



MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES

Ofício nº 09304.000402/2022-88

Brasília, 20 de dezembro de 2022

De: DPG (Divisão de Programas de Promoção Comercial e Investimentos)

Para: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos

Destinatário: Ao Senhor Igor Brandão
Chefe de Gabinete da Presidência da ApexBrasil

Senhor Chefe de Gabinete,

Em conformidade com as cláusulas 15a e 16a do contrato de gestão 2020-2023, encaminho cópia do Parecer de Avaliação Anual relativo a 2021, assinado pelo Presidente da Comissão de Acompanhamento e Avaliação (CAA), Embaixador Sarquis José Buainain Sarquis. A versão física do documento será remetida à ApexBrasil.

Fernando Viégas Peixoto Onofre
Chefe da Divisão de Programas de Promoção Comercial e Investimentos

Documento assinado eletronicamente por **Fernando Viégas Peixoto Onofre**, em 20/12/2022, às 12:08

Este documento poder ser certificado através do endereço:

<https://certificador.itamaraty.gov.br/validador?hash=6ac1a6d878c6f2ab0af56d33e3e5606825f00849>

Para responder esta mensagem, favor enviar e-mail para o endereço: **dpg@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=6ac1a6d878c6f2ab0af56d33e3e5606825f00849>

Para responder esta mensagem, favor enviar e-mail para o endereço: [**dpg@itamaraty.gov.br**](mailto:dpg@itamaraty.gov.br)

Parecer de Avaliação Anual relativo a 2021

1. Introdução

Conforme estabelecido nas Cláusulas Décima-Quinta e Décima-Sexta do Contrato de Gestão 2020-2023, celebrado entre a ApexBrasil e a União, representada pelo Ministério das Relações Exteriores, e vigente até 30 de abril de 2024, a Agência apresentou seu Relatório de Desempenho relativo ao ano de 2021, devendo o Itamaraty se manifestar, após avaliação interna, na forma de Parecer de Avaliação Anual, emitido pela Comissão de Acompanhamento e Avaliação (CAA).

2. Avaliação do Grau de Alcance das Metas Estabelecidas

Deve-se recordar que o Plano Estratégico 2020-2023, parte integrante do Contrato de Gestão 2020-2023, organiza-se segundo três perspectivas (relacionamento com a sociedade, processos internos e sustentabilidade da Agência), para as quais foram estipulados 12 objetivos estratégicos (OE's). Estes, por sua vez, preveem indicadores de desempenho e/ou metas-projeto relacionados ao cumprimento, pela ApexBrasil, de sua missão institucional.

A sistemática de acompanhamento e avaliação baseou-se no cotejamento entre os resultados alcançados e as metas estabelecidas para cada um dos 15 indicadores de desempenho (metas quantitativas) e 15 metas-projeto (metas qualitativas) constantes do Plano Estratégico.

2.1. Metas quantitativas (Indicadores)

Sumariza-se e comenta-se, a seguir, o desempenho da ApexBrasil referente às metas *quantitativas* para o ano de 2021, sendo a seguinte a correlação entre os objetivos estratégicos e os indicadores:

OE 1 - Reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios e divulgar oportunidades comerciais no País e no exterior - indicador 1;

OE 2 - Gerar inteligência para empresas sobre oportunidades e riscos de mercado - indicador 2;

OE 3 - Ampliar a qualificação das empresas brasileiras e sua competitividade para o mercado internacional - indicadores 3 e 4;

OE 4 - Inserir e ampliar a presença de empresas brasileiras no mercado internacional - indicadores 5 e 6;

OE 5 - Expandir a inserção das empresas brasileiras nas cadeias globais de valor, pela atração de investimentos estrangeiros diretos em setores prioritários - indicadores 7 e 8;

OE 6 - Atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais - indicador 9;

OE 9 - Desenvolver colaboradores e líderes e assegurar um ambiente de trabalho justo e de confiança - indicador 10;

OE 11 - Prover e aprimorar soluções em TIC, em atendimento às necessidades do negócio e da gestão - indicador 11; e

OE 12 - Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável - indicadores 12, 13, 14 e 15.

redes sociais (busca medir a eficiência do trabalho de divulgação das oportunidades de negócios que a ApexBrasil proporciona a empresas brasileiras e compradores e investidores estrangeiros).

Meta para 2021: 30%

Resultado alcançado: 10,23%

Comentários da ApexBrasil:

“A meta de crescimento de 30% a cada ano, demonstrou-se desafiadora, dado o contexto externo das mudanças de comportamento dos usuários e da saturação de informação nas redes. Adicionalmente, durante o processo de revisão do Plano Estratégico 2020-2023, realizado em novembro de 2021, observou-se que agências congêneres possuem bases de clientes semelhantes à base da Agência. Na pesquisa, realizada em outubro de 2021 pela ApexBrasil, as bases de seguidores das agências Business France, ICEX España Exportación e Inversiones e Australian Trade and Investment Commission (Austrade) eram de 122.884, 156.895 e 132.697, respectivamente. Ou seja, em média 137.500 seguidores, número muito próximo à base de seguidores da ApexBrasil, que em junho de 2021 era de 133.936 seguidores.

Diante desse resultado, partiu-se para uma estratégia de investimentos mais pontuais e assertivos visando não apenas incrementar a base, como também engajar os seguidores. Com isso, foi possível identificar outros ganhos muito promissores, como o aumento na taxa de engajamento nas redes sociais da Agência, que teve um crescimento de 87,9%, passando de 10,39 em janeiro para 19,52 em dezembro. Essa taxa é expressa pela razão entre o número de interações pelo número de impressões dos posts, sendo também relevante, uma vez que a taxa representa o nível de interação dos usuários alcançados pela postagem, que inclui as reações, compartilhamentos, comentários, cliques, entre outros. Contudo, tal indicador ainda carece de um acompanhamento maior para que se torne uma meta estratégica da Agência”.

Avaliação da CAA: O crescimento aquém da meta parece refletir a dificuldade da Agência de expandir, de forma acentuada, a base de seguidores já engajada em seus canais nas redes sociais. Levando-se em consideração, entretanto, a constatação de que a base de seguidores da ApexBrasil equipara-se à de suas homólogas em economias de porte semelhante à do Brasil, o desempenho observado parece satisfatório.

Como salientado nos comentários da Agência, havendo considerado não ser o crescimento de 30% ao ano compatível com os esforços por ela envidados, a ApexBrasil propôs modificar o indicador, de percentual para número absoluto, sendo o quantitativo de seguidores sugerido compatível com o de instituições congêneres. Para a Agência, a alteração possibilitaria monitorar mais adequadamente os efeitos do programa de posicionamento do agronegócio, especialmente o Programa de Acesso a Mercado do Agronegócio (PAM-Agro).

A proposta de modificação no indicador, em conjunto com as demais alterações ao Plano Estratégico da ApexBrasil para o período 2020-2023, foi aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021).

Indicador 2 (OE 2) - Número de empresas atendidas em inteligência de mercado (busca medir a quantidade de empresas beneficiadas pelas informações relacionadas a oportunidades e riscos de mercado geradas pela Agência).

Meta para 2021: 4.408

Resultado alcançado: 4.905

Comentários da ApexBrasil:

“Os resultados alcançados em 2021 foram muito positivos, potencializados pela disponibilidade de soluções digitais que permitiram escalar o atendimento. Com isso, a ApexBrasil se mantém como fonte permanente de informações para apoiar decisões estratégicas de empresários, instituições parceiras, formuladores de políticas públicas e investidores estrangeiros.

No total, foram atendidas 4.905 empresas com o portfólio de inteligência, resultado 2,3% maior que em 2020. 51% delas são micro e pequenas, o que reforça a importância do conhecimento dos mercados internacionais para empresas de menor porte. Foram atendidas também 945 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”.

Avaliação da CAA: a CAA cumprimenta a ApexBrasil pelo desempenho apresentado em 2021, que superou a meta estabelecida, refletindo interesse crescente do setor privado por seus produtos de inteligência. Em virtude do “atendimento escalável” obtido por meio da internet e diversas ferramentas online, a Agência sugeriu revisão da meta de crescimento, sendo a proposta de modificação no indicador, em conjunto com as demais alterações ao Plano Estratégico da ApexBrasil para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021).

Indicador 3 (OE 3) - Percentual de novas empresas atendidas no portfólio de qualificação (capacitadas a atuar nos mercados internacionais).

Meta para 2021: 44%

Resultado alcançado: 40,9%

Comentários da ApexBrasil:

“Com o objetivo de capacitar as empresas brasileiras para atuar no comércio internacional, as ações digitais de qualificação, implantadas em 2020, foram incorporadas ao portfólio de produtos da Agência por se mostrarem eficientes na preparação dos empresários e para reduzir o custo de atendimento e ampliar a base de empresas atendidas. Os programas de qualificação e ganho de competitividade atenderam 6.647 empresas em 2021, resultado 13,2% superior ao atingido em 2020. Dessas, 2.721 foram novas clientes, ou seja, não possuíam registro de atendimento nos últimos 3 anos. Apesar do resultado um pouco abaixo da expectativa projetada, é um crescimento expressivo considerando o cenário pandêmico que persistiu ao longo de 2021 e as incertezas que ainda perduram no cenário econômico. A ApexBrasil segue apoiando majoritariamente as micro e pequenas empresas, que corresponderam a 57% do resultado da Agência”.

Avaliação da CAA: os resultados apresentados pela ApexBrasil, embora ligeiramente inferiores à meta estabelecida, condisseram com o cenário pandêmico observado no decorrer do ano. A CAA, recordando a importância do papel desempenhado pela Agência na promoção da cultura exportadora no Brasil, notadamente através do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), encarecer à ApexBrasil especial ênfase na consecução do Objetivo Estratégico 3. A esse respeito, observe-se haver a Agência sugerido revisão deste indicador (além da inclusão de outros novos referentes ao mesmo objetivo), sendo a proposta, em conjunto com as demais alterações ao Plano Estratégico da ApexBrasil para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021).

Indicador 4 (OE 3) - Percentual de empresas qualificadas incorporadas ao portfólio de promoção

de negócios e de internacionalização (mede a quantidade de empresas que receberam qualificação e foram incorporadas a alguma ação de promoção de negócios, de internacionalização ou de atração de investimentos realizada no exercício).

Meta para 2021: 18%

Resultado alcançado: 11,2%

Comentários da ApexBrasil:

“As iniciativas que visavam ampliar a utilização, pelas empresas qualificadas, dos produtos de promoção, de internacionalização e de investimentos da ApexBrasil seguiram sendo impactadas pelas restrições de mobilidade e de entrada em outros países durante boa parte do ano de 2021. Ao longo do ano passado, 1.394 empresas qualificadas no triênio anterior participaram de ações do portfólio de promoção de negócios ou do portfólio de internacionalização. Embora o resultado tenha ficado abaixo do esperado para o período, em números absolutos a Agência manteve-se em patamares semelhantes aos apresentados em 2020”.

Avaliação da CAA: os desafios representados pela pandemia justificam, em princípio, o desempenho da Agência neste indicador, com resultados inferiores à meta estabelecida. A ApexBrasil sugeriu a exclusão do indicador, sendo a proposta, em conjunto com as demais alterações ao Plano Estratégico da Agência para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021).

Indicador 5 (OE 4) - Percentual de empresas exportadoras brasileiras apoiadas pela ApexBrasil (quantidade de empresas exportadoras brasileiras incluídas no portfólio de clientes da Agência).

Meta para 2021: 21%

Resultado alcançado: 12,9%

Comentários da ApexBrasil:

“Mesmo com o retorno gradual das ações presenciais ao longo do segundo semestre de 2021, e apesar dos esforços da Agência na digitalização do portfólio de produtos e serviços, grande parte das ações de promoção comercial internacional apresenta melhores resultados quando há o contato direto com potenciais compradores, consumidores finais, distribuidores e formadores de opinião, contatos esses que seguiram impactados em decorrência da instabilidade das medidas restritivas.

Ao longo do ano, foram apoiadas 14.741 empresas em 150 projetos de qualificação, promoção de negócios, internacionalização e atração de investimentos. Do total de apoiadas, 3.660 são exportadoras, em um universo de 28.147 exportadoras brasileiras.

Ou seja, um crescimento de 1,8% no total de apoiadas em relação a 2020, com a execução de projetos 15,4% superior ao ano anterior e com as exportações das empresas apoiadas em US\$ 105,2 bilhões, um crescimento de 27% se comparado à performance do ano anterior. Esses números demonstram recuperação consistente, tanto na capacidade de operação da ApexBrasil, por meio de seus projetos, quanto nas exportações das empresas que deles participam”.

Avaliação da CAA: embora, devido à persistência do cenário pandêmico, sejam razoáveis as justificativas apresentadas pela Agência para o desempenho inferior ao previsto, a busca por aprimorar a performance neste indicador deve demandar especial atenção da ApexBrasil, por refletir o objetivo precípua para sua existência. Observe-se que, na revisão do Plano Estratégico

para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021), a Agência incluiu a alteração do indicador, do percentual para o número absoluto de empresas apoiadas.

Indicador 6 (OE 4) - Número de aberturas ou planos de abertura de novas operações no exterior (busca monitorar o impacto do apoio oferecido pela Agência por meio de anúncios feitos por empresas apoiadas).

Meta para 2021: 13

Resultado alcançado: 18

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021, dezoito empresas brasileiras apoiadas pela ApexBrasil anunciaram plano ou abertura de operação no exterior. As empresas receberam suporte para sua expansão internacional por meio de três principais programas:

- *Programa de Expansão Internacional;*
- *Programa de Internacionalização de Startups; e*
- *Programa e-Xport”.*

Avaliação da CAA: mesmo em meio aos desafios representados pela pandemia, o desempenho da Agência foi superior ao esperado. Sugere-se, para o próximo relatório, discriminação do número de startups apoiadas por cada programa. A CAA cumprimenta a ApexBrasil pelos resultados alcançados e recomenda que se busque meta mais ambiciosa para os próximos anos.

Indicador 7 (OE 5) - Número de projetos de investimentos facilitados (busca monitorar o impacto do apoio fornecido pela Agência a investidores estrangeiros em suas decisões de investimentos por meio do número de projetos anunciados).

Meta para 2021: 24

Resultado alcançado: 35

Comentários da ApexBrasil:

“Mesmo diante do cenário desafiador em 2021, a ApexBrasil seguiu com sua agenda de atração de investimento estrangeiro, atuando fortemente no formato digital, e à medida que as restrições foram sendo removidas, foram retomadas também ações presenciais, que refletiram no aumento expressivo do número de Atendimentos a Investidores Qualificados (NAIQ) e, conseqüentemente, em Projetos de Investimentos Facilitados (NPIF) no segundo semestre. Foram realizadas 52 ações on-line e presenciais em países como Estados Unidos, Emirados Árabes, Portugal e Reino Unido, entre outros.

Ao longo do ano, a Agência atuou na facilitação de 35 Projetos de Investimentos, com anúncios de aproximadamente US\$ 13,8 bilhões”.

Avaliação da CAA: a CAA cumprimenta a ApexBrasil pelos bons resultados apresentados, com a superação da meta. Dada a ênfase conferida pelo Governo brasileiro e, em especial, pelo Itamaraty, à atração de investimentos estrangeiros diretos, sugere-se a adoção de meta mais ambiciosa para os próximos anos.

Indicador 8 (OE 5) - Número de atendimentos a investidores qualificados (busca medir o esforço de promoção e facilitação de investimentos estrangeiros diretos em setores prioritários).

Meta para 2021: 130

Resultado alcançado: 179

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021, a ApexBrasil atendeu 179 empresas e investidores estrangeiros (NAIQ), por meio de ações e projetos realizados ao decorrer do ano nos formatos on-line, híbrido e presencial. Para a concretização de tal resultado, a Agência realizou 52 iniciativas, além dos atendimentos individuais. Dentre as principais atividades, podemos citar o Invest in Brasil Forum, que reuniu um público qualificado em Dubai com cerca de 720 pessoas, o projeto ScaleUp in Brazil que acelerou 10 empresas israelenses no Brasil, o webinar para explorar as oportunidades e ambiente de negócios do país acerca da Transmissão de Energia Elétrica no Brasil, que reuniu 200 participantes, e o projeto StartOut Brasil que desenvolveu um Demo-day com mais de 200 participantes e uma rodada de investimentos com investidores portugueses de Venture Capital. Não obstante, mesmo com as adversidades no contexto da pandemia, o Brasil Investment Forum (BIF) 2021, principal evento de investimentos da Agência, foi realizado com sucesso. A edição, em formato 100% digital, contou com 6.351 inscrições, das quais 1.609 provenientes de 102 países diferentes, onde foram apresentados 60 projetos de investimentos durante o evento e que geraram uma expectativa de anúncios de cerca de US\$50 bilhões nos próximos dois anos”.

Avaliação da CAA: a CAA cumprimenta a ApexBrasil pelo desempenho alcançado neste indicador e, tendo em vista o contexto pandêmico, pela realização do BIF em formato digital. Considerando-se os bons resultados obtidos e a ênfase conferida pelo Governo brasileiro à atração de investimentos estrangeiros diretos, sugere-se a adoção de metas mais ambiciosas para os próximos anos.

Indicador 9 (OE 6) - Representatividade da ApexBrasil no Congresso Nacional (mede o número de iniciativas da Agência junto ao Poder Legislativo).

Meta para 2021: 48

Resultado alcançado: 36

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021, a ApexBrasil seguiu atuando na busca por parcerias com órgãos competentes nas áreas de interesse da Agência. Apesar do retorno gradativo das atividades presenciais ao longo de 2021, as ações junto ao Congresso Nacional foram impactadas, visto que as agendas parlamentares tiveram seu foco voltado ao tema da Covid-19, reduzindo assim a atenção aos temas de interesse da Agência.

Ainda assim, a Agência realizou o acompanhamento remoto das pautas relativas ao ecossistema de comércio exterior, além da exitosa sensibilização de parlamentares e autoridades para participarem das principais ações promocionais internacionais, a exemplo da Expo 2020 Dubai e da Milipol Paris 2021, onde os convidados puderam conhecer, com mais detalhes, o trabalho de promoção internacional do Brasil e de atração de investimentos realizado pela Agência, além de interagir com nossos clientes, conhecer o apoio oferecido e planejar novas ações.

Nesse sentido, a Agência investiu no fortalecimento das relações institucionais com outros parceiros estratégicos”.

Avaliação da CAA: não restou claro para a CAA a definição do que seriam as ações contempladas neste indicador, cujo resultado se revelou insuficiente, tampouco o que seria a

“representatividade” buscada pela Agência junto ao Congresso Nacional. Por esse motivo, parece salutar a decisão da ApexBrasil de alterar o indicador referente ao Objetivo Estratégico 6, que passou a incluir ações relacionadas a outras instituições, buscando refletir de forma mais adequada o intuito de atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais, conforme estabelecido na revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021).

Indicador 10 (OE 9) - Quantidade média de horas de capacitação por colaborador (pretende medir a capacidade da Agência de desenvolver seus recursos humanos).

Meta para 2021: 40h/funcionário

Resultado alcançado: 82h/funcionário

Comentários da ApexBrasil:

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

Avaliação da CAA: a CAA registra, com satisfação, a superação da meta estipulada para 2021. Sugere-se elevação da meta para os próximos anos, o que consolidaria a expectativa de que os funcionários da Agência se dediquem de forma intensa às atividades de capacitação.

Indicador 11 (OE 11) - Percentual de execução do PDTIC (mede a quantidade de projetos concluídos no âmbito do Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação frente ao total previsto).

Meta para 2021: 77,25%

Resultado alcançado: 63,6%

Comentários da ApexBrasil:

“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. O planejamento inicial previa a conclusão de 27 projetos em 2021. Durante a 2ª Reunião Ordinária do CGTIC, ocorrida no mês de agosto, a lista de projetos priorizados foi revisada, com a definição de 22 projetos com entrega prevista em 2021, onde 14 foram concluídos e 8 ainda estão em execução.

O resultado abaixo do esperado foi impactado também pelo incidente de segurança ocorrido em novembro de 2021, que direcionou todos os esforços, não só da GTIC, como de toda a Agência, na resposta a um ataque cibernético. Mesmo com o sucesso na recuperação dos ambientes em um curto espaço de tempo, esse incidente gerou impacto na entrega dos projetos previstos e reduziu o indicador de execução do PDTIC”.

Avaliação da CAA: a CAA espera que a Agência adote medidas para sanar, nos próximos exercícios,

o desempenho levemente insatisfatório observado neste indicador em 2021.

Indicador 12 (OE 12) - Taxa de crescimento da receita gerada com produtos e serviços (busca medir a ampliação das receitas geradas pela própria Agência).

Meta para 2021: 35%

Resultado alcançado: 431,84%

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021, a captação de receitas próprias foi no total de R\$ 7,9 milhões, decorrente principalmente da arrecadação com Feiras e Eventos (R\$ 4,6 milhões), dos serviços prestados pelos Escritórios da ApexBrasil no exterior (R\$ 1,9 milhões), da receita do Pavilhão do Brasil na Expo 2020 Dubai (R\$ 737 mil) e da captação com Patrocínios (R\$ 640 mil).

O resultado desse indicador em 431,84%, ante à meta de 35%, no entanto, se deve não apenas ao bom resultado da arrecadação de receitas próprias em 2021, mas também ao resultado de 2020, no total de R\$ 1,48 milhões, no qual ocorreu a devolução de receitas no início da pandemia de Covid-19, com cancelamentos de eventos”.

Avaliação da CAA: o resultado obtido reflete valor deturpado, por ter a meta, como base de cálculo, a receita prejudicada que havia sido obtida no ano de eclosão da pandemia. Nota-se, entretanto, com satisfação, o montante relativamente elevado obtido com receitas próprias da Agência em 2021. Na revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021), a ApexBrasil sugeriu a revisão do indicador, tendo em vista a projeção de receitas para os anos de 2022 e 2023.

Indicador 13 (OE 12) - Índice de sustentabilidade das receitas próprias da ApexBrasil (em relação às despesas administrativas de custeio da Agência).

Meta para 2021: 22%

Resultado alcançado: 27,14%

Comentários da ApexBrasil:

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

Em 2021, a captação de receitas próprias foi no montante de R\$ 7,9 milhões, enquanto as despesas administrativas de custeio tiveram a execução de R\$ 29,1 milhões, resultando em um atingimento de 27,14% do indicador, acima da meta de 22% estabelecida na 2ª revisão do Plano Estratégico 2020-2023, realizada em novembro de 2021”.

Avaliação da CAA: a CAA cumprimenta a ApexBrasil pelo desempenho alcançado no indicador e, por julgar necessário ampliar a capacidade da Agência de sustentar gastos administrativos com receitas próprias, considera cabível o ajuste realizado na revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021), que elevou o índice para 30%, em 2022, e 33%, em 2023.

Indicador 14 (OE 12) - Percentual do teto de custeio administrativo (relação entre as despesas de custeio administrativo e o total da receita corrente líquida - pretende medir a capacidade da Agência

em reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável).

Meta para 2021: 9%

Resultado alcançado: 4,86%

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021, a execução das despesas de custeio administrativo foi de R\$ 29,1 milhões e a da Receita Corrente Líquida de R\$ 599 milhões, resultando em um atingimento de 4,86%.

Uma vez que a meta se revela como um teto de gastos, o resultado para o indicador em 2021, ante o teto de 9%, representa o esforço de monitoramento e controle eficiente dos recursos administrativos.

Também contribuiu para esse atingimento a alta arrecadação de Receita Corrente Líquida, que superou em 14% o valor orçado para 2021, com um aumento das receitas de CSO, Financeira e de Serviços, o que reduz o índice na medida em que a disponibilidade é aumentada”.

Avaliação da CAA: a CAA felicita a ApexBrasil pelo bom resultado alcançado neste indicador.

Indicador 15 (OE 12) - Percentual do teto de despesas de pessoal (relação entre as despesas com pessoal e o total da receita corrente líquida).

Meta para 2021: 25%

Resultado alcançado: 20,91%

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021, as despesas de custeio de pessoal totalizaram R\$ 125 milhões, enquanto a Receita Corrente Líquida executou o total de R\$ 599 milhões, resultando em um índice de 20,91%.

O indicador está relacionado com o teto de gastos com a força de trabalho da Agência, o 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.

Também contribui para esse atingimento a arrecadação de Receita Corrente Líquida anual acima do orçamento previsto”.

Avaliação da CAA: a CAA felicita a ApexBrasil pelo bom resultado alcançado neste indicador.

2.2. Metas qualitativas (“Metas-Projeto”)

Sumariza-se e comenta-se, a seguir, o desempenho da ApexBrasil referente às metas *qualitativas* para o ano de 2021, sendo a seguinte a correlação entre os objetivos estratégicos e as metas-projeto:

OE 1 - Reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios e divulgar oportunidades comerciais no País e no exterior - metas-projeto 1 e 2;

OE 2 - Gerar inteligência para empresas sobre oportunidades e riscos de mercado – meta-projeto 3;

OE 3 - Ampliar a qualificação das empresas brasileiras e sua competitividade para o mercado internacional - metas-projeto 4 e 5;

OE 6 - Atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais – metas-projeto 6 e 7;

OE 7 - Aprimorar o atendimento ao cliente e a sua jornada, de acordo com a sua maturidade, setor e mercado de atuação - metas-projeto 8 e 9;

OE 8 - Realizar a transformação digital e consolidar a cultura de inovação - metas-projeto 10 e 11;

OE 9 - Desenvolver colaboradores e líderes e assegurar um ambiente de trabalho justo e de confiança - meta-projeto 12;

OE 10 - Evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em Governança e Compliance - metas-projeto 13 e 14; e

OE 11 - Prover e aprimorar soluções em TIC, em atendimento às necessidades do negócio e da gestão - meta-projeto 15.

Meta 1 (OE 1) - Reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Definir o formato das ações, incluindo o *Briefing*, a proposta, a realização e o *recall*;
- Efetuar melhorias na estratégia de marketing, comunicação e CRC; e
- Executar e validar com os projetos da agência todas as ações realizadas em 2020.

Comentários da ApexBrasil:

“No processo de implementação da estratégia de Marketing, foi apresentado o novo branding da ApexBrasil, cuja meta é a transmissão dos valores da Agência em um novo conceito gráfico: o “sem limites”. A nova marca reforça a troca infinita e fluida, apresentando o Brasil para o mundo, visando ao fortalecimento da sua percepção enquanto parceiro de negócios.

A nova marca e os novos elementos do branding já foram implementados nos materiais da Agência, como nos crachás, sites, placas, sinalização e decoração. Ainda em 2021 a nova marca foi divulgada entre as entidades parceiras, com orientações para sua implementação nos stands e materiais de comunicação previstos para 2022.

Em 2021 foi lançado o segundo ciclo do Programa de Imagem e Acesso a Mercados do Agronegócio (PAM Agro), que conta com a adesão de 15 entidades setoriais ligadas ao agronegócio e com o apoio do Ministério das Relações Exteriores (MRE) e do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O programa, com dois anos de duração, tem como objetivo promover a

imagem do agronegócio brasileiro no cenário global, por meio de estratégia de comunicação e ações promocionais em mercados de interesse.

Ainda nos esforços de comunicação para reforço da imagem do agronegócio brasileiro, meio-ambiente e ações de sustentabilidade do país, foi realizada uma campanha publicitária, incluindo veículos locais e mídia digital, no contexto da 26ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas – COP26, ocorrida em Glasgow. Entre as peças da campanha, cases de setores apoiados (etanol, cerâmica e energias eólica e solar) foram veiculados também em hotsite específico para a ação.

Com o mesmo intuito, a ApexBrasil participou ativamente e investiu em diversos eventos nacionais e internacionais, explorando-os como plataformas de comunicação com o mercado internacional: desenvolvimento e execução de estratégia de comunicação (on-line e off-line) para as feiras Gulfood 2021 e SIAL 2021, realização do primeiro AgriTalks Brazil/Índia com foco em cooperação tecnológica e inovação no agronegócio e food security, seguido da edição Estados Unidos, em parceria com veículo especializado do setor.

O instrumento do patrocínio foi usado estrategicamente, como forma de ampliar a visibilidade da marca ApexBrasil e também para comunicar os atributos positivos do Brasil a públicos internacionais. A Agência apoiou eventos nacionais e internacionais como o Encontro Nacional de Comércio Exterior (ENAE), Encontro Nacional de Comércio Exterior de Serviços (ENASERV), Forum Brazil Affairs, Global Halal Brazil Business Forum 2021, Congresso Brasileiro do Agronegócio realizado pela Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), FITS Agro (Fórum Global de Tecnologia em Sustentabilidade), IJLatam (evento de grande expressão de investimentos, em Nova Iorque) e o Seminário Agronegócio Sustentável no Brasil e a Mostra da Economia Criativa da Amazônia, em Lisboa.

Além dos patrocínios, foram contratados espaços de mídia em importantes eventos como a Gulfood 2021, em Dubai; China International Import Expo (CIIE) e ProWine, em Xangai; ANUGA, em Hannover; Offshore Technology Conference (OTC) Óleo e Gás, em Houston; e Fuorisaloni, em Milão. Ainda em 2021, foi finalizado o projeto e a contratação de fornecedor para a execução de pesquisa de imagem-país com foco em negócios, como parte da construção de uma estratégia de posicionamento internacional, que orientará a Agência nas ações e estratégias a partir de 2022.

A ApexBrasil reforçou também suas frentes de Public Relations (PRs) em mercados prioritários, com suporte de agências especializadas locais. O fornecedor contratado com foco no mercado europeu (Hill+Knowlton) possibilitou a publicação de 45 matérias na mídia, cobrindo diversos países da região e atingindo aproximadamente 17,4 milhões de pessoas. Sobre a participação da Agência na Expo 2020 Dubai, no período de outubro a dezembro o Pavilhão Brasil foi mencionado em 620 matérias, atingindo cerca de 47 milhões de pessoas”.

Avaliação da CAA: embora as iniciativas descritas nos comentários da Agência sejam relevantes e a CAA considere importante conhecê-las, para fins de avaliação de desempenho a meta-projeto em apreço é demasiadamente imprecisa. Nesse sentido, parece salutar sua substituição por novo indicador referente ao OE 1, referente ao número de ações de imagem realizadas pela ApexBrasil, conforme a revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de

novembro de 2021).

Nesse sentido, seria importante poder comparar o quanto avançou a segunda edição do PAM Agro em relação à primeira (em número de entidades envolvidas, de orçamento disponível e estratégia traçada), além de tomar conhecimento de lista de ações previstas para a edição corrente, como a quantidade de treinamentos dos participantes, o número de *press-trips*, de entrevistas coletivas, entre outros eventos previstos.

Igualmente, seria desejável dispor de informações mais detalhadas sobre a evolução anual do seminário AgriTalks, citando a variação no número de edições realizadas entre 2020 e 2021, a listagem dos países em que foram organizados e o número de palestrantes envolvidos, com discriminação por setores e por origem (brasileiros e estrangeiros). Idealmente, citar os principais temas abordados no conjunto de eventos ao longo do ano.

Meta 2 (OE 1) - Liderar a Participação brasileira em Exposições Universais.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Finalização da construção dos interiores do Pavilhão até agosto
- Pavilhão em plenas condições para a realização de testes em setembro e para início de operações em outubro
- Execução da programação construída com parceiros ao longo do evento
- Realização da programação do Dia do Brasil e do Fórum de Investimentos em novembro.

Comentários da ApexBrasil:

“Com a postergação da Expo 2020 Dubai para o ano de 2021, em decorrência da situação pandêmica vivenciada em todo o mundo, a Agência revisou todo seu planejamento e contratações para que o calendário de construção do pavilhão, as ações de parceiros e as operações comerciais não fossem prejudicados.

O Pavilhão Brasil foi inaugurado dentro do prazo previsto, dia 1º de outubro, e finalizou o mês de dezembro com um total de 869.000 visitantes. Apesar de este relatório cobrir o ano de 2021, pede-se licença, aqui, para antecipar a informação de que, nos primeiros dias do ano de 2022, o Pavilhão alcançou a marca de 1 milhão de visitantes. Voltando ao ano de 2021, foram realizados 17 projetos de promoção utilizando o Pavilhão como plataforma e envolvendo os seguintes parceiros: Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (EMBRATUR); União da Indústria de Cana-de-Açúcar (UNICA); Ministério do Meio Ambiente (MMA); Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal; Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC); Invest Paraná; Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI); Invest São Paulo; Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados); Fundação de Educação Tecnológica e Cultural da Paraíba (FUNETEC); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Embraer S.A.; Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG); JBS S.A., Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH); BRF S.A.; e Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz).

Expo 2020 Dubai

Entre os dias 09 e 15 de novembro foi realizada a Semana do Brasil, com a comemoração do Dia

do Brasil em 15/11. Também em novembro, nos dias 15 e 16, foi realizado o Invest in Brasil Forum no âmbito da Expo Dubai, que contou com a presença de diversas autoridades como o Presidente da República, Jair Bolsonaro; os Ministros de Estado da Economia, das Minas e Energia, da Infraestrutura, da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, e do Turismo, além de representantes da Câmara de Comércio Árabe-Brasileira (CCAB), Confederação Nacional da Indústria (CNI), Dubai Chamber of Commerce and Industry (CCI), DP World, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), New Development Bank (NDB), autoridades e empresários brasileiros e emiráticos.

A excelência da ApexBrasil ao coordenar a presença brasileira nas últimas Exposições Universais foi reconhecida ao ser designada como Autoridade Nacional uma vez mais, com a missão de representar e organizar a participação brasileira na Expo Osaka 2025, confirmando a qualidade do trabalho desempenhado pela Agência na condução de exposições universais e divulgando a imagem do Brasil no exterior. Ainda em 2021, as primeiras decisões e providências referentes à Expo Osaka 2025 já ocorreram, em estreito alinhamento com o Ministério das Relações Exteriores e os organizadores do evento”.

Avaliação da CAA: a CAA felicita a ApexBrasil pelo êxito na organização do Pavilhão do Brasil na Expo Dubai 2020 e por sua designação como Autoridade Nacional brasileira para a Expo Osaka 2025.

Meta 3 (OE 2) - Construir metodologia sólida de avaliação de satisfação dos produtos de inteligência de mercado da ApexBrasil.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Implantação da metodologia proposta de avaliação em no mínimo 80% dos produtos finalísticos de inteligência;
- Obter adesão mínima de 10% das empresas atendidas como respondentes das pesquisas; e
- Avaliar a aplicação de pesos em relação à complexidade e à abrangência dos produtos para o cálculo do NPS Score Global.

Comentários da ApexBrasi:

“Em 2021, a metodologia Net Promoter Score (NPS) foi consolidada na aferição da satisfação dos clientes com os produtos de inteligência de mercado oferecidos pela ApexBrasil. 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. 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 relativa aos produtos de inteligência da ApexBrasil já está implementada, cobrindo 89,4% do portfólio, a saber: Estudos de oportunidades de mercado, Estudos de acesso a mercado, Mapas 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. Apenas atendimentos diretos e podcasts são entregas finalísticas de inteligência sem mensuração NPS.

As pesquisas alcançaram um percentual de respondentes de mais de 19%, o que corresponde a uma amostragem significativa para aferição da qualidade. Das 4.905 empresas atendidas em inteligência, 950 responderam as pesquisas. A metodologia prevê um percentual mínimo de 10% de respondentes.

A média dos produtos encontra-se atualmente dentro da Zona de Qualidade, com NPS 73 de satisfação, sendo que categorias como Webinars e Priorizações têm alto reconhecimento pelas empresas. A expectativa é que em 2022 a Agência possa evoluir para a Zona de Excelência nos demais produtos de inteligência.

Foram conduzidas análises quanto à aplicação de pesos em relação à complexidade e à abrangência dos produtos para o cálculo do NPS Score Global. Nota-se que produtos em que existe maior interação entre os analistas da Agência e as empresas têm avaliação mais positiva. Nessas ocasiões existem melhores oportunidades para o detalhamento e o aprofundamento das informações e dos resultados para as empresas. Produtos “de prateleira” on-line alcançam avaliações menos favoráveis, mas ainda assim apresentam resultados na Zona de Qualidade.

Concluiu-se que a ideia previamente aventada de atribuir pesos diferentes para determinado produto, conforme sua representatividade dentro das atividades totais das áreas de inteligência da ApexBrasil, não se sustenta. Os produtos que recebem mais respostas aos questionários são aqueles que alcançam uma quantidade maior de clientes, e essa distribuição é a mais relevante para os resultados gerenciais”.

Avaliação da CAA: a CAA considera satisfatório o desempenho da ApexBrasil na implementação desta meta.

Meta 4 (OE 3) - Estruturar o programa de *e-commerce*, abrangendo ações de sensibilização, mentoria e de promoção comercial.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Realização de Missões Internacionais de *e-commerce* para mercados prioritários;
- Estruturação de mentorias internacionais para diagnóstico e construção de estratégia de *e-commerce* internacional; e
- Realização de ações de sensibilização e capacitação em *e-commerce*.

Comentários da ApexBrasil:

“Mesmo com a impossibilidade de realização das missões presenciais previstas, devido às restrições de deslocamento, a ApexBrasil seguiu adiante em sua estratégia para o e-commerce, firmando importantes parcerias com plataformas internacionais para o comércio eletrônico.

O programa e-Xport desenvolveu as acelerações em plataformas de e-commerce internacional, um

novo projeto totalmente on-line, em parceria com a Amazon, RangeMe e Alibaba.com, com foco nos Estados Unidos e China, mercados prioritários do Programa.

Em 2021, as acelerações atenderam 118 empresas, selecionadas com base num diagnóstico de prontidão para o e-commerce e com foco em empresas que já exportavam para o país-alvo e/ou que já possuíam experiência em e-commerce. A metodologia das acelerações envolveu uma etapa de capacitação das empresas selecionadas, realizada pela ApexBrasil e a plataforma parceira, e uma segunda etapa de inserção na plataforma, com suporte técnico de equipe da instituição parceira e, em alguns casos, subsídio para pagamento da anuidade da plataforma.

No contexto de soluções de mentoria e capacitação, o programa e-Xport atendeu 482 empresas, sendo esse um eixo prioritário para o programa, visto que a falta de preparação e conhecimento foi identificada como um dos gargalos para a inserção das empresas brasileiras em plataformas de e-commerce internacional.

Destaque para as seguintes ações em 2021:

- Mentorias nas acelerações em plataformas de e-commerce (Amazon, RangeMe, Alibaba.com), com a preparação das empresas brasileiras antes de ingressarem nas plataformas e mentoria/gerenciamento de conta na plataforma por período determinado;*
- Curso de Marketing Internacional com foco em e-commerce, com 2 turmas ministradas pela ESPM e um total de 60 participantes;*
- Oficina de competitividade em e-commerce: curso introdutório sobre e-commerce, realizado pela Fundação Vanzolini, com 26 empresas participantes;*

No contexto da parceria entre ApexBrasil e Prosperity Fund, pelo projeto Global Trade Hub (GTH), o Programa e-Xport desenvolveu um diagnóstico de prontidão para o e-commerce internacional, que reúne questões que avaliam a experiência da empresa em exportações, sua preparação digital, perfil da equipe, preparação para requisitos regulatórios para o e-commerce, entre outros. O diagnóstico já é utilizado para auxiliar na seleção de empresas nas acelerações em plataformas de e-commerce internacional e será automatizado em 2022, no site da ApexBrasil.

Destaque também para a Semana do E-commerce Internacional (e-Xport Meeting), em sua 3ª edição, realizada em setembro de 2021 de forma on-line, que contou com 27 palestras, 42 panelistas, 19 horas de transmissão e 9 oficinas. Foram 325 empresas participantes e mais de 1.000 inscritos, além de mais de 1.000 acessos no Zoom. O evento contou com a participação de grandes players como Amazon, Google, JD Worldwide, Alibaba, LinkedIn, DHL, entre outros, reforçando o posicionamento da Agência como ator protagonista na promoção do e-commerce internacional no Brasil. Durante o evento, a ApexBrasil e a Amazon assinaram um Memorando de Entendimento que deu início ao programa de aceleração em e-commerce realizado conjuntamente entre as instituições”.

Avaliação da CAA: a CAA agradece a descrição das iniciativas mantidas pela ApexBrasil relacionadas ao e-commerce. Devido à crescente relevância do tema, contudo, a Comissão considera importante a inclusão, em relatórios futuros, de indicador quantitativo que permita aferir os progressos obtidos pela Agência nessa área, o que foi previsto na revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021), por meio da criação do indicador “número de

empresas atendidas no programa *e-commerce*”.

Meta 5 (OE 3) - Estruturar o programa para Ensino de Comércio Exterior – ECEX.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Ofertar módulos de ensino da ApexBrasil em instituições parceiras;
- Desenvolver programa acadêmico de ECEX (conteúdos, projeto pedagógico, etc.);
- Realizar ciclo de debates com *Think tanks*, academia e governo;
- Formar a 1ª turma de especialistas para o corpo docente ECEX; e
- Desenvolver página da ECEX na plataforma da Agência.

Comentários da ApexBrasil:

“Ao longo de 2021, as diretrizes para o programa ECEX foram alteradas e essas mudanças refletidas na 2ª revisão do Planejamento Estratégico 2020-2023, com a exclusão da Meta Projeto.

O programa passará por um processo de revisão e reposicionamento das ações previstas, com a possibilidade de adoção de um modelo Think Tank dedicado à reflexão sobre promoção comercial e de investimentos, além da mudança no próprio nome do programa, que homenageará o Embaixador Paulo de Tarso Flecha de Lima.

Apesar das mudanças, houve evolução em importantes frentes de trabalho para a capacitação em temas relacionados ao ensino do comércio exterior, como a disponibilização do curso de Introdução à Promoção de Negócios Internacionais na plataforma da Escola Virtual.Gov (EV.G) da Escola Nacional de Administração Pública (ENAP), que recebeu mais de 1.500 inscrições em 2021 e emitiu 700 certificados, além da contratação da plataforma de aprendizagem Learning Management System (LMS).

Destaca-se também o desenvolvimento do Banco de Talentos, que permitirá o mapeamento e a formação de corpo docente para programa, contando inclusive com quadros da própria ApexBrasil”.

Avaliação da CAA: levando em consideração a revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021), a CAA acata os comentários formulados pela Agência. A Comissão agradecerá, em exercícios futuros, receber informações pormenorizadas referentes ao desenvolvimento do Instituto Embaixador Paulo Tarso Flecha de Lima.

Meta 6 (OE 6) - 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 ApexBrasil.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Estabelecer contato e iniciar parcerias consistentes com 100% dos *stakeholders* (conforme o

mapa de *stakeholders* definido em 2020);

- Implementar Agenda Única de Eventos, com parceiros internos da Agência e membros do CDA;
- Participar em, pelo menos um, Conselho Estratégico de stakeholder prioritário nacional;
- Realizar ações mensais de relacionamento com *stakeholders* prioritários;
- Concluir pelo menos um curso aderente à RIG, por semestre, por colaborador;
- Produzir relatórios periódicos com análise prospectiva e proposição de ações para a ApexBrasil, em coordenação com outras áreas.

Comentários da ApexBrasil:

“No âmbito do Programa de Parcerias com Stakeholders, destaque para as ações em parceria com a Agência de Desenvolvimento Sustentável do Corredor Centro-Norte (ADECON) na realização do Roadshow Integração e Desenvolvimento do Corredor Centro-Norte, bem como o acompanhamento de visitas de autoridades e parlamentares ao Pavilhão Brasil e a outros na Expo 2020 Dubai.

A Agência participou também de dois webinars que trataram de oportunidades na Índia, promovidos pelo Banco do Brasil. A parceria com o Banco facilitou o acesso a uma robusta carteira de clientes potenciais para os programas/serviços de promoção de exportações da ApexBrasil.

A ApexBrasil passou a integrar o Comitê Nacional de Iniciativas de Apoio a Startups, coordenado pelo Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTIC) e o Comitê de Líderes da Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI), coordenado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). A presença nestes foros de debate permitiu o intercâmbio de informações de interesse da Agência, bem como a prospecção de parcerias.

Alinhados à estratégia de atuação do Ministério das Relações Exteriores (MRE), foram realizados webinars de capacitação em ferramentas de inteligência e de e-commerce para empresas em parceria com as Trade Promotion Organizations (TPO) da Argentina, do Uruguai e do Paraguai, além de webinar com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) sobre o tema Processo de Acessão do Brasil àquela Organização.

Em relação às capacitações, por serem profissionais de uma área transversal da Agência, o leque de conhecimentos desejado para os colaboradores da Gerência de Relações Institucionais e Governamentais (GRIG) é igualmente vasto e transversal. Nesse sentido, a equipe realizou diversos cursos cujo conteúdo contribui para a formação, visão e desempenho esperados pela ApexBrasil para um profissional de RIG. Além da participação dos colaboradores nas Oficinas de Planejamento de Negócios 2022, com aproximadamente 40 horas de duração em sua totalidade, foram realizadas também capacitações em temas como Negociação e Influência, Análise de Política Externa, e Advocacy, entre outros. Cada colaborador realizou em média 100 horas de capacitações ao longo do ano de 2021.

Os desafios impostos pela pandemia relacionados à priorização de atividades junto aos parceiros internos da Agência e membros do Conselho Deliberativo da ApexBrasil dificultaram a implementação da Agenda Única de Eventos.

A Agência trabalhou ainda na produção de relatórios com análise prospectiva e na proposição de

ações para periódicos da casa como o Regulatory Report, informe mensal sobre mudanças regulatórias que impactam na atração de investimentos diretos ao Brasil”.

Avaliação da CAA: a CAA considera louváveis as atividades relatadas nos comentários da Agência. No entanto, dada a competência da ApexBrasil de executar políticas de promoção de exportações e investimentos em cooperação com o Poder Público e a expectativa de que o MRE supervisione efetivamente a promoção do comércio exterior, atuando em coordenação com os demais órgãos responsáveis por políticas governamentais referentes à matéria, a Comissão julga essencial conhecer detalhes relacionados à implementação das ações e resultados atinentes à meta projeto em apreço.

Meta 7 (OE 6) - Apoiar ações de alinhamento e integração ao Ministério das Relações Exteriores (MRE).

Ações e resultados esperados para 2021:

- Realizar intercâmbio (presencial ou a distância) de melhores práticas e conhecimentos técnicos de 30% dos SECOM priorizados em 2020;
- Elaborar e apresentar relatório mensal das ações realizadas, tendo como público-alvo o MRE;
- Ministrar módulo de ensino no Instituto Rio Branco, conforme meta de 2020;
- Produzir relatórios periódicos com análise prospectiva e proposição de ações para a ApexBrasil, em coordenação com outras áreas.

Comentários da ApexBrasil:

“Ao longo de 2021, a sinergia entre a ApexBrasil e o MRE na execução de ações de política comercial manteve a trajetória de consolidação. Foram 251 ações em 55 países.

Quanto à distribuição regional, em 2021 as ações integradas contemplaram uma maior diversidade de regiões, com iniciativas conjuntas também na Oceania e na América Central.

Ressalta-se que os formatos de parceria entre as instituições é diverso e, em muitos casos, bastante consolidado.

Pode ser no apoio à estruturação de uma ação, como na Missão México – Máquinas e Equipamentos, liderada pela ApexBrasil, na qual o SECOM apoiou na arregimentação de parceiros locais, realização de estudos de mercado, alinhamento com governo local, busca de fornecedores, entre outras atividades. Assim como na compra de cotas de patrocínio de feiras para garantir a presença de empresas brasileiras, como na missão à Gitex Future Stars com o SECOM de Abu Dhabi. O SECOM também foi um parceiro chave no cenário atual de eventos híbridos, como quando recepcionou as amostras das empresas brasileiras que participaram de forma remota no estande multissetorial brasileiro na feira Prodexpo 2021. Também contamos com a participação de representantes do Itamaraty em diversos eventos importantes, como nas feiras Gulfood (EAU), SIAL China, Prodexpo (Rússia), Foodex (Japão), ANUGA (Alemanha), entre tantas outras.

No mês de agosto a ApexBrasil conduziu, em alinhamento com o Ministério das Relações Exteriores

(MRE), o Planejamento de Negócios para 2022. Foram identificados mercados estratégicos para operação integrada das instituições. O exercício tratou das oportunidades em Colômbia, México, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, França, Alemanha, Rússia, África do Sul, Israel, Emirados Árabes Unidos, Índia, Indonésia, China e Japão, para a realização de ações de promoção comercial e de investimentos, a partir de 2022.

Na sequência da análise preliminar dos dados, foi realizada uma série de 15 oficinas visando compartilhar conhecimento e formular planos de atuação conjunta para 2022. As oficinas, realizadas em formato virtual, contaram com o aporte da experiência local dos Setores de Promoção Comercial (SECOMs) e Adidos Agrícolas (quando existente) das Embaixadas e Consulados do Brasil no Exterior, além da expertise de negócios dos Escritórios da Agência no exterior. Esses encontros reuniram um total de 298 participantes e proporcionaram a geração de novas ideias para a promoção de negócios, internacionalização de empresas e atração de investimentos.

Em parceria com o MRE e em atendimento ao programa de relações institucionais da Agência, foram convidados parlamentares para conhecer as atividades de promoção comercial da ApexBrasil na Anuga, maior feira de alimentos e bebidas do mundo, realizada em Colônia, na Alemanha. Após a feira, foi realizada uma agenda de trabalho junto ao SECOM de Berlim.

A Agência também levou uma comitiva para a Offshore Technology Conference (OTC) em Houston, maior evento de petróleo e gás do mundo, no qual a ApexBrasil lidera o pavilhão brasileiro. Os eventos propiciaram a promoção de exportações brasileiras e de oportunidades de investimentos no Brasil.

Apesar da intensificação da parceria entre a Agência e o Itamaraty, o contexto sanitário global e as consequentes restrições de deslocamento e realização de eventos dificultaram a execução de parte das atividades. Em particular, a pandemia dificultou a realização do intercâmbio de melhores práticas e conhecimentos técnicos com os SECOMs. Essa ação foi substituída por contatos ad hoc com os SECOMs da Índia, Nigéria, África do Sul e Coreia do Sul, para troca de informações pontuais. Além disso, foi possível perceber que o exercício de Planejamento 2022 cumpriu, em boa medida, o objetivo originalmente desenhado”.

Avaliação da CAA: observam-se, sem dúvida, esforços louváveis de aproximação institucional entre Itamaraty e ApexBrasil, que têm gerado resultados bastante positivos para o sistema brasileiro de promoção comercial e investimentos como um todo. A CAA espera que essa aproximação continue a se intensificar no decorrer dos próximos anos de vigência do contrato de gestão. Considerando-se os comentários da Agência, observa-se, contudo, a necessidade de formalização de instrumentos que contribuam para o aprofundamento desse exercício, como os relatórios mensais de ações realizadas e com análise prospectiva e proposição de ações. Sugere-se à ApexBrasil discriminar as ações voltadas à promoção comercial do empreendedorismo inovador, à atração de investimentos para o setor de tecnologia e à promoção do Brasil como país inovador realizadas em parceria com o Itamaraty no âmbito das ações do Programa de Diplomacia da Inovação.

Meta 8 (OE 7) - Estruturação da gestão do relacionamento com clientes no *Customer Relationship Management* – CRM.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Levantar dados e avaliar a utilização do CRM para proposição de melhorias no portfólio e na jornada dos clientes para adequação dos fluxos de atendimento.

Comentários da ApexBrasil:

“As ações estratégicas promovidas em 2021 no âmbito da gestão de relacionamento com os clientes da ApexBrasil foram direcionadas não apenas para o uso da ferramenta e aprimoramento do atendimento como também na implantação de demandas regulatórias relacionadas à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Em 2021, foi realizada a estruturação dos dados dos clientes no CRM, com o levantamento daqueles que trariam informações estratégicas sobre o cliente. Essa estruturação permitiu a elaboração de painéis que trazem as informações do CRM de forma on-line e estão disponíveis a todos os colaboradores da Agência, com visões que consolidam informações como: perfil de cliente, histórico de atendimento, interesses, participação em eventos com a Agência, feedbacks dos serviços, entre outros, direcionando as ações com foco nas necessidades do cliente ApexBrasil.

Nesse sentido, a reestruturação das pesquisas de satisfação padronizou campos como o Net Promoter Score (NPS) para sugestões, elogios e reclamações, obtendo em 2021 uma pontuação de 76,5, considerada dentro da Zona de Excelência.

Diversos fluxos de atendimento na plataforma de CRM foram aprimorados, como o de reclamações, que foi adaptado ao padrão de qualidade da ISO 9001:2015, o de atendimento do canal Fale Conosco, o de envio de pesquisas de satisfação, o da jornada de consentimento do cliente para dados pessoais, entre outros.

No atendimento à LGPD, as melhorias iniciadas em 2020 refletiram em bons resultados ao longo de 2021 na busca pelo consentimento para contato. Foi implementada a área de gestão de dados pessoais, possibilitando ao cliente acesso aos seus dados pessoais a qualquer tempo para realizar a atualização ou até mesmo a exclusão deles”.

Avaliação da CAA: os comentários da ApexBrasil denotam haver sido satisfatório o cumprimento das ações estabelecidas para 2021.

Meta 9 (OE 7) - Estruturação da Estratégia do Relacionamento com Clientes da ApexBrasil.

Ações e resultados esperados para 2021:

Implementar a estratégia de gestão de clientes e de vendas

- Contrato da empresa/parceiro para a construção da estratégia;
- Elaboração do Plano de Implementação da Estratégia;
- Disseminação do plano de estratégia de relacionamento com cliente;
- Elaboração do plano de implementação da Estratégia para 2022;
- Relatório de implantação do Plano 2021.

Comentários da ApexBrasil:

“Avanços significativos foram alcançados na estruturação da Estratégia do Relacionamento com o cliente ApexBrasil, a saber: elaboração do estudo sobre necessidades e desafios das áreas de negócio em termos de relacionamento com clientes; realização de pesquisa, com o apoio da empresa Markka, com ex-clientes e não clientes para levantamento de insumos para o trabalho da consultoria contratada; além das pesquisas aprimoradas com clientes da Agência.

Em relação à contratação, o processo de licitação foi concluído, com a assinatura do contrato com a empresa DAEX Consultoria no final de 2021 e a realização da reunião de kick-off do projeto. O processo licitatório foi complexo, por se tratar de um escopo inédito para a Agência e que exigiu um esforço extra das equipes envolvidas, além da necessidade de realização de chamamento público.

Com a extensão no prazo do processo licitatório, em decorrência da complexidade do objeto, não foi possível finalizar em 2021 o Plano de implementação da estratégia para 2022. Mas a ApexBrasil segue firme no compromisso de buscar estratégias de relacionamento com empresas brasileiras, compradores internacionais e investidores estrangeiros, visando à captação, retenção e fidelização dos clientes”.

Avaliação da CAA: a CAA entende que a ApexBrasil cumpriu apenas parcialmente as ações relacionadas a esta meta, a serem implementadas pela empresa vencedora do processo licitatório.

Meta 10 (OE 8) - Desenvolver a plataforma digital multicanal da ApexBrasil.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Disponibilizar para os clientes dos serviços digitais e expansão do número de serviços disponíveis com foco na geração de valor.

Comentários da ApexBrasil:

“A Transformação Digital é um tema estratégico para a ApexBrasil antes mesmo das restrições impostas pela pandemia. E o cenário global veio como um grande impulsionador dessas ações para a aproximação da Agência com seus clientes.

O desenvolvimento da plataforma de negócios multicanal vai aperfeiçoar o atendimento e ampliar o acesso das empresas aos produtos e serviços ofertados pela Agência.

Em 2021 foi concluída a contratação da Digital Experience Platform (DXP), plataforma digital que permite a criação de portais, aplicativos e sites de e-commerce que fornecem experiências personalizadas para os clientes da Agência. A partir dessa contratação, iniciou-se em agosto o projeto de reformulação completa do portal institucional da Agência, incluindo a implantação já realizada do Diretório Único de Usuários, que permite aos clientes ter um único login de acesso às diversas soluções digitais da ApexBrasil.

Também por meio da DXP, já está disponível a nova versão do Portal do Investidor, em substituição à solução atual desenvolvida em parceria com o Serviço Federal de Processamento de Dados (SERPRO).

Nos eventos digitais, houve importantes avanços com a contratação da plataforma Zoom e a implementação da Brasil Business Match (BBM), nova ferramenta para a realização de rodadas de negócios virtuais.

Na plataforma My Business Match (MBM) foram realizados 27 eventos e rodadas digitais de negócio entre março e dezembro de 2021. Foram realizados também 74 webinars que atraíram mais de 6.000 participantes inscritos, além da realização do Brasil Investment Forum 2021 (BIF) em formato totalmente digital, que recebeu mais de 6.000 inscrições e contou com a participação de empresas de 102 países”.

Avaliação da CAA: a CAA nota, com satisfação, os progressos obtidos pela Agência no desenvolvimento da plataforma digital, especialmente no contexto pandêmico. A Comissão considera importante, entretanto, o estabelecimento de indicadores quantitativos referentes a este Objetivo Estratégico, o que foi previsto na revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021), por meio da criação de indicador referente ao percentual de execução do PDTIC de Negócios.

Meta 11 (OE 8) - Implantar a Cultura de Inovação na ApexBrasil.

Ações e resultados esperados para 2021:

Nível de maturidade: Emergente

- Conscientizar da mudança e de como o digital impacta o ecossistema e o modelo de negócios
- Mobilizar para o intraempreendedorismo voltado à expansão do número de serviços disponíveis aos clientes.

Comentários da ApexBrasil:

“A Agência segue na busca pela consolidação da cultura de inovação e no desenvolvimento da destreza digital de seus colaboradores. Para isso, realizou no primeiro semestre de 2021, o 2º Hackathon da ApexBrasil. O evento contou com a participação de 4 equipes com 7 integrantes das mais diversas áreas da Agência. Foram realizados oito webinars nos temas Design Thinking, User Experience, Prototipação e Usabilidade, Método Ágil, Produtos Digitais, Lean Startup, Kanban, além do webinar sobre como realizar um pitch. A partir dos webinars, as equipes desenvolveram seus protótipos, onde duas seguiram na competição. Com mais um treinamento de imersão na ferramenta Power Apps da Microsoft, as equipes surpreenderam a banca julgadora com o desenvolvimento de aplicativos robustos e muito inovadores.

Construída também a trilha de conhecimento em Produtos, Vendas, Clientes e Transformação Digital, para orientar os colaboradores na busca por capacitações nesses temas. Em 2021, 188 colaboradores realizaram 284 capacitações em temas afetos à inovação.

Em parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), a ApexBrasil promoveu sua primeira pós-graduação in company, que atuará na formação de analistas em Ciência de Dados, o que trará know-how adicional à Agência para os seus esforços de planejamento, análises de mercado e

suporte à decisão.

Em curto período de tempo, novos produtos digitais foram desenhados e incorporados ao portfólio da Agência, em linha com o contexto, com o Planejamento Estratégico e com o feedback dos clientes:

- Programa 3C's (Conhecer, Capacitar e Conectar): apoio customizado a empresas que desejam entrar de forma mais rápida em um mercado;
- +Feiras: contratação em escala e sob demanda de estande individual em feiras de negócio multissetoriais, viabilizando a participação de empresas em feiras tradicionalmente não executadas pela Agência ou por entidades setoriais parceiras;
- Brasil Business Match (BBM): apresentação de produtos e serviços brasileiros a compradores internacionais em ambiente digital;
- Matchmaking on demand: atendimento customizado para identificar compradores potenciais de acordo com a estratégia de negócios do cliente e agendamento de reuniões one-on-one.

A Agência participou também da 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 de exportações.

A pesquisa do Great Place to Work (GPTW) mensura a maturidade de inovação em uma organização por meio do Innovation Velocity Ratio (IVR). O método do IVR classifica a empresa em três estágios: Acelerado (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 2021, a Agência obteve um índice IVR de 3,6, considerado como zona de atrito. Ainda assim, o resultado é superior ao alcançado em 2020, onde o índice foi de 2,7, indicando que, embora exista a percepção de um ambiente favorável à inovação pelos colaboradores, ainda há espaço para desenvolvimento de ações para a inovação”.

Avaliação da CAA: embora a meta-projeto tenha caráter genérico, a CAA registra, com satisfação, as iniciativas descritas nos comentários formulados pela Agência. Registre-se, ainda a alteração estabelecida na revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021), para ajuste de entregas de inovação e inclusão de *roadmap* de lançamento de produtos e serviços.

Meta 12 (OE 9) - Obter a certificação *Great Place to Work*.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Implementar o Plano de Ação de Certificação GPTW.

Comentários da Apex-Brasil:

“A ApexBrasil continua sendo um ótimo lugar para se trabalhar! E essa afirmação é ratificada por meio dos números da pesquisa Great Place to Work (GPTW), realizada entre os dias 25 de outubro e 8 de novembro. Com uma adesão de 75% dos colaboradores (345 formulários respondidos), o índice de favorabilidade chegou a 81%.

E para que a ApexBrasil conquistasse mais uma vez esse título, diversas ações foram realizadas,

como a execução do Ciclo Avaliativo 2020, onde foi possível a aplicação do Plano de Cargos, Carreira e Salários (PCCS) e a conseqüente movimentação salarial por meritocracia.

Ao longo do ano, a Agência realizou diversas ações para a promoção da qualidade de vida entre os colaboradores. Dentre elas, destacam-se as ações do Outubro Rosa e do Novembro Azul na prevenção ao câncer de mama e câncer de próstata, respectivamente. Diante desse momento delicado, após quase dois anos de pandemia, e pensando na saúde mental dos colaboradores para reagir de forma positiva às adversidades, a ApexBrasil disponibilizou o plano de apoio psicológico, com o agendamento de sessões virtuais de conversas com uma psicóloga buscando auxiliar no reequilíbrio dos sentimentos e controle das emoções.

O 2º Hackathon da ApexBrasil teve como temática a *Influência Positiva*, com a proposta de dar o devido reconhecimento aos colaboradores durante o ano todo, e não apenas durante a avaliação de desempenho. A equipe vencedora apresentou o protótipo do aplicativo "Paparico", onde os colaboradores podem enviar elogios aos colegas e parabenizá-los pelo trabalho realizado. Para incentivar sua utilização, o aplicativo terá ainda um sistema de recompensa, onde os "paparicos" acumulados podem ser trocados por mimos. Espera-se que em 2022 os colaboradores sejam muito "paparicados" gerando um ambiente de influência positiva na Agência.

Com a obtenção da certificação pelo segundo ano consecutivo, a partir de 2022 essa meta projeto será descontinuada, dando lugar ao indicador que fará o monitoramento do índice de favorabilidade alcançado, conforme aprovado na 2ª revisão do Plano Estratégico 2020-2023".

Avaliação da CAA: a CAA parabeniza a ApexBrasil pelos resultados alcançados referentes a esta meta-projeto.

Meta 13 (OE 10) - Buscar o cumprimento parcial dos requisitos do nível 2 (Gerenciado).

Ações e resultados esperados para 2021:

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

Comentários da ApexBrasil:

"A ApexBrasil evoluiu em importantes frentes rumo à implantação do Programa de Compliance. Trata-se de um processo gradativo, com o estabelecimento de metas anuais, cujo cumprimento eleva o nível de maturidade da Agência no tema.

O Programa de Compliance prevê o cumprimento de quinze requisitos para que a ApexBrasil atinja o nível de maturidade GERENCIADO. Para 2021, foram priorizados cinco desses requisitos.

O primeiro deles é o estabelecimento formal da área de Compliance, cujo cumprimento é evidenciado pela instituição da Gerência de Integridade desde 2019, que à época era denominada Gerência de Governança e Compliance. A Gerência tem por finalidade planejar, coordenar e executar as atividades relacionadas a auditoria interna, integridade, compliance, ouvidoria e transparência, no âmbito da ApexBrasil.

O segundo requisito priorizado prevê que 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 Aplicada 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, requisito esse atendido pelas Demonstrações Contábeis publicadas no Portal da Transparência e Prestação de Contas da ApexBrasil, que seguem os moldes exigidos. Lembra-se que tal exigência é uma obrigação das entidades do Sistema S, conforme orientação do Tribunal de Contas da União (TCU).

O terceiro requisito trata sobre a realização de auditoria independente para as atividades contábeis, e vem sendo atendido pela prestação do serviço realizado pela consultoria contratada NEXIA TEIXEIRA Auditores, que a cada trimestre realiza a auditoria dos resultados contábeis da Agência, que também estão disponíveis no site da ApexBrasil, no Portal da Transparência e Prestação de Contas.

O quarto requisito priorizado prevê que os recursos para a realização das atividades rotineiras e não rotineiras de Compliance são acessíveis. Em face do tempo adicional necessário para a análise interna do novo Regimento Interno da ApexBrasil, o qual é essencial para a atualização das normas de Compliance da Agência, que define os papéis e responsabilidades das áreas, o cumprimento precisou ser replanejado. Esse fator, em conjunto com outros associados a mudanças internas, levou à revisão do Plano Anual de Atividades de Auditoria Interna (PAINT) 2021, implicando inclusive o adiamento e a nova priorização das frentes referentes a esse requisito específico.

Por fim, quanto ao requisito “O desempenho do Programa de Compliance é suportado por soluções de tecnologia adequadas”, o Sistema de Due Diligence de Integridade (DDI) se encontra em fase de contratação. Em reunião realizada com o responsável pelo Sistema Integrado de Nomeações e Consultas (SINC), do Governo Federal, foi informado não ser legalmente possível a adesão da Agência ao referido Sistema. A Agência aderiu então ao sistema de autoavaliação e diagnóstico “e-Prevenção”, do Programa Nacional de Prevenção à Corrupção (PNPC), coordenado pelo Tribunal de Contas da União (TCU), em parceria com a Controladoria-Geral da União (CGU) e a Estratégia Nacional de Combate à Corrupção e à Lavagem de Dinheiro (ENCCLA). Realizada também reunião com a CGU para verificar a possibilidade de adesão ao SeCI – Sistema Eletrônico de Prevenção de Conflito de Interesses. Diante da informação sobre a possibilidade técnica de adesão, a parceria está em fase de formalização.

Essas ações demonstram que o presente requisito vem sendo executado a contento em 2021, e em 2022 devem ser concluídas a contratação do Sistema de DDI e a formalização da adesão ao SeCI. A despeito dessas realizações, a ApexBrasil segue buscando outras soluções tecnológicas que possam apoiar as atividades de Compliance, tornando-as cada vez mais eficientes, eficazes e efetivas”.

Avaliação da CAA: a CAA cumprimenta a ApexBrasil pelo cumprimento parcial dos requisitos exigidos para a implementação do programa de *compliance*, conforme previsto na meta-projeto.

Meta 14 (OE 10) - Assegurar que a Apex Brasil estará preparada para a certificação ISO 9001 até 2023.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Elaborar o plano de ação para a Certificação ISO 9001, com apoio da consultoria contratada;
- Efetuar a capacitação dos envolvidos no processo de certificação; e
- Definir a política de qualidade do sistema de gestão.

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021 a ApexBrasil realizou avanços significativos 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”.

Foram concluídas as seguintes etapas do plano de ação definido:

1. Diagnóstico e Planejamento: com o apoio da consultoria Novo Foco, foi realizado o diagnóstico para planejamento das ações necessárias para o processo de certificação com o escopo “Atendimento direto às empresas brasileiras na participação em feiras internacionais de promoção de exportação no exterior”.

2. Mapeamento de processos e escopo: a partir da definição do escopo, foram mapeados os processos envolvidos, sejam eles processos de negócio, de sustentação ou de gerenciamento, pois o atendimento é transversal e envolve diversas áreas a Agência.

3. Treinamentos e formação de auditores: capacitação de 43 colaboradores das diversas áreas da ApexBrasil em requisitos da norma, de maneira a adquirir o conhecimento básico, transmitindo continuamente a importância da Qualidade para as equipes.

4. Ciclos de auditorias: os processos envolvidos no escopo passaram por três auditorias: Auditoria interna, Auditoria de follow-up e Pré-Auditoria. Cada auditoria teve um objetivo específico e auxiliou os gestores e equipes na compreensão do processo de preparação para a certificação ISO 9001:2015 e dos ganhos que a certificação trará para a Agência. As auditorias foram conduzidas pela consultoria Novo Foco e contou com a participação dos seis auditores internos formados no 1º Semestre de 2021, representantes das três diretorias da Agência.

O trabalho segue com a elaboração do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), sendo que os passos iniciais já foram realizados com a aprovação da Política da Qualidade e a criação do Comitê da Qualidade, concluindo com êxito a etapa preparatória para a certificação”.

Avaliação da CAA: a CAA considera que as ações relacionadas a esta meta-projeto foram cumpridas satisfatoriamente.

Meta 15 (OE 11) - Implantar e executar o processo de gestão de serviços de TIC.

Ações e resultados esperados para 2021:

- Executar o processo de gestão de serviços e realizar avaliação de cada serviço junto ao usuário final (Interno e Externo).

Comentários da ApexBrasil:

“Em 2021 a ApexBrasil seguiu buscando a melhoria no processo de gestão dos serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) com importantes entregas como a Política de

Gestão de Produtos e Serviços de TIC e o desenvolvimento da primeira versão do portfólio de produtos e serviços de TIC da Agência.

Em outubro, foi aplicado o Questionário de Avaliação da Satisfação para os Serviços de TIC da ApexBrasil – 2021, buscando identificar os pontos de aprimoramento dos serviços oferecidos pela área. Foram 82 respostas que vão apoiar na melhoria dos serviços de TIC prestados pela Agência aos seus colaboradores.

Finalizada também a contratação do novo serviço de suporte de TIC que permitirá uma evolução na gestão de serviços de TIC e a criação de um Acordo de Nível de Serviço (ANS) junto aos usuários”.

Avaliação da CAA: a CAA considera que as ações relacionadas a esta meta-projeto foram cumpridas satisfatoriamente.

3. Conclusões


O desempenho da ApexBrasil no ano de 2021 pode ser considerado satisfatório, sendo obtidos resultados condizentes com a situação excepcional relativa à pandemia de COVID-19. Nesse contexto, o grau de atingimento das metas pela Agência esteve dentro do esperado e a Comissão de Acompanhamento e Avaliação recomenda a aprovação do Relatório de Desempenho referente ao ano de 2021.

A CAA registra, com satisfação, haver a ApexBrasil continuado a se empenhar para atender recomendações contidas em avaliações anteriores. Deve-se ressaltar, especialmente, a importante repactuação de indicadores e metas estratégicos para o período 2022-2023, adotada por meio da revisão do Plano Estratégico para o período 2020-2023, aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo na 4ª Reunião Ordinária de 2021 (Resolução nº 7/2021, de 25 de novembro de 2021). A revisão decorreu, como sabido, em grande medida, de recomendações oriundas da própria Comissão, além daquelas contidas em acórdão do TCU referente ao sistema brasileiro de promoção comercial. Espera-se que novas revisões privilegiem a estipulação de mais metas quantitativas (indicadores de desempenho), assim como a referência, sempre que possível, a itens quantitativos na descrição das realizações da Agência.

Dentre os resultados positivos obtidos pela ApexBrasil em 2021, a CAA ressalta o fortalecimento da integração com o MRE, com destaque para as 251 ações conjuntas realizadas em 55 países. Em anos futuros, espera-se a ampliação da coordenação interinstitucional já na fase do planejamento estratégico, devendo-se envolver nesse processo os demais órgãos representados no CDA. A Comissão agradecerá a inclusão, nos próximos relatórios, de tabelas contendo dados descritivos das ações conjuntas realizadas, por tipo de atividades, setores e países, por exemplo. No caso de ações de internacionalização de startups e empresas consolidadas de tecnologia, sugere-se à ApexBrasil discriminar no relatório as iniciativas realizadas no âmbito do Programa da Diplomacia da Inovação do MRE, com detalhamento das verticais tecnológicas das empresas envolvidas e mercados atingidos.

Ainda para relatórios futuros, a CAA reitera a recomendação de que informações relativas às metas qualitativas (metas-projeto) apresentem uma correlação mais evidente entre ações planejadas e resultados obtidos.

Brasília, 19/12/2022



Sarquis José Buainán Sarquis
Secretário de Comércio Exterior e Assuntos Econômicos
Presidente da Comissão de Acompanhamento e Avaliação