empresas participantes.
- *China-Brasil Innovation Week*: iniciado o pitch training das 12 empresas que participarão da ação em agosto/2021.
- *Innovation Leader Summit* Japão: janeiro a março/2021. 7 empresas participantes.
- StartOut Nova Iorque: abril/2021. 17 empresas participantes e em fase de monitoramento.

Programa de Internacionalização

- Atendimento Customizado (atendimento a 14 empresas atualmente).
- Workshop customizado (piloto com a empresa apoiada "Grupo Petrópolis". Workshop de abertura realizado).

Atualmente encontram-se no Escritório América do Norte (Miami) 95 empresas brasileiras incubadas".

Comentário da CAA: *Não foi possível compreender a correlação direta entre os louváveis programas de internacionalização mantidos pela Agência, descritos nos comentários apresentados, e o número de anúncio de aberturas (ou planos) de novas operações no exterior que define o indicador.*

2.1.5. Objetivo Estratégico 5 - Expandir a inserção das empresas brasileiras nas cadeias globais de valor, pela atração de investimentos estrangeiros diretos em setores prioritários

Indicador vii - Número de atendimentos a investidores qualificados (NAIQ): mede a quantidade de atendimentos a investidores estrangeiros qualificados, com o intuito de monitorar o esforço de promoção e facilitação de investimentos estrangeiros diretos em setores prioritários.

Meta Para 2021: 130

Resultados Alcançados: 81 (62,3% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: “Observa-se um aumento nos atendimentos realizados no segundo trimestre, de 25 para 56, diretamente relacionados aos eventos realizados abaixo detalhados:

Programa de Atração de IED para setores prioritários

Realizadas 28 ações online de atração de investimentos.

Destaques: *Summit Invest in Brasil Aerospace, Invest in Brasil Infrastructure - Social Infrastructure Edition* e o *Demo Day* do Programa *Scale Up, Aerospace & Defense Digital Sevilla* e Setor de Petróleo e Gás – Espanha.

Brasil Investment Forum 2021 (BIF)

O evento foi realizado com sucesso, com 6.351 inscritos, sendo 1.609 inscrições feitas de 102 países. Foram apresentados 60 projetos de investimentos durante o evento com uma expectativa de anúncios de cerca de US\$50 bilhões nos próximos dois anos.

Portal InvestinBrasil

O novo portal de investimentos, uma iniciativa estruturante, está em andamento, com definição do escopo da base metodológica para a segunda versão, que será incluída no escopo da plataforma *Digital Experience Platform (DXP)*”.

Comentário da CAA: *A CAA cumprimenta a Agência pelo desempenho alcançado no primeiro semestre de 2021, em atividade considerada de crescente importância. Particularmente, cabe ressaltar o bom desempenho da Agência no caso do BIF, sua abordagem inovadora quanto ao processo de divulgação do evento, por meio de parcerias com instituições estrangeiras, com resultados aparentemente significativos em termos de inscrições. Sugere-se avaliar a possibilidade de se buscar metas mais ambiciosas para os próximos anos. Em relação ao citado novo portal de investimentos, sugere-se discussão do tema no âmbito do CDA, tendo em vista iniciativas semelhantes em estudo da parte de outros órgãos ali representados.*

Indicador viii - Número de projetos de investimentos facilitados (NPIF): mede o número de projetos de investimentos anunciados que utilizaram os serviços de facilitação da Apex-Brasil no processo de decisão, com o intuito de monitorar o impacto do apoio da Agência aos investidores estrangeiros em suas decisões de investimentos.

Meta Para 2021: 24

Resultados Alcançados: 10 (41,7% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: “Houve um pico de anúncios de investimentos estrangeiros em maio, mas ressalta-se que essas iniciativas são decorrentes de atendimentos que se iniciaram em 2019 (1), 2020 (1) e 2021 (5), sendo todos do setor de infraestrutura”.

Comentário da CAA: *O desempenho da Agência no primeiro semestre foi levemente inferior ao esperado para o período. Tendo em vista o crescente papel desempenhado pela Apex-Brasil*

como facilitadora no processo de atração de investimentos, sugere-se que os esforços sejam redobrados no segundo semestre para que a meta anual possa ser atingida.

2.2. PERSPECTIVA DE PROCESSOS INTERNOS

2.2.1. Objetivo Estratégico 6 - Atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais

Indicador ix - Representatividade da Apex Brasil no Congresso Nacional: mede o número de iniciativas da Apex Brasil junto à Câmara dos Deputados e ao Senado Federal, buscando quantificar a participação efetiva e a representatividade da Apex Brasil junto ao Poder Legislativo.

Meta Para 2021: 48

Resultados Alcançados: 20 (41,6% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: "As ações do semestre foram concentradas no segundo trimestre, em consonância com a agenda parlamentar, e focaram principalmente em participações em audiências públicas e reuniões de trabalho pertinentes às competências da Apex-Brasil".

Comentário da CAA: *A Apex-Brasil alcançou desempenho satisfatório no primeiro semestre, à luz das condições sanitárias vigentes. Sugere-se a intensificação do empenho no segundo semestre, para que se possa atingir a meta anual prevista, e, como já salientado em parecer de monitoramento anterior, que seja estudada a viabilidade de incorporar elemento de avaliação da taxa de sucesso das gestões realizadas, de modo não apenas a mensurar a representatividade, mas também refletir mais fielmente a efetividade da atuação da agência junto ao legislativo.*

Meta F - Estabelecer parcerias, caracterizadas por consistentes vínculos de confiança com stakeholders, com prioridade para os componentes do CDA; que sejam agregadoras para o cumprimento da missão institucional da Apex-Brasil.

Esta meta se refere à aproximação institucional entre a Agência e outras entidades cuja atuação é relevante para o desenvolvimento de suas atividades finalísticas.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: "Programa de parcerias com Stakeholders

Foram assinados oito instrumentos de cooperação com entidades parceiras, a saber: Acordo de Cooperação Técnica (ACT) com BNDES, INPI, SEBRAE, MME e MINFRA; e Protocolo de Intenções (PI) com Bravo Motors, Câmara Brasil Alemanha e Câmara Brasil Índia.

Participação em conselhos estratégicos de stakeholders: Comitê Nacional de Iniciativas de Apoio a Startups e Conselho Internacional do Fórum Brasil Export.

Realização do webinar de oportunidades na Índia em parceria com o Banco do Brasil.

Participação no roadshow de apresentação institucional com a Corporação Andina de Fomento (CAF), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Agência Francesa de Desenvolvimento (AFD), Associação Brasileira de Desenvolvimento (ABDE), Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG), Novo Banco de Desenvolvimento (NDB).

Programa de alinhamento com MRE

- Webinar de capacitação (ferramentas de inteligência e de e-commerce) para empresas, realizado em parceria com TPO da Argentina, Uruguai e Paraguai.

- Webinar com OCDE”.

Comentários da CAA: *As atividades desenvolvidas pela Apex-Brasil no primeiro semestre de 2021 correspondem ao que se esperava para o período.*

2.2.2. Objetivo Estratégico 7 - Aprimorar o atendimento ao cliente e a sua jornada, de acordo com a sua maturidade, setor e mercado de atuação.

Meta G - Estruturação da gestão do relacionamento com clientes no *Customer Relationship Management* – CRM.

Esta meta prevê a manutenção do contato estabelecido entre a Agência e seus clientes, na etapa posterior ao atendimento.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “Durante o primeiro semestre, cresceu o número de clientes que deram consentimento para mantermos contato, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), partindo de menos de 4 mil contatos em 2020 para acima de 15 mil contatos em 6 meses.

Principais entregas:

- Contratação de consultoria especializada para a realização de pesquisa com clientes, com início dos trabalhos no 2º semestre.

- Realização de piloto com a criação de formulário para diagnóstico único do cliente - piloto aplicado com empresas novas em uma ação em parceria com o SEBRAE.

- Melhorias da jornada Fale Conosco, com novo fluxo e formulários, e adequações à LGPD.

- Automações na pesquisa de satisfação digital, com identificação de melhorias no fluxo.

- Desenvolvimento de tutorial e melhorias para o fluxo de campanhas de webinars.

- Levantamento customizado da jornada do cliente, com as empresas participantes da feira Gulfood.

- Realização de piloto do portfólio de produtos e serviços no CRM, com os escritórios da Apex-Brasil no exterior”.

Comentário da CAA: *O desempenho da Apex-Brasil no cumprimento das ações estabelecidas para 2021 encontrou-se dentro do esperado no primeiro semestre do ano.*

Meta H - Estruturação da Estratégia do Relacionamento com Clientes da Apex-Brasil

Esta meta prevê o desenvolvimento de estratégia para relacionamento com clientes.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “Em fase final do processo de contratação de consultoria especializada em estratégia de relacionamento com o cliente”.

Comentário da CAA: *Considerando tratar-se de meta-projeto para o ano de 2021, presume-se que a menção à fase final do processo corresponderá à assinatura do contrato ainda no corrente ano e, por conseguinte, ao atingimento do objetivo proposto.*

2.2.3. Objetivo Estratégico 8 - Realizar a transformação digital e consolidar a cultura de inovação.

Meta I - Desenvolver a plataforma digital multicanal da Apex Brasil.

Esta meta diz respeito à adaptação da Agência para a plena realização de atividades de forma virtual.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “No semestre foi possível avançar em diversas frentes do objetivo estratégico, como a contratação da plataforma DXP e da Plataforma Zoom, a implantação da nova ferramenta de Rodadas de Negócios Virtuais, a realização do BIF em formato digital, a definição dos requisitos de contratação da plataforma de eventos virtuais, a definição de requisitos do Diretório de Negócios, e a evolução de nosso CRM em diversas funcionalidades como LGPD e atendimento PEIEX.

Destaques para as seguintes ações:

- Diretório de Negócios - Definição de processos, requisitos e histórias de usuário. O projeto possibilitará que compradores internacionais identifiquem oportunidades de negócios junto às empresas brasileiras.

- Diretório Único de Usuários – Definição de processos e requisitos.

- Plataforma DXP – Fornecedor contratado. Em agosto será iniciado o desenvolvimento do novo portal da Apex-Brasil. Em seguida, serão iniciados os desenvolvimentos das demais soluções, como Portal do Investidor, Diretório de Negócios e Loja Apex-Brasil.

- Programa Eventos Digitais

- Plataforma de eventos digitais - Chamamento público em andamento para obter do mercado insumos relacionados a requisitos e a questões comerciais para elaboração do Termo de Referência.

- Plataforma Zoom contratada, com a realização de aproximadamente 50 eventos na plataforma.

- Plataforma multistreaming - Iniciado o processo de contratação que permitirá a publicação sincronizada de vídeos em múltiplas redes sociais”.

Comentário da CAA: *As atividades desenvolvidas pela Apex-Brasil no primeiro semestre de 2021. correspondem ao que se esperava para o período.*

Meta J - Implantar a cultura de inovação na Apex Brasil.

Esta meta tem por objetivo incentivar a capacitação digital dos integrantes da Agência.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “Neste semestre, houve evolução nas iniciativas para desenvolvimento de novos produtos e na capacitação dos colaboradores em intraempreendedorismo e destreza digital.

Destacamos as seguintes ações no semestre:

- Programa 3C's (Conhecer, Capacitar e Conectar): lançamento do programa de apoio customizado a empresas que desejam entrar de forma mais rápida em um mercado, com ações voltadas a gerar conhecimento sobre o mercado, ações de inteligência de mercado, mentoria e rodadas de negócios.

- +Feiras: as empresas poderão participar diretamente das feiras tradicionalmente não executadas pela Agência ou pelas entidades setoriais parceiras.

- *Brasil Business Match* (BBM): oferta de um ambiente digital onde produtos e serviços brasileiros serão apresentados a compradores internacionais por empresas brasileiras participantes das feiras. Piloto será realizado na OTC Houston.

- Workshop SERPRO: identificação de produtos para desenvolvimento em parceria.

- Projeto-piloto de Rodadas de Negócios Virtuais, com a realização de três eventos-testes. Será aplicado em cerca de 20 rodadas até o final do ano.

Capacitação em intraempreendedorismo e destreza digital:

- 5ª Oficina de Design e Precificação: capacitação na metodologia de precificação de produtos.

Meta K - Obter a certificação *Great Place to Work*.

Esta meta tem por objetivo obter a certificação mencionada.

Execução da meta-projeto: 100%

Comentários da Apex-Brasil: “Após a conquista da certificação *Great Place to Work*, em 2020, a Agência realizará a pesquisa de clima com foco na manutenção da favorabilidade.

No 1º semestre, após a validação do projeto básico, foi iniciado o processo de contratação da empresa para a realização da Pesquisa de Clima GPTW.

Além disso, para garantir um ambiente de trabalho justo e de confiança, foram realizadas as seguintes entregas referentes à Avaliação de Desempenho - Ciclo 2020 e 2021:

Ciclo avaliativo 2020: todas as etapas concluídas: 355 colaboradores elegíveis para promoção ou progressão, conforme o Plano de Cargos, Carreira e Salários (PCCS).

Monitoramento para apuração das metas.

Aproximadamente 95% das metas 2021 pactuadas”.

Comentário da CAA: *Entende-se que a meta-projeto já havia sido alcançada em 2020. Nesse contexto, deveria haver sido estabelecida nova meta, possivelmente relacionada à medição das consequências práticas decorrentes da certificação, o que se espera em futuros Relatórios de Desempenho.*

2.3.2. Objetivo Estratégico 10 - Evoluir o estágio de maturidade da Apex-Brasil em Governança e *Compliance*

Meta L - Buscar o cumprimento parcial dos requisitos do nível 2 (Gerenciado).

Esta meta diz respeito ao cumprimento de requisitos considerados necessários para o aperfeiçoamento do programa de *compliance* da Agência.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “Para o ano de 2021, dos 15 requisitos a serem cumpridos pela Apex-Brasil para atingir o nível GERENCIADO de Maturidade do Programa de *Compliance*, foram priorizados cinco, a saber:

- A área de *Compliance* está formalmente estabelecida;
- As demonstrações contábeis são elaboradas, no que couber, com base na contabilidade aplicada ao setor público, seguindo os moldes exigidos pela Norma Brasileira de Contabilidade Aplicadas ao Setor Público – Estrutura Conceitual (NBC TSP EC), (ou outra norma do Conselho Federal de Contabilidade que vier a sucedê-la), concomitante ou não à contabilidade empresarial;

- 2º Hackathon - Influência Positiva: sensibilização da temática de novos produtos, com o desenvolvimento de uma solução para os colaboradores se avaliarem, gerando uma corrente positiva de feedbacks na Agência.
- Trilha de cursos em produtos, vendas, transformação digital e clientes: formação dos colaboradores em temáticas comerciais.
- Workshop de Inovação do Modelo de Negócios: entendimento sobre o modelo atual e discussões sobre qual modelo a Apex-Brasil precisa buscar.
- Publicação da Revista de Artigos do Simpósio em Negócios Internacionais: Transformação Digital - *call for papers* junto à comunidade científica, sobre transformação digital relacionada à promoção das exportações”.

Comentário da CAA: *As diversas atividades desenvolvidas pela Apex-Brasil no primeiro semestre de 2021 correspondem à expectativa para o período.*

2.3. PERSPECTIVA DA SUSTENTABILIDADE DA AGÊNCIA

2.3.1. Objetivo Estratégico 9 - Desenvolver colaboradores e líderes e assegurar um ambiente de trabalho justo e de confiança

Indicador x - Quantidade média de horas de capacitação por colaborador: pretende medir a capacidade da agência no desenvolvimento de seus recursos humanos.

Meta Para 2021: 40h/funcionário

Resultados Alcançados: 32,1h/funcionário (80,2% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: “Durante o semestre, houve picos de horas de capacitação decorrentes da realização de cursos em grupo e de longa duração, tais como “Construção de Cenários Prospectivos”, com 26 participantes e 56 horas de duração e do “Programa de Design de Experiência”, com 37 participantes e 25 horas de duração.

Dentro do Plano Anual de Ações de Capacitação (PAAC), foram realizadas diversas iniciativas em três frentes: para toda a corporação; com foco nas atividades finalísticas; e em temas de gestão.

Foram disponibilizados cinco cursos para toda a Agência, com um total de oito turmas. Também foram disponibilizadas quatro trilhas de capacitação na Intranet, com foco em Vendas e Produtos, Ciência de Dados, Gestão Estratégica e Negócios Internacionais.

Para as atividades finalísticas, foram executadas capacitações individuais e em grupo, com destaque para o "Curso Avançado em Inteligência de Mercado", promovido pela ESPM para uma turma de 30 colaboradores”.

Comentário da CAA: *A CAA parabeniza a Agência por haver superado, com folga, a meta correspondente ao primeiro semestre de 2021.*

- As atividades contábeis sofrem auditoria independente;
- Os recursos para a realização das atividades rotineiras e não rotineiras de *Compliance* são acessíveis;
- O desempenho do Programa de *Compliance* é suportado por soluções de tecnologia adequadas.

Desses, os 3 primeiros já foram devidamente cumpridos”.

Comentários da CAA: *Considerando-se que a Agência previu cumprir cinco requisitos no decorrer de 2021 e conseguiu cumprir três já no primeiro semestre, pode-se afirmar que as atividades desenvolvidas no âmbito da meta-projeto correspondem à expectativa para o período.*

Meta M - Assegurar que a Apex Brasil estará preparada para a certificação ISO 9001 até 2023.

A meta relaciona-se ao objetivo de assegurar os clientes da Agência quanto à qualidade de seus produtos e serviços.

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: “A Apex-Brasil avançou passos relevantes rumo à Certificação ISO 9001:2015 considerando o escopo: “Atendimento direto às empresas brasileiras na participação em feiras internacionais de promoção de exportação no exterior”.

As principais entregas foram:

- Capacitação de 43 colaboradores em requisitos da norma, sendo 19 agentes de transformação.
- Capacitação de 6 auditores internos de qualidade.
- Preparação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) com a identificação de melhorias necessárias para a atendimento dos requisitos da norma.
- Acompanhamento com as áreas que estão liderando as melhorias.
- Início da elaboração do Manual do SGQ e dos Objetivos da Qualidade.

Comentário da CAA: *As ações relacionadas a esta meta-projeto encontram-se dentro do cronograma estabelecido para o período.*

2.3.3. Objetivo Estratégico 11 - Prover e aprimorar soluções em TIC, em atendimento às necessidades do negócio e da gestão

Indicador xi - Percentual de execução do PDTIC: mede a quantidade de projetos concluídos do PDTIC, em comparação com o total previsto para o ano, com o intuito de avaliar a capacidade da Agência de executá-lo.

Meta Para 2021: 77,25%

Resultados Alcançados: 7,4% (9,6% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: "Foram previstos no Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC) 27 projetos para desenvolvimento em 2021. Desses, dois foram concluídos no primeiro semestre, e os demais estão previstos para serem entregues até o final de 2021.

A cada reunião do Comitê Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação (CGTIC), que ocorre quadrimestralmente, são apresentadas novas demandas dos usuários e é efetuada nova priorização, podendo alterar a quantidade de projetos em execução para os próximos períodos.

A 1ª Reunião do CGTIC ocorreu em 28/04, e já estão definidas as datas das próximas reuniões, no calendário de entregas do 2º semestre da Agência".

Comentário da CAA: *Os resultados obtidos no primeiro semestre de 2021 mostraram-se severamente insuficientes em relação à meta estipulada para o ano. Não resta claro, contudo, se cada um dos 27 projetos mencionados tem sido desenvolvido de forma paralela, o que justificaria o número apresentado. Caso os projetos sejam desenvolvidos em sequência, recomenda-se que a Agência redobre seus esforços no decorrer do segundo semestre para que o resultado ao final do ano se aproxime da meta estabelecida.*

Meta N - Implantar e executar o processo de gestão de serviços de TIC.

A meta corresponde à execução do processo de gestão de serviços e à realização de avaliação de cada serviço junto ao usuário final (interno e externo).

Execução da meta-projeto: 50%

Comentários da Apex-Brasil: "As principais entregas foram:

Elaboração da Política de Gestão de Produtos e Serviços de TIC.

Desenvolvimento da primeira versão do portfólio de produtos e serviços de TIC da Agência.

Contratação do novo serviço de suporte de TIC em andamento".

Comentário da CAA: *As ações relacionadas a esta meta-projeto encontram-se dentro do cronograma esperado.*

2.3.4. Objetivo Estratégico 12 - Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável

Indicador xii - Taxa de crescimento da receita gerada com produtos e serviços: mede a variação na receita gerada através da contribuição por parte das empresas na utilização de serviços oferecidos pela Apex-Brasil, medindo a evolução da capacidade da Agência de gerar receita própria.

Meta Para 2021: 35%

Resultados Alcançados: 2.167%

Comentário da Apex-Brasil: “Neste semestre, observou-se a retomada da captação de receita, no montante de R\$ 2,9 milhões, principalmente decorrente das feiras e dos serviços prestados pelos escritórios da Apex-Brasil no exterior (R\$ 2.2 milhões).

Ressaltamos que a alta taxa de crescimento apresentada neste período está em grande parte relacionada ao fato de que muitas receitas de serviços foram devolvidas no primeiro semestre de 2020, com os cancelamentos dos eventos no início da pandemia. O faturamento foi de R\$ 127 mil e as devoluções, de R\$ 1,4 milhões, gerando uma distorção no resultado do indicador.

Sobre a geração de receitas, destacam-se aquelas provenientes de eventos, como a GulFood (R\$ 1,3 milhão), de realização de capacitações e oficinas (R\$ 75 mil) e dos serviços prestados pelos escritórios da Apex-Brasil no exterior (R\$ 962 mil). Os produtos digitais representaram 25% da receita gerada no período.

Além disso, em 2021, a Agência iniciou um piloto de captação de Patrocínio no evento Brasil Investment Fórum – BIF, resultando em 4 empresas patrocinadoras (BRF, Itaipu, Petrobras e Smar) e estimativa de receitas de R\$ 640 mil, com R\$ 277 mil já realizados.

Neste período também evoluímos na estratégia de rentabilização em várias frentes: lançamento de novos produtos monetizáveis, definições de diretrizes para a gestão da oferta e precificação de produtos da Agência, diagnóstico e divulgação do portfólio de produtos.

Novos produtos monetizáveis:

- Precificação de três novos produtos monetizáveis;
- Revisão de preços de três produtos, com a metodologia de precificação aprimorada;
- Realização de pesquisa de clientes para levantamento de sensibilidade a preços;

Criado o Comitê Gestor de Produtos.

Diagnóstico do portfólio de produtos - Realização de Workshop de Portfólio de Produtos, com diagnóstico dos produtos atuais e análise do ciclo de vida de produtos e segmentos de clientes.

Divulgação do Portfólio de Produtos: publicação da Carta de Produtos e Serviços ao Usuário e lançamento do E-Book "Jornada do Exportador", em parceria com o Banco do Brasil.

Aprimoramento metodológico e estruturação para sistematização de precificação de produtos”.

Comentário da CAA: *A CAA está de acordo com a avaliação da Apex-Brasil, compreendendo-se que a anomalia observada no indicador corresponde ainda aos efeitos iniciais da pandemia e aos subsequentes cancelamentos em série de eventos. Espera-se que, com a progressiva melhora das condições sanitárias e a retomada de eventos presenciais, a Agência trabalhe para aumentar suas receitas de forma consistente.*

Indicador xiii - Índice de sustentabilidade das receitas próprias da Apex-Brasil: mede a relação entre as receitas próprias geradas e as despesas de custeio administrativo.

Meta Para 2021: 35%

Resultados Alcançados: 21,03% (60,1% da meta anual)

Comentário da Apex-Brasil: "O resultado deste indicador está diretamente relacionado à variação das receitas de prestação de serviços e das despesas administrativas.

Uma vez que se observou uma redução nas despesas administrativas de custeio e um aumento nas receitas de serviços, quando comparados ao exercício anterior, tal resultado demonstrou-se superior ao auferido no mesmo ciclo em 2020".

Comentário da CAA: *A Agência apresentou desempenho acima do esperado para o primeiro semestre de 2021.*

Indicador xiv - Percentual do teto de custeio administrativo: relação entre as despesas de custeio administrativo efetuadas no Brasil e no exterior e o total da receita corrente líquida no ano.

Meta Para 2021: 9% (teto) da receita corrente líquida

Resultados Alcançados: 5,02% (55,8% do teto)

Comentário da Apex-Brasil: "Visto que a meta se revela como um teto de gastos, o percentual de 5,02% para o indicador no primeiro semestre de 2021, ante o teto de 9%, representa o contínuo esforço de monitoramento e controle de contratos de custeio no Brasil e no exterior, utilizando os recursos administrativos de maneira eficiente.

Também contribuíram para esse atingimento a adoção dos modelos de trabalho em home office e híbrido, que diminuem o gasto operacional da Agência.

Por fim, a alta arrecadação de Receita Corrente Líquida, com um aumento das receitas de CSO (Contribuição Social Ordinária), Financeira e de Serviços, também reduz o índice na medida em que a disponibilidade é aumentada".

Comentário da CAA: *A CAA felicita a Apex-Brasil pelo bom resultado alcançado neste indicador.*

Indicador xv - Percentual do teto de despesas de pessoal: relação entre as despesas efetuadas com o pessoal da Apex-Brasil no Brasil e exterior e o total da receita corrente líquida.

Meta Para 2020: 25% (teto) da receita corrente líquida

Resultados Alcançados: 21,60% (86,4% do teto)

Comentário da Apex-Brasil: "O indicador relaciona o teto de gastos com a força de trabalho da Agência, o qual respeitou o limite máximo estabelecido de 25% para o primeiro semestre de 2021, tendo como resultado 21,60%.

O bom resultado se deu principalmente pelos efeitos das medidas austeras para controle do índice adotadas pela DIREX em 2020, somados à arrecadação de Receita Corrente Líquida no período acima dos valores orçados, com um aumento das receitas de Contribuição Social Ordinária (CSO), Financeira e de Serviços, o que também reduz o índice à medida que a disponibilidade é aumentada.

Com esse atingimento, já foi possível retomar algumas ações suspensas anteriormente, tal como a aplicação do Plano de Cargos, Carreiras e Salários (PCCS) ao ciclo de avaliação de desempenho 2019-2020”.

Comentário da CAA: *A CAA felicita a Apex-Brasil por haver estipulado exitosas medidas de austeridade, que contribuíram para o bom resultado alcançado neste indicador no primeiro semestre de 2021.*

3. CONCLUSÕES

O desempenho da Apex-Brasil no primeiro semestre de 2021 foi satisfatório em relação à maioria dos Objetivos Estratégicos estabelecidos, com grau de atingimento das metas dentro do esperado (com exceção dos indicadores referentes à taxa de crescimento da base de seguidores nas redes sociais e ao percentual de execução do PDTIC, que demandam atenção; notando-se, ademais, a anomalia observada na taxa de crescimento da receita gerada com produtos e serviços, decorrente ainda dos efeitos iniciais da pandemia de COVID-19).

Diante dos resultados e da análise apresentada, a Comissão de Acompanhamento e Avaliação recomenda a aprovação do Relatório de Desempenho referente ao primeiro semestre de 2021.

A CAA agradece, ademais, a inclusão, no referido relatório (na seção referente à análise conjuntural), de informações solicitadas em pareceres de monitoramento anteriores, especialmente aquelas referentes ao lançamento de novo ciclo do Programa de Imagem e Acesso a Mercados do Agronegócio (PAM Agro) e aos preparativos finais para a Expo Dubai, bem como a inclusão de informações desagregadas referentes às empresas apoiadas segundo critérios de regiões de origem e de porte da empresa.

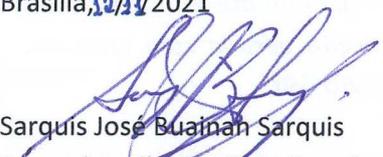
Não obstante, a Comissão reitera a orientação, igualmente registrada em pareceres anteriores, de que os Relatórios de Desempenho passem a discriminar dados relacionados às empresas atendidas pela Agência com base em setores da economia. A CAA agradecerá, por conseguinte, receber informações desagregadas que especifiquem os recursos despendidos na promoção de tecnologia, do agronegócio, da indústria, de serviços e de energia; esclarecendo quantas foram as empresas beneficiadas nesses setores, quais os subsetores mais apoiados e quais as atividades realizadas em cada um deles.

Ainda em relação à análise conjuntural, a Comissão agradecerá receber, em relatórios futuros, informações mais pormenorizadas acerca das atividades desenvolvidas conjuntamente entre a Apex-Brasil e os SECOMs (detalhando, por exemplo, consultas, coordenação, participação em eventos etc.).

A CAA solicita, além disso, que relatórios futuros passem a conter alguma modalidade de avaliação sucinta do trabalho desenvolvido pelos escritórios da Agência no exterior.

Por fim, observa-se que, na atual sistemática de avaliação, a análise qualitativa dos Objetivos Estratégicos tem-se baseado na descrição das diversas metas-projeto estabelecidas. Nos comentários a elas referentes, a Apex-Brasil, de forma geral, tem-se limitado a apresentar listagem das atividades desenvolvidas no período. No Relatório em apreço, contudo, observa-se que a Agência buscou quantificar a execução das metas-projetos, sendo que, das 14 estipuladas, 12 obtiveram execução de 50%, uma de 75% (construção de metodologia de avaliação de satisfação dos produtos de inteligência de mercado – na qual não se pôde compreender se já foi considerada a metodologia NPS) e outra de 100% (certificação Great Place to Work – obtida em período anterior ao analisado). Observa-se, portanto, não haver sido possível quantificar de forma precisa a execução dessas metas, esperando-se, em relatórios futuros, comentários da Apex-Brasil que correlacionem as atividades desenvolvidas no período em análise com o alcance final do objetivo pretendido.

Brasília, 12/11/2021



Sarquis José Buainan Sarquis
Secretário de Comércio Exterior e Assuntos Econômicos
Presidente da Câmara de Acompanhamento e Avaliação