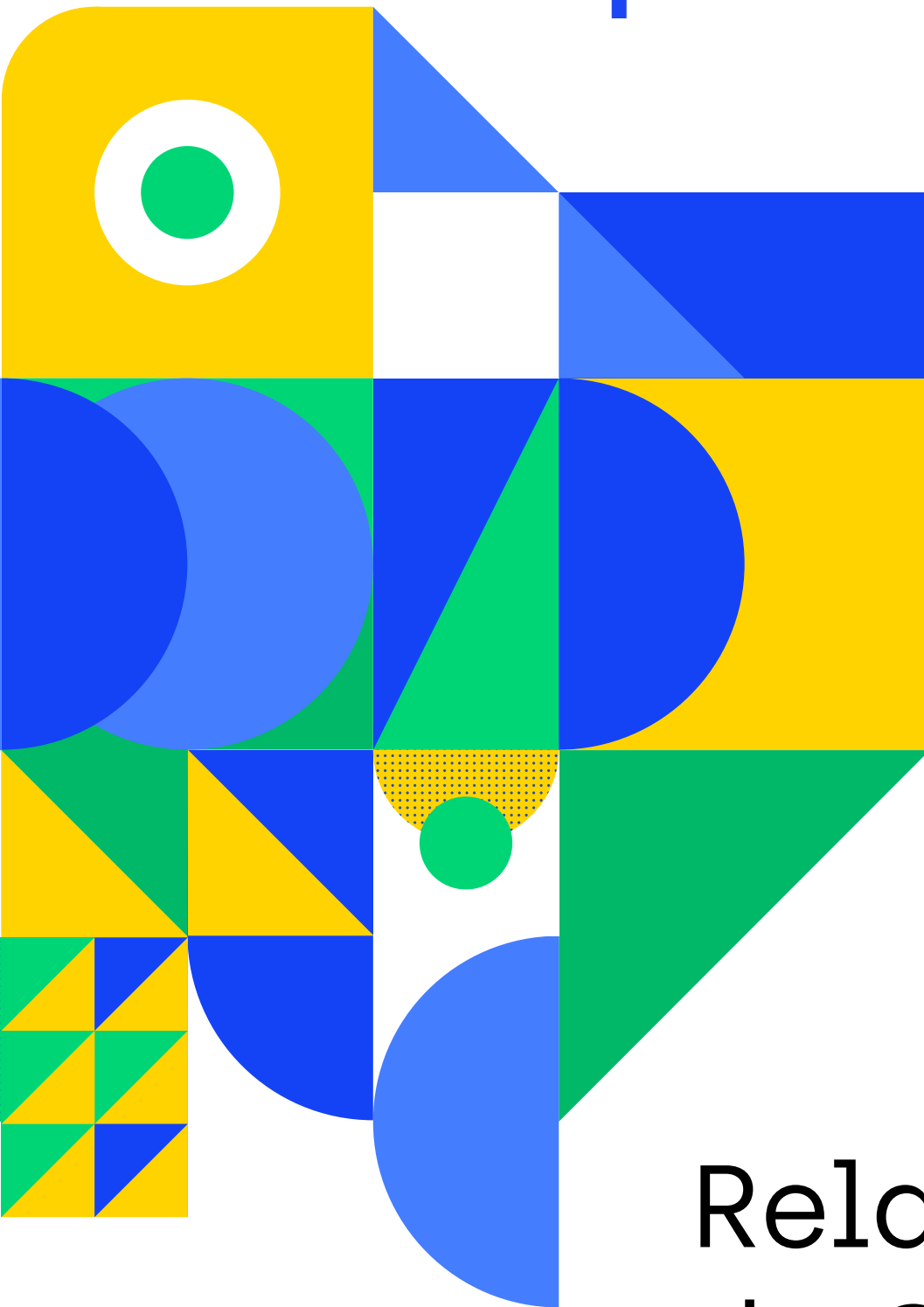
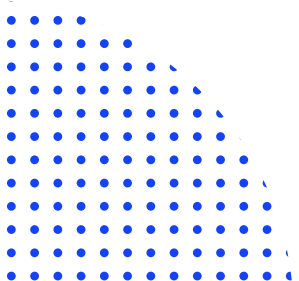


apexBrasil 



Relatório  
de Gestão  
**2021**







# Expediente

Augusto Souto Pestana  
PRESIDENTE

Lucas Felício Fiuza  
DIRETOR DE NEGÓCIOS

Roberto Escoto  
DIRETOR DE GESTÃO CORPORATIVA

## SEDE

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

CEP 70.040-250

Brasília - DF

Tel.: +55 (61) 2027-0202

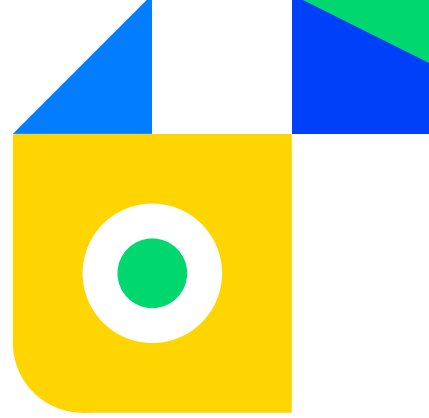
Fax: +55 (61) 2027-0263

[www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)

E-mail: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)

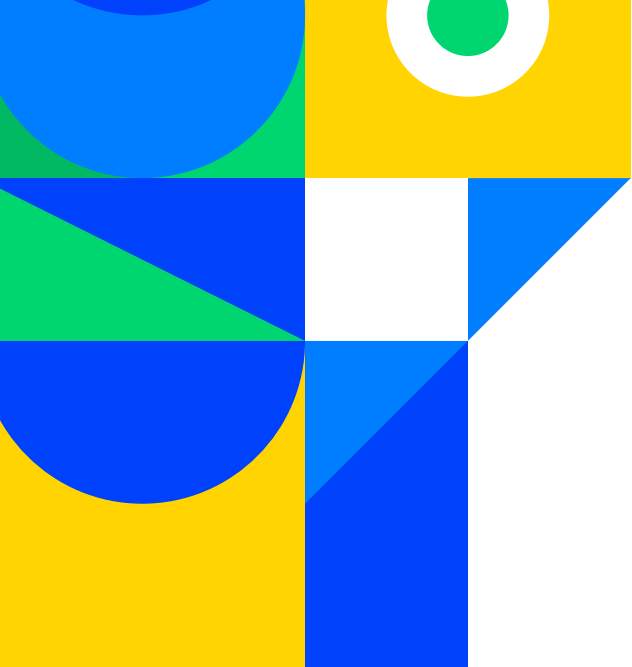
© 2022 ApexBrasil

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



# Sumário

<b>Mensagem da Diretoria Executiva .....</b>	<b>6</b>
<b>Sobre este Relatório.....</b>	<b>10</b>
<b>Visão geral da ApexBrasil .....</b>	<b>12</b>
Quem somos e o que fazemos.....	14
Eixos de atuação.....	15
Estrutura Organizacional .....	16
Estrutura de Governança.....	18
Modelo de Negócios .....	19
Clientes.....	21
Produtos e Serviços.....	21
Canais de Relacionamento.....	22
Parcerias.....	28
Relacionamento com a sociedade .....	30
Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).....	32
<b>Ambiente de atuação, riscos e perspectivas .....</b>	<b>36</b>
Ambiente de atuação .....	38
Riscos .....	39
Perspectivas .....	41
<b>Governança, estratégia e desempenho .....</b>	<b>43</b>
Governança .....	44
Contrato de Gestão.....	44
Medidas adotadas em relação aos indicadores de governança e gestão levantados.....	45
Integridade .....	46
Cadeia de valor e gestão de processos .....	47
Normas .....	51
Estratégia .....	52
Mapa Estratégico 2020-2023.....	52
Metas 2020-2023.....	53
Resultados e Desempenho da Gestão .....	54
Conjuntura 2021.....	54
Objetivos, Indicadores e Metas.....	60
Gestão de Licitações e Contratos .....	115
Melhoria nos processos internos.....	118
Economicidade decorrente das contratações realizadas .....	119
Gestão Ambiental e de Infraestrutura .....	119
Gestão de Pessoas.....	120
Gestão de Tecnologia da Informação e Comunicação .....	126
<b>Gestão Orçamentária.....</b>	<b>133</b>
Receitas .....	134
Alocação.....	136
<b>Demonstrações Contábeis.....</b>	<b>145</b>
Sobre a Unidade Contábil .....	150
<b>Notas Metodológicas e Tabelas Auxiliares .....</b>	<b>152</b>
Segmentação das Empresas .....	154



# Mensagem da Diretoria Executiva



**Augusto Pestana**  
Presidente



**Lucas Fiuza**  
Diretor de Negócios



**Roberto Escoto**  
Diretor de Gestão Corporativa



É com satisfação que apresentamos o Relatório de Gestão da ApexBrasil do ano de 2021. Seguindo as orientações do Tribunal de Contas da União (TCU), desenvolvemos, ao longo destas páginas, um relato integrado e de fácil leitura para que toda a sociedade compreenda como atuamos para atingir os nossos objetivos institucionais de promoção das exportações brasileiras, internacionalização de empresas e atração de investimentos estrangeiros diretos para o país.

O ano de 2021 marcou a retomada da atividade econômica e da dinâmica dos negócios internacionais. Diante desse cenário, com o foco nos clientes e empenho para o cumprimento pleno de sua missão, a Agência consolidou diversos aprendizados experimentados em 2020 e vislumbrou uma perspectiva de engajamento, revisão e avanço das frentes preconizadas pelo Plano Estratégico 2020-2023.

Ao longo do último ano, a Agência priorizou os esforços de promoção da imagem do Brasil no mercado internacional. Intensificamos significativamente as ações, considerando a influência dessa agenda tanto na promoção do comércio quanto na atração de investimentos estrangeiros. Assim, um total de 7 milhões de empregos<sup>1</sup> foram gerados ou mantidos por nossos clientes, e o valor total exportado por essas empresas ultrapassa os US\$ 105 bilhões, o que representa 37,5% das exportações brasileiras.

Mais uma vez, parceiros e clientes reconheceram a relevância da ApexBrasil, ao manter o interesse em nossas ações e serviços. Em 2021, 5.639 empresas se tornaram novos clientes, totalizando 14.741 participantes das iniciativas da Agência, resultado 1,8% superior ao de 2020. Esses números representam o alcance de um público que acredita que, juntos, conseguiremos alcançar resultados sustentáveis e duradouros.

O novo ciclo do Programa de Imagem e Acesso a Mercados do Agronegócio (PAM Agro) é um exemplo dessa atuação conjunta. Com uma es-

<sup>1</sup> Pesquisa realizada pela ApexBrasil junto aos seus clientes e parceiros.

tratégia de comunicação consistente e robusta, a iniciativa conquistou a adesão de 15 entidades setoriais dos segmentos mais internacionalizados do agronegócio nacional, o que evidencia maior engajamento do setor privado. O PAM Agro tem o objetivo de posicionar adequadamente a imagem de competitividade e sustentabilidade do agronegócio brasileiro no exterior e sensibilizar a opinião pública internacional.

Outra iniciativa estratégica de destaque é a participação brasileira na Expo 2020 Dubai, sob coordenação da ApexBrasil. O Pavilhão Brasil começou a funcionar em 1º de outubro de 2021 e recebeu mais de 869 mil visitantes até dezembro do referido ano. Localizado no Distrito da Sustentabilidade, apresenta uma estrutura surpreendente não apenas pela grandeza do projeto, como também pela tecnologia, inovação e criatividade que abriga. É um verdadeiro museu de arte a céu aberto, possibilitando experiências sensoriais e a imersão em conteúdos que reforçam o modelo de desenvolvimento sustentável do nosso país.

O Pavilhão Brasil serviu também de plataforma para a realização de 17 projetos de promoção, com destaque para o *Invest in Brasil Forum – Dubai Edition*. A iniciativa ocorreu em novembro de 2021, com a presença de autoridades como o presidente da República, Jair Bolsonaro, ministros de Estado, além de representantes governamentais e empresariais brasileiros e estrangeiros. A Expo 2020 Dubai segue até 31 de março de 2022, com a expectativa de superar os resultados dos três primeiros meses. Além disso, antecipamos que a ApexBrasil foi designada para organizar a participação brasileira na Expo Osaka 2025, um reconhecimento à excelência com que a Agência atuou na condução das últimas exposições universais e na divulgação da imagem do Brasil no exterior.

A promoção de Investimentos Estrangeiros Diretos (IED) no país também integra as dimensões estratégicas da nossa atuação. Em 2021, o conjunto das ações geraram anúncios no valor total de US\$ 13,8 bilhões em investimentos estrangeiros apoiados pela Agência, com a expectativa de



geração de 14,6 mil empregos. Entre as ações, cabe destacar o Brasil Investment Forum 2021 (BIF), o mais relevante evento de atração de IED da América Latina. Em formato 100% digital, contou com mais de 6 mil inscritos.

A ApexBrasil existe para fomentar negócios, conectando nossos clientes a novas oportunidades e impulsionando as empresas a ultrapassar barreiras. Por isso, no contexto da transformação digital – importante vetor do Plano Estratégico 2020-2023 –, realizamos a segunda edição do e-Xport Meeting com a presença dos maiores especialistas em *e-commerce* internacional durante quatro dias de palestras, oficinas e sessões de *networking*. O ponto alto foi a parceria firmada com a Amazon para oferecer aceleração de negócios a 50 empresas brasileiras na plataforma, com foco no mercado norte-americano.

Nos mais de 40 segmentos do agronegócio, da indústria e de serviços promovidos pela ApexBrasil, focamos em exaltar dimensões como o design, a criatividade e o modelo sustentável de desenvolvimento desses setores, além de valorizarmos a inovação como elemento central em suas estratégias de inserção internacional. Sempre com a certeza de que o nosso esforço na promoção comercial impulsiona significativamente o emprego e a renda em nosso país.

A parceria com o Ministério das Relações Exteriores (MRE) é um dos pilares da estratégia da Agência. A atuação conjunta entre ApexBrasil e MRE alcançou, ano passado, 55 países e viabilizou ações de diversos formatos, garantindo um alto grau de integração, conforme será detalhado ao longo deste Relatório.

Um aspecto da maior relevância para esta Diretoria Executiva é a conquista do certificado *Great Place to Work* pelo segundo ano consecutivo. A Agência se orgulha desse reconhecimento que coroa o compromisso de valorização do seu principal ativo: seus colaboradores.

Frente a algumas incertezas que ainda cercam o comércio internacional, temos buscado transformar adversidades em inspiração, com foco na adaptação e modernização de nosso portfólio de serviços, com soluções condizentes com os novos cenários e com o mercado. Além disso, cabe destaque o novo *branding* da ApexBrasil, com um conceito gráfico que remete à troca infinita e fluida, apresentando o Brasil para o mundo. A nova marca alude a um crescer sem limites, representando as aspirações da Agência para seu trabalho em prol das empresas brasileiras.

É nosso senso de propósito buscar sempre os melhores espaços e as melhores oportunidades a serem exploradas pelo Brasil. A Agência está atenta ao movimento de retomada dos grandes fóruns internacionais de negócios, estimulado pelo prognóstico de crescimento da economia global e de melhoria da mobilidade, de modo geral.

Reforçando o nosso compromisso com a execução das políticas públicas vinculadas à promoção de exportações e investimentos, apresentamos a seguir um extrato do trabalho realizado em 2021, sempre levando as empresas brasileiras cada vez mais longe! Boa leitura!

Diretoria Executiva

ApexBrasil





# ONE-PAGE HIGHLIGHTS

**14.741**  
empresas apoiadas

**7 milhões**  
de empregos

gerados ou mantidos pelas  
empresas apoiadoras

**53,4%**

MPEs

**+10 mil**

qualificadas

**5 mil**

atendidas em  
inteligência

**43**

Projetos  
Setoriais

**US\$13,8 bi**  
em anúncios  
de investimentos  
estrangeiros apoiados

**+14 mil**  
empregos estimados  
no IED anunciado

**65%**

exportaram para  
novos destinos

**US\$105,3 bi**

em exportações

**37,5%**

das exportações  
brasileiras

**74%**

tiveram  
crescimento das  
exportações

**56%**

das exportações  
de agronegócio  
feita por  
empresas  
apoiadas

**3.660 empresas**  
exportadoras  
monitoradas

**57%**

exportaram  
novos produtos

**PARCERIA MRE**

**251**  
ações

**55**  
países



**NPS 76,50**

Net Promoter  
Score na Zona  
de Excelência  
(1.911 respostas)



**+ R\$ 90  
milhões**

em mídia  
espontânea no  
Brasil e + de 11 mil  
menções na mídia



**+ 70  
milhões**

de dados  
disponibilizados  
sobre mercado



**88%  
aumento**

Taxa de  
engajamento nas  
redes sociais



**27%**  
de economia  
nas licitações



**81%**  
índice de  
favorabilidade



**360 mil visitantes**

Perspectiva:

**Meio bilhão de dólares  
em exportações**



**+6 mil participantes  
de +100 países**


Expectativa de investimentos:

**US\$ 50 bilhões  
+20 mil empregos**





# Sobre este Relatório



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

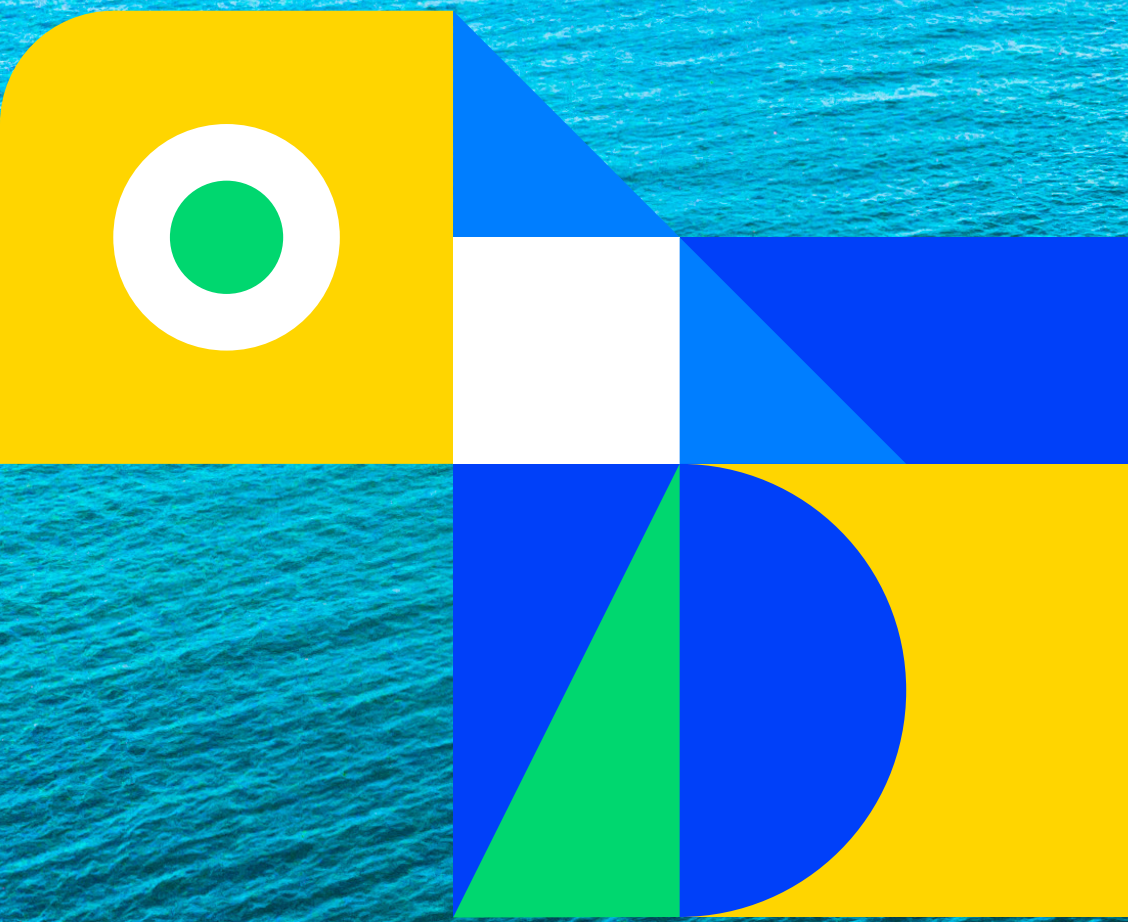
A partir dessa visão, o Relatório de Gestão evidencia como a ApexBrasil gera valor à coletividade brasileira, por meio de suas entregas para a sociedade, do aprimoramento dos processos e da sustentabilidade do negócio.

Ademais, destaca-se que o Relatório de Gestão da ApexBrasil atenta-se para os princípios, conteúdo e estrutura básica elencada pelo Tribunal de Contas da União (TCU) para organização e orientação da prestação de contas para a sociedade.

Estão contidos também, neste Relatório, os resultados da Agência em relação ao alcance dos Objetivos Estratégicos e das metas previstos no Plano Estratégico 2020-2023 para o ano de 2021, demonstrando como a Agência se organiza para atendê-los de forma satisfatória, considerando os principais processos relacionados, assim como os fatores que influenciaram a atuação da instituição durante o referido exercício.

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

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



# Visão geral da ApexBrasil



## QUEM SOMOS E O QUE FAZEMOS

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

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

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

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

## 24 ANOS DE ATUAÇÃO

- ↳ A Agência de Promoção de Exportações – (Apex), com o objetivo de apoiar a implementação da política de promoção comercial de exportações, foi criada pelo Decreto Presidencial nº 2.398, de 21 de novembro de 1997, no âmbito do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).
- ↳ Instituída a ApexBrasil na forma de Serviço Social Autônomo no dia 5 de fevereiro de 2003, pelo Decreto Presidencial nº 4.584/2003.
- ↳ Autorizada pela Medida Provisória nº 106, de 22 de janeiro de 2003, e, em maio do mesmo ano, posteriormente convertida na Lei nº 10.668/2003.
- ↳ É uma entidade sem fins lucrativos, de direito privado, interesse coletivo e utilidade pública.

Em 2022, serão comemorados os 25 anos de atuação da Agência, em sintonia com os 200 anos da Independência do Brasil.



### MISSÃO

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



### VISÃO

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



### VALORES

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



## EIXOS DE ATUAÇÃO

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos é um Serviço Social Autônomo supervisionado pelo Ministério das Relações Exteriores (MRE).



## ESTRUTURA ORGANIZACIONAL





O presidente Augusto Pestana e o diretor de Gestão Corporativa, Roberto Escoto, tomaram posse no dia 12 de maio de 2021. Em julho do referido ano, aconteceu a posse do diretor de Negócios, Lucas Felício Fiuza, completando a nova Diretoria Executiva (DIREX) da Agência.

Ainda em julho, as Gerências Regional e de Inteligência de Mercado passaram a se reportar à Presidência, e a Gerência Comercial, à Diretoria de Gestão Corporativa. Também foi criada a Gerência de Exposições Universais e Projetos Especiais, ligada à Diretoria de Negócios.

### Diretoria executiva

Órgão de gestão administrativa, técnica e financeira da ApexBrasil. Responsável pela execução da política de promoção comercial de exportações e investimentos.

#### Diretoria de Negócios

Responsável pela condução e execução das políticas de promoção comercial de exportações, de internacionalização e de atração de investimentos, bem como pela condução de ações de qualificação.

#### Presidência

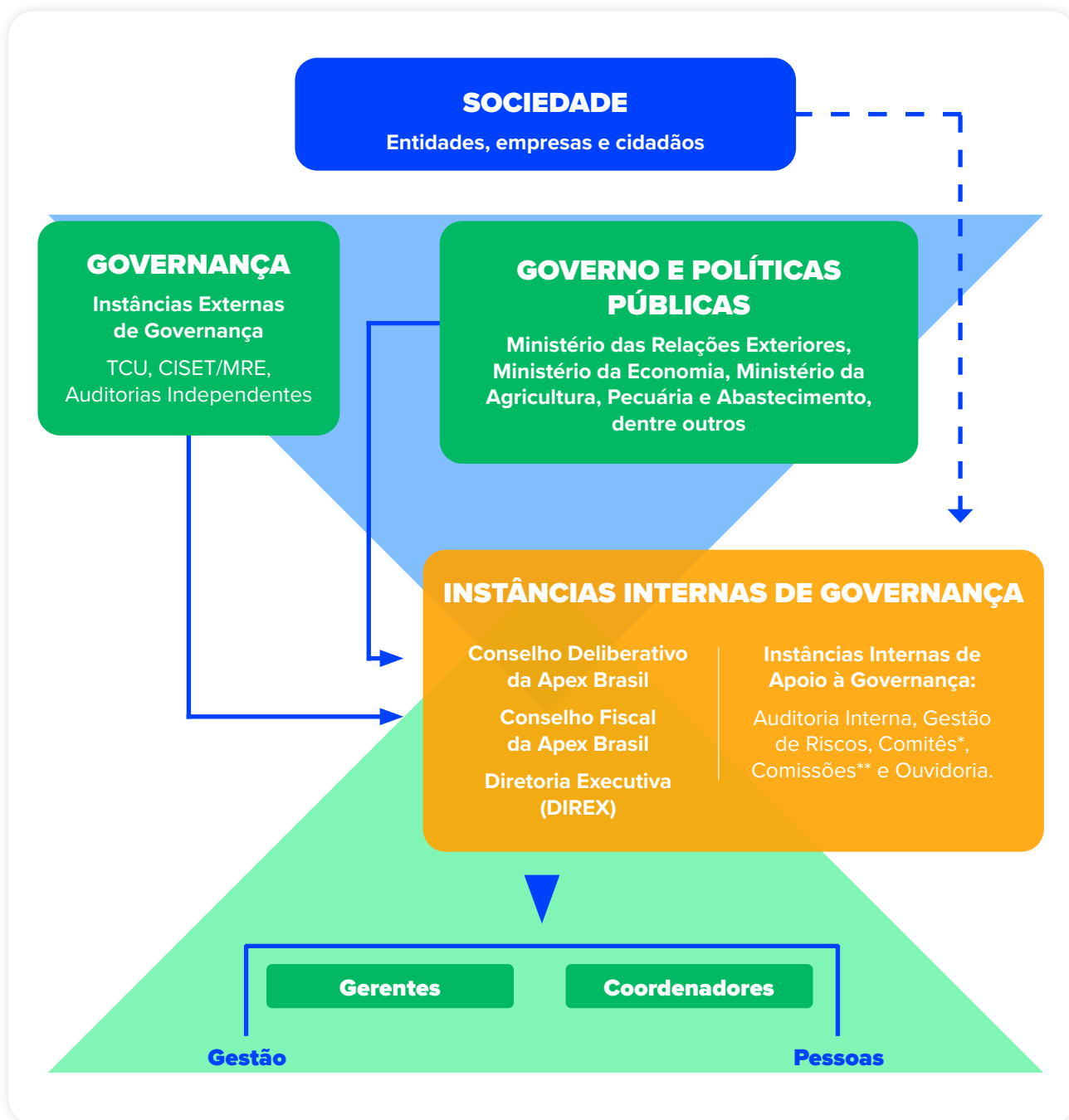
Responsável pela representação institucional, governança e compliance da Agência, pelos temas jurídicos, pela geração de informações de inteligência de mercado e pela gestão de seus escritórios nacionais e no exterior.

#### Diretoria de Gestão Corporativa

Responsável pela gestão comercial, administrativa e financeira da Agência.



## ESTRUTURA DE GOVERNANÇA



\*Comitê de Investimentos; Comitê Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação (CGTIC); Comitê de Segurança da Informação; Comitê Gestor de Dados, Informações e Conhecimento; Comitê Gestor de Contratações (CGC).

\*\* Comissão de Ética; Comissão Permanente de Avaliação de Documentos (CPAD); Comissão de Acompanhamento do Plano ApexPrev, Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), Comissão Permanente de Licitação (CPL).

Fonte: Sistema de Governança em órgãos e entidades da administração pública. Adaptado do Manual Básico do Governança do Tribunal de Contas da União - TCU.



### Composição do Conselho Deliberativo da ApexBrasil

- ↵ Ministério das Relações Exteriores;
  - ↵ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;
  - ↵ Ministério da Economia;
  - ↵ Secretaria Especial do Programa de Parcerias de Investimentos (PPI);
  - ↵ Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES);
  - ↵ Confederação Nacional da Indústria (CNI);
  - ↵ Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA);
  - ↵ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae); e
  - ↵ Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB).
- ↵ A Secretaria-Executiva da Câmara de Comércio Exterior (Camex) participa como convidada nas reuniões do Conselho Deliberativo.

### Composição do Conselho Fiscal da ApexBrasil

- ↵ Ministério das Relações Exteriores;
- ↵ Ministérios integrantes da Camex; e
- ↵ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

### A ApexBrasil participa, por meio de seu presidente, dos seguintes conselhos:

- ↵ Conselho Superior da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (Funcex)
- ↵ Conselho Deliberativo da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI)

Fonte: Decreto nº 4584, de 5 de fevereiro de 2003. Disponível em <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>



## MODELO DE NEGÓCIOS

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

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

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

Para viabilizar suas operações, a Agência dispõe de escritórios nas cinco regiões brasileiras: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, além de nove escritórios no exterior – Bogotá, Bruxelas, Xangai,



Pequim, Dubai, Israel, Miami, São Francisco e Moscou. Também mantém canais próprios de atendimento aos clientes, presenciais e virtuais, e realiza diversas ações diretas. Além disso, possui parcerias sólidas com entidades setoriais, instituições de ensino, federações de indústria, instituições estrangeiras, órgãos dos governos federal e estaduais, com destaque para o esforço de integração com o Ministério das Relações Exteriores e sua rede de postos diplomáticos ao redor do mundo.

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



#### Brasil

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

#### África e Oriente Médio

- 6 - Dubai
- 7 - Jerusalém

#### América do Norte

- 8 - Miami
- 9 - São Francisco

#### América do Sul

- 10 - Bogotá

#### Ásia e Oceania

- 11 - Xangai
- 12 - Pequim

#### Europa

- 13 - Moscou
- 14 - Bruxelas



## CLIENTES

### Empresas brasileiras

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

### Compradores internacionais

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

### Investidores estrangeiros

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

## PRODUTOS E SERVIÇOS

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

- ↳ **Qualificação Empresarial:** capacitação, consultoria e assessoria oferecidas com o objetivo de incrementar a competitividade e promover a cultura exportadora nas empresas, preparando-as para os desafios do mercado Internacional;
- ↳ **Inteligência de Mercado:** estudos e análises de mercados que visam orientar as empresas e os parceiros em relação às melhores oportunidades para os seus negócios internacionais;
- ↳ **Expansão Internacional:** conjunto de serviços que visam orientar empresas e parceiros na definição de estratégias para inserção e avanço no processo de abertura de operações no exterior;

↳ **Promoção Comercial:** ações com o objetivo de facilitar o acesso das empresas brasileiras aos mercados internacionais, diversificar os produtos e os destinos das exportações brasileiras e melhorar a percepção internacional acerca das empresas, dos produtos e dos serviços do país. Os serviços dessa categoria possibilitam aos empresários o contato direto com parceiros de negócios internacionais, que auxiliam na inserção ativa e competitiva das empresas nacionais nos mercados estrangeiros;

↳ **Atração de Investimentos Estrangeiros Diretos:** ações para promover e facilitar a atração de investimentos estrangeiros diretos com o objetivo de melhorar a imagem do Brasil como um mercado atrativo para aportes de capital estrangeiro, promovendo o desenvolvimento e a competitividade do país.

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

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

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



## CANAIS DE RELACIONAMENTO

O foco no cliente é um dos valores da ApexBrasil, e possibilitar o acesso desse público aos produtos e serviços é prioridade. Por isso, a Agência conta com diversos canais de atendimento – on e off-line –, de forma que o cliente possa acessá-la por aquele com que tem maior familiaridade.

### Canais on-line

- ↳ Portal institucional ([www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)): espaço que comporta o Fale Conosco da ApexBrasil, formulário disponível 24 horas, para que usuário entre em contato com a Agência no momento em que preferir.
- ↳ E-mail institucional: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)
- ↳ Redes sociais: Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram e WhatsApp.
- ↳ Comex Responde ([www.comexresponde.gov.br](http://www.comexresponde.gov.br)): plataforma do governo federal para solução de dúvidas sobre comércio exterior, que conta com a participação dos principais órgãos envolvidos no ramo.

Saiba mais em Ouvidoria

- ↳ Ouvidoria: atendimento ao público interno e externo, de forma sigilosa, para tratamento de manifestações, como denúncias, sugestões, reclamações e elogios.

### Canais off-line\*

#### ↳ Telefones institucionais da ApexBrasil

- ↳ Escritório sede em Brasília +55 61 2027-0202
- ↳ Escritório Nordeste (Recife/PE) +55 61 2027-0779
- ↳ Escritório Sudeste (São Paulo/SP) +55 11 3549-4383

- ↳ Escritório Sul (Porto Alegre/RS) +55 51 3347-8718

- ↳ Escritório Norte (Belém/PA) +55 91 4009-4323

#### ↳ Escritórios no exterior

- ↳ São Francisco (EUA) +1 415 230-2181

- ↳ Miami (EUA) +1 305 704-3500 / +1 305 704-3505

- ↳ Bogotá (Colômbia) +57 1 794 4883

- ↳ Bruxelas (Bélgica) +32 2211 0530

- ↳ Moscou (Rússia) +7 495 967-7901 / +7 495 967-7900

- ↳ Dubai (EAU) +971 4 885-5404

- ↳ Jerusalém (Israel) +972 0 732495829

- ↳ Pequim (China) +86 10 5969-5333

- ↳ Xangai (China) +86 21 5203-0368

\*Atendimentos presenciais em estandes institucionais de eventos nacionais e internacionais organizados ou apoiados pela ApexBrasil, ou na sede da Agência, mediante agendamento prévio.

Cabe destacar também que a ApexBrasil atua em parceria com entidades setoriais, como associações, e com instituições de ensino para implementação de alguns de seus projetos e programas, como é o caso dos Projetos Setoriais e do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX). A Agência também mantém relacionamento com os Setores de Promoção Comercial (SECOMS) das embaixadas brasileiras no exterior. Todos esses parceiros, ao divulgarem os produtos e serviços da ApexBrasil, constituem também importantes canais de relacionamento com o público externo.

Para integrar a comunicação de todos os canais mencionados anteriormente e manter um histórico atualizado das interações da Agência e seus



clientes, é utilizado um Sistema de Gestão de Relacionamento com Clientes (CRM). Nele, todas as solicitações de contato recebidas são registradas e encaminhadas internamente. Os prazos de atendimento e o retorno ao cliente também são acompanhados via sistema, de modo a manter um nível de serviço com qualidade para as demandas vindas de todos os canais de contato.

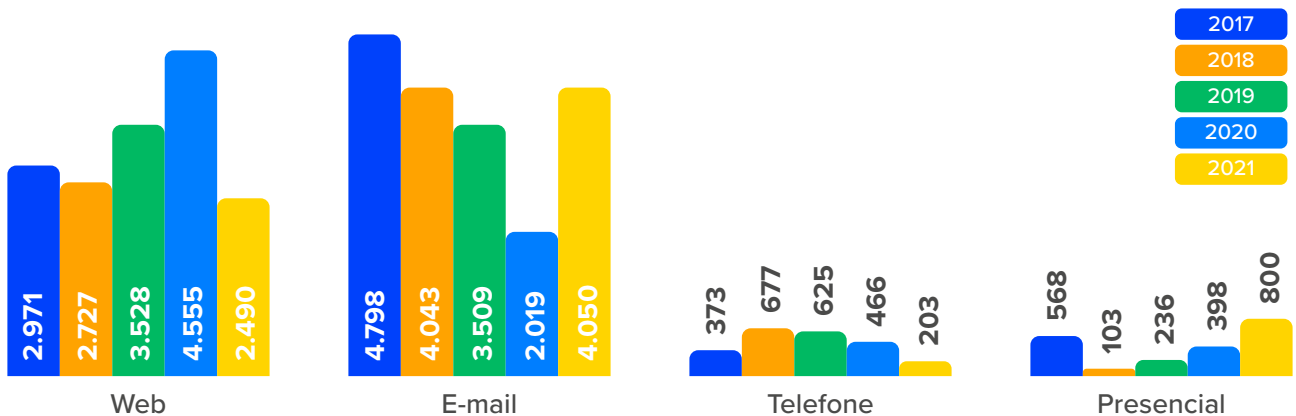
**Atendimentos**

A estratégia da ApexBrasil para o relacionamento com empresas brasileiras baseia-se em alguns critérios e um deles refere-se à maturidade exportadora de cada empresa. Para essa classificação, no caso das empresas que já exportam, são utilizados dados estatísticos fornecidos pela Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) do Ministério da Economia, que considera como critérios: valor anual exportado, continuidade das exportações, número de países-destino das exportações e o fato de possuir ou não base no exterior.

Ademais, ao iniciar um atendimento, a ApexBrasil avalia outras características das empresas por meio de um formulário no qual são solicitados alguns dados empresariais e informações referentes ao histórico da empresa com relação à exportação, e que enriquecem a análise do cliente. É com base nessas informações que a ApexBrasil procura oferecer o serviço ou produto mais adequado do seu portfólio e que tenha maior aderência ao perfil da empresa que está em atendimento. Atualmente, o CRM contém 170.998 empresas/instituições registradas.

Em 2021, a ApexBrasil realizou 7.543 atendimentos, registrados na base de relacionamento/CRM por meio de ocorrências. Desses, 75% tiveram como origem canais on-line, como Fale Conosco e e-mail.

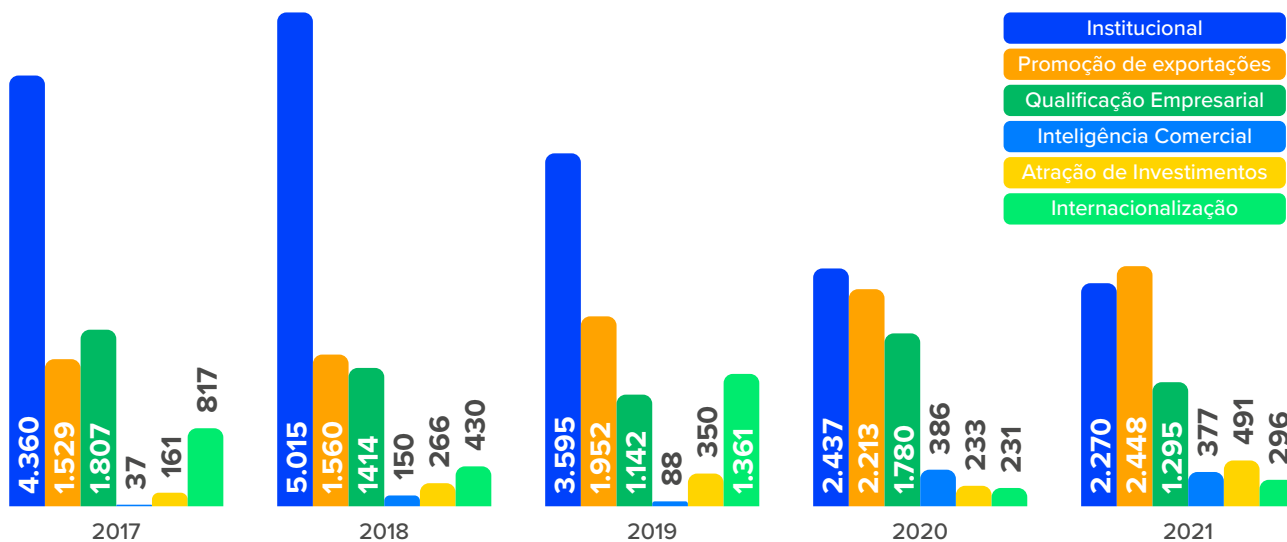
Gráfico 1 – Canal de origem dos atendimentos



Com o projeto de qualidade de dados do CRM iniciado em 2020, a Agência obteve melhor categorização dos assuntos que dão origem aos contatos, e, com isso, percebeu-se o aumento das demandas de promoção de exportações, conforme gráfico a seguir.

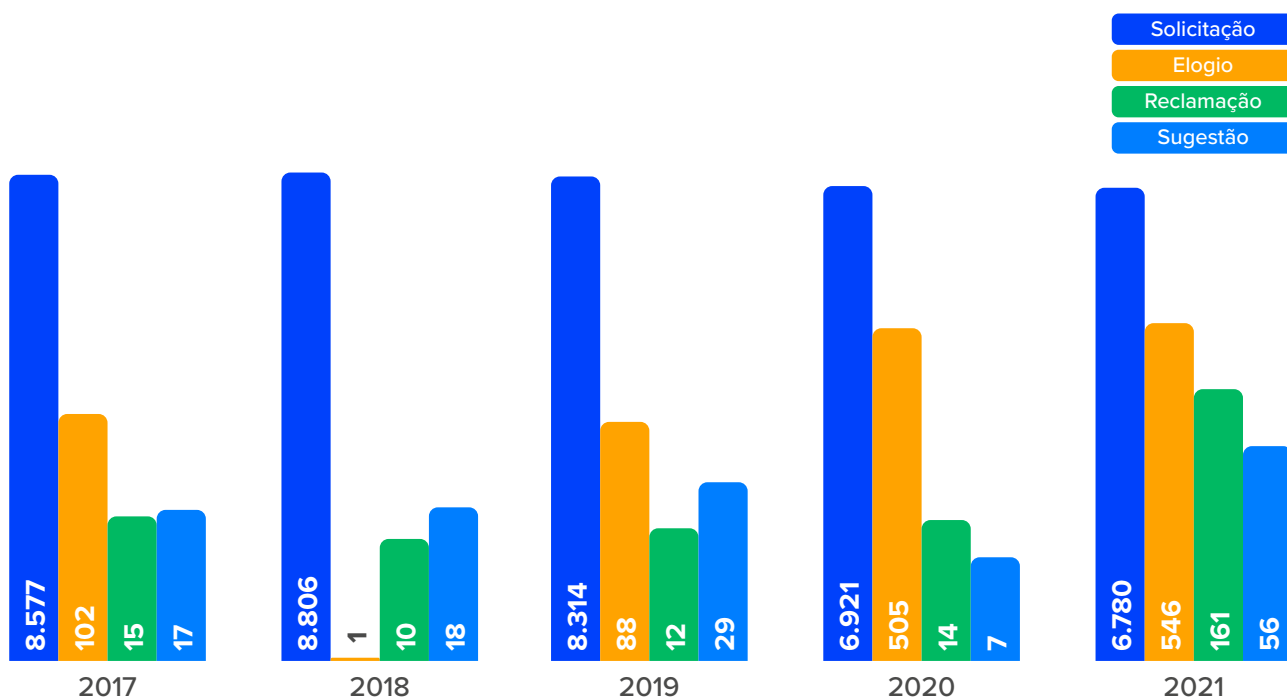


Gráfico 2 – Os assuntos dos atendimentos



Compreende-se que o aumento dos elogios, reclamações e sugestões também foi devido à melhor categorização de demandas e à migração das pesquisas para o formato digital, tornando viável a migração dos dados para o CRM. Outro motivo para o aumento desses registros deu-se pelo tratamento das demandas de reclamações, sugestões e elogios decorrentes das pesquisas de satisfação, que passaram a ser registradas como ocorrências. Ao adequar-se às normas de qualidade exigidas na ISO 9001, a Agência passou a seguir um novo fluxo de tratamento das reclamações, que são acompanhadas por meio dos registros no sistema de CRM.

Gráfico 3 – Os tipos de atendimentos





Vale ainda mencionar que, dos 7.543 registros, 3.321 foram atendimentos voltados a empresas brasileiras (44%). Desse valor, 2.140 são empresas únicas que podem ter sido atendidas mais de uma vez e, destas, 955 (45%)<sup>2</sup> demonstraram interesse ou consumiram algum serviço da Agência após o atendimento pela área de Relacionamento com Clientes. Isso significa que as empresas efetuaram inscrição em eventos da ApexBrasil registrados no CRM, ou tiveram oportunidades abertas, ou consumiram estudos de inteligência.

**CRM – Atendimentos em 2021**

**7.543**

atendimentos realizados

**75%**

por meio de canais on-line

**3.321 atendimentos**

a empresas brasileiras

**2.140**

empresas atendidas

**45%**

das empresas atendidas consumiram ou demonstraram interesse em consumir algum serviço da Agência após o atendimento.

Um dos indicadores de qualidade do atendimento é a mensuração do tempo dos atendimentos realizados, ou seja, o tempo que o cliente aguarda para receber um retorno da ApexBrasil. Em 2021, visando à adequação do processo de atendimento a reclamações ao padrão ISO 9001, a Agência estabeleceu um Acordo de Nível de Serviço (SLA) com o cliente, no qual ele seria respondido num prazo máximo de até três dias (3) úteis para qualquer tipo de solicitação. Isso passou a ser informado a todos que entravam em contato, via portal (Fale Conosco).

<sup>2</sup> Observação: neste número foram consideradas apenas as empresas com CNPJ.

Diante disso, em 2021, a média do prazo de atendimento ficou em 1,39 dias úteis, sendo que 95% das demandas foram atendidas em até três dias e 92% dos atendimentos foram solucionados em até dois dias úteis.

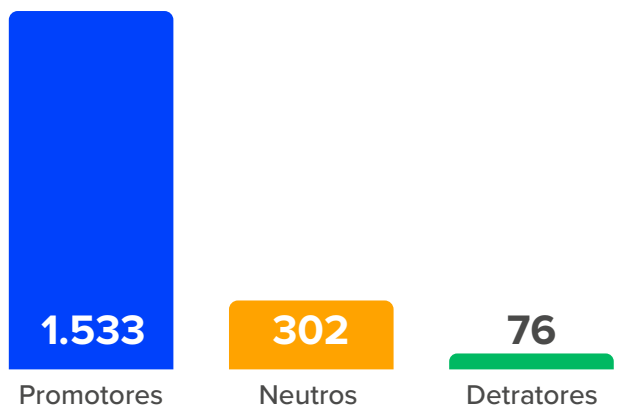
**Medindo a satisfação dos clientes**

A ApexBrasil aplica uma pesquisa de satisfação aos consumidores dos serviços oferecidos diretamente pela Agência para obter impressões sobre as atividades desenvolvidas.

Em 2021, dando continuidade ao trabalho de digitalização de pesquisa de satisfação, os eventos e produtos/serviços da ApexBrasil foram avaliados pelos clientes também de forma on-line, o que facilitou a coleta dos dados e a experiência do usuário no preenchimento das pesquisas. A iniciativa possibilitou o acompanhamento interno dos dados via painel estratégico disponível aos colaboradores da Agência. Logo, a partir deste ano, todo colaborador passou a acompanhar o feedback do cliente, trabalhando com as informações e visando ao aprimoramento dos produtos e serviços com base na percepção desse público.

O Net Promoter Score (NPS), que avalia o grau de lealdade de um cliente a determinada organização, continuou a ser aplicado nas pesquisas de satisfação e, no ano de 2021, a Agência alcançou um NPS de 76,50, resultado coletado em 79 eventos/serviços, com 1.911 respostas. Esse valor manteve a ApexBrasil em Zona de Excelência e demonstra que a organização está no sentido correto no que diz respeito à percepção de seus clientes com relação aos seus serviços.

Gráfico 4 – Net Promoter Score (NPS)



Outras pesquisas de satisfação são aplicadas pela Agência, porém ainda não estão com o NPS implementado. Contabilizando todas as pesquisas aplicadas em 2021 (com NPS e sem NPS), foram obtidos 4.153 feedbacks, que avaliaram diferentes ações da ApexBrasil ao longo do ano, como *webinars*, rodadas de negócios, estudos de inteligência, feiras, missões, oficinas de competitividade e o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX).

### Site e Redes sociais

Em 2021, a atuação no ambiente on-line reforçou a comunicação motivadora, didática e leve da Agência, que busca sempre o melhor relacionamento direto com a sociedade. Entre janeiro de 2021 e dezembro de 2021, registrou-se crescimento de 10,23% no total de seguidores das redes sociais da Agência - Instagram, Twitter (português e inglês) e LinkedIn (português e inglês). Além disso, a taxa de engajamento teve um crescimento de 87,87% em dezembro de 2021.

Gráfico 5 – O total de seguidores nas redes sociais

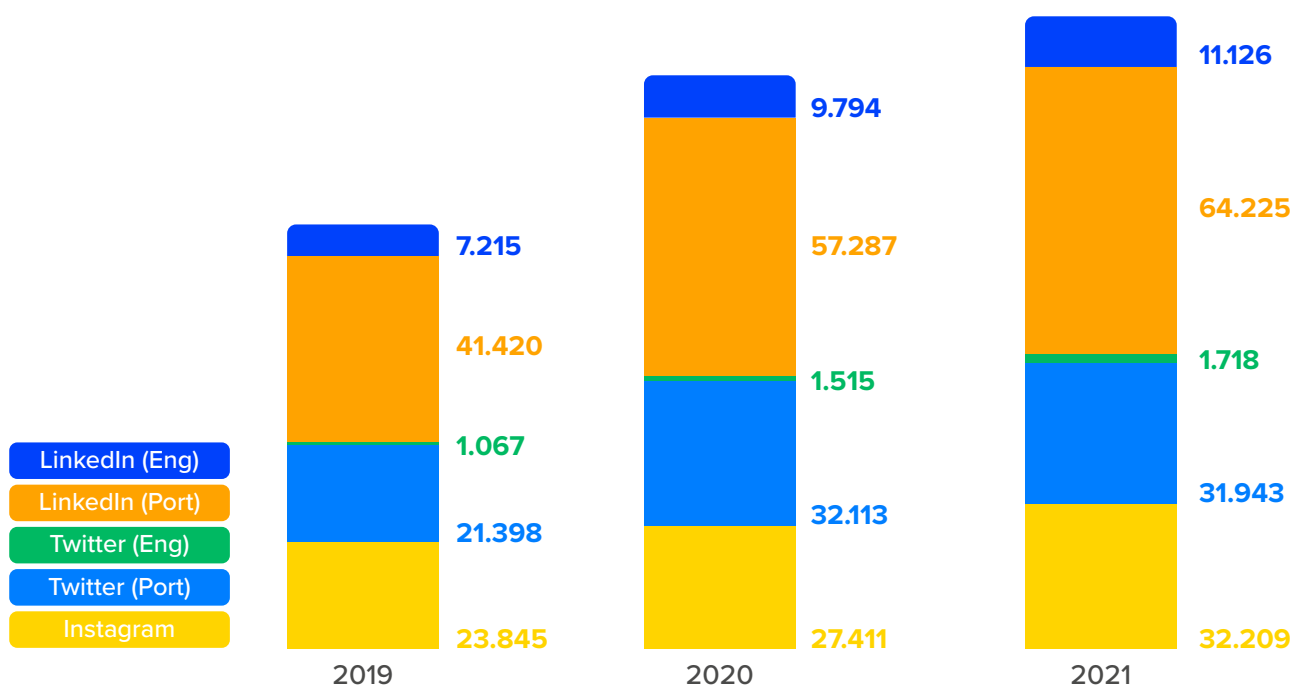


Tabela 1 – Taxa de engajamento

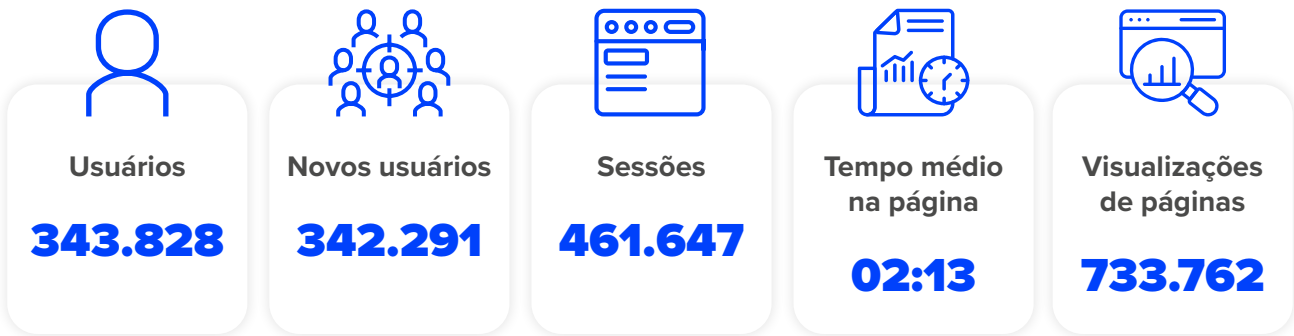
#### Taxa de engajamento

% Evolução comparativa entre janeiro e dezembro de 2021	
Instagram	167,36%
LinkedIn (Port)	13,43%
LinkedIn (Eng)	253,27%
Twitter (Port)	-33,33%
Twitter (Eng)	37,50%
<b>Média total do crescimento comparativo entre janeiro e dezembro de 2021 de todas as redes</b>	<b>87,87%</b>



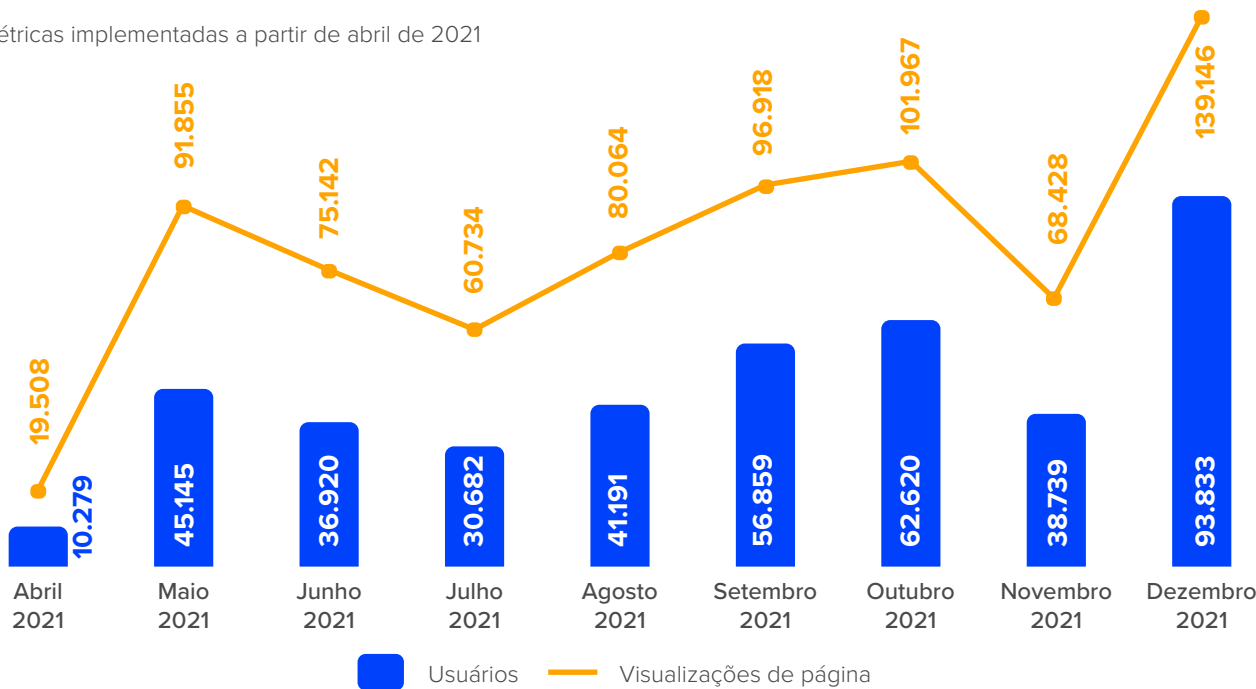
### Números do Portal ApexBrasil

De 1º janeiro a 31 de dezembro de 2021

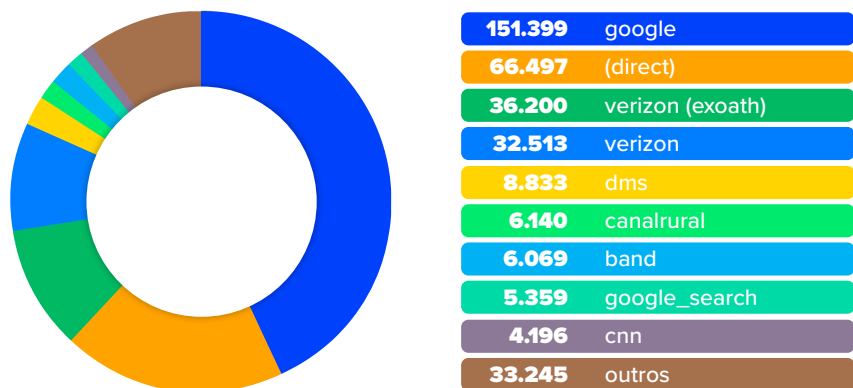


### Usuários e visualizações de páginas

Métricas implementadas a partir de abril de 2021



### Origem por usuário



## PARCERIAS

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

No relacionamento com os Poderes Legislativo e Executivo, é destaque a interação com o Senado Federal, Câmara dos Deputados, Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério da Economia (ME), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), Ministério da Defesa (MD), Ministério do Meio Ambiente (MMA), Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), Ministério das Minas e Energia (MME), Ministério da Infraestrutura (Minfra), Ministério das Comu-

nicacões (MCom), Ministério do Turismo (Mtur), Controladoria-Geral da União (CGU), dentre outros.

Ainda no ambiente nacional, a Agência participa do Comitê de Líderes da Mobilização Empresarial pela Inovação (MEI), coordenado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), e do Comitê Nacional de Iniciativas de Apoio a Startups, coordenado pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTIC).

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

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



Foto: Feira Offshore Technology Conference (OTC), em Houston (Estados Unidos)



Foto: Feira Anuga 2021, em Colônia (Alemanha)

### Relacionamento com o Congresso Nacional

Diante da pandemia e seus impactos na Agenda Legislativa, a Agência acompanhou de forma remota as pautas relativas ao ecossistema de comércio exterior. Além disso, foi feita com êxito a sensibilização de parlamentares e autoridades para a importância da participação brasileira na Expo 2020 Dubai. Os parlamentares tiveram a oportunidade de conhecer o trabalho de promoção de imagem do Brasil e de atração de investimentos realizado no Pavilhão Brasileiro, organizado e gerido pela ApexBrasil.

### Principais ações em 2021:

↳ Foram firmados 16 instrumentos de cooperação com instituições brasileiras e estrangeiras, cabendo destaque para os seguintes: Acordo de Cooperação Técnica (ACT) com

o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Ministério de Minas e Energia (MME) e Ministério da Infraestrutura (Minfra); Memorandum of Understanding (MoU) com a Amazon e Procolombia. As parcerias firmadas visam ao intercâmbio de informações e de melhores práticas, bem como à execução de ações conjuntas para atração de investimentos e alavancagem de exportações.

↳ Acompanhamento de agenda de autoridades e parlamentares à Anuga (Alemanha), maior feira de alimentos e bebidas do mundo, e à Offshore Technology Conference (OTC), em Houston (Estados Unidos), considerado o



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.

- ↪ Acompanhamento de agenda de servidores do Ministério da Defesa à Milipol Paris 2021, principal evento de defesa e segurança, no qual o Pavilhão Brasil, organizado pela Associação Brasileira da Indústria de Defesa e Segurança (Abimde), em parceria com a ApexBrasil, abrigou empresas brasileiras que estão entre as líderes mundiais de seus segmentos.
- ↪ Acompanhamento da agenda do Presidente da República à Dubai Air Show, maior feira da indústria aeroespacial da região, que teve a participação da Embraer e de mais seis empresas do setor no Pavilhão do Brasil.
- ↪ Participação em dois *webinars* de oportunidades na Índia, promovido 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.
- ↪ Participação no *Roadshow Integração e Desenvolvimento do Corredor Centro-Norte*, da Agência de Desenvolvimento Sustentável do Corredor Centro-Norte (Adecon), em mais de 10 cidades que são polos produtivos das regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste. A presença da ApexBrasil permitiu a divulgação dos programas da Agência, sobretudo do PEIEX e programas de inovação, a um público qualificado, com baixíssimo custo (on-line na maior parte das cidades; presencial apenas em São Paulo e Brasília).
- ↪ Participação em *Roadshow* de apresentação institucional com Banco de Desenvolvimento da América Latina (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).

- ↪ Apresentação e presença no *webinar* de capacitação em ferramentas de inteligência e de e-commerce para empresas, realizado em parceria com congêneres da Argentina, Uruguai e Paraguai.

## RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE

A transparência é um dos pilares do Programa de Compliance da ApexBrasil e guia as ações da Agência, não somente pelo dever formal, mas também pelo seu compromisso social. Por isso, a ApexBrasil tem trabalhado fortemente na estruturação e desenvolvimento do Serviço de Acesso à Informação (SIC), que assegura o cumprimento da Lei de Acesso à Informação (LAI), bem como o funcionamento do canal de Ouvidoria da Agência, de modo a fortalecer a cultura de conformidade, integridade e ética. Dessa maneira, é possível combater a fraude e a corrupção em todas as suas formas.

As informações de interesse geral e coletivo da Agência estão acessíveis no endereço <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, em conformidade com a LAI. Também estão disponíveis aos cidadãos, como mencionado acima, dois canais de comunicação com a Agência: a Ouvidoria e o SIC, os quais apresentamos a seguir.

### Ouvidoria

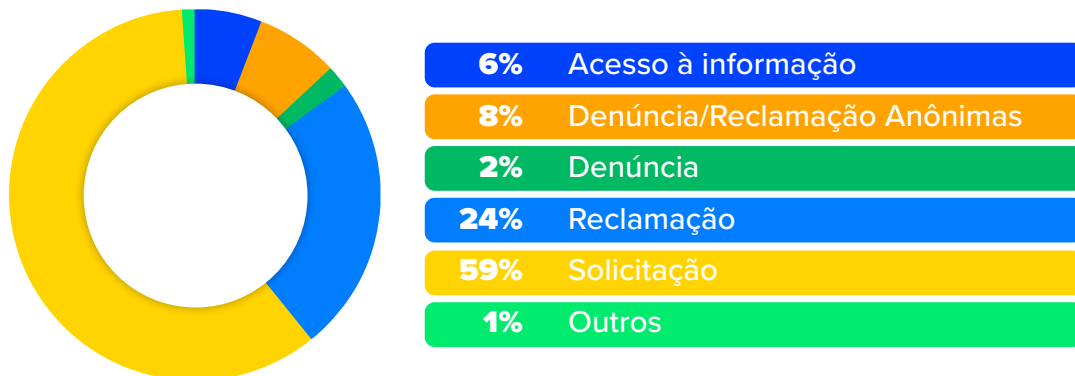
A Ouvidoria da ApexBrasil é um espaço de participação social, fundamental para a melhoria da qualidade dos serviços prestados pela Agência, bem como para o aperfeiçoamento de sua gestão. É responsável por receber sugestões, elogios, reclamações, solicitações ou denúncias relacionadas a processos, empregados, membros da alta gestão e atividades da Agência, de uma maneira segura e sigilosa.

Está acessível pela Plataforma Integrada de Ouvidoria e Acesso à Informação – Fala.BR, desenvolvida e gerida pela Controladoria-Geral da União (CGU), no endereço <https://falabr.cgu.gov.br/>, pelo e-mail [ouvidoria@apexbrasil.com.br](mailto:ouvidoria@apexbrasil.com.br) ou pelo telefone (61) 2027-0334.



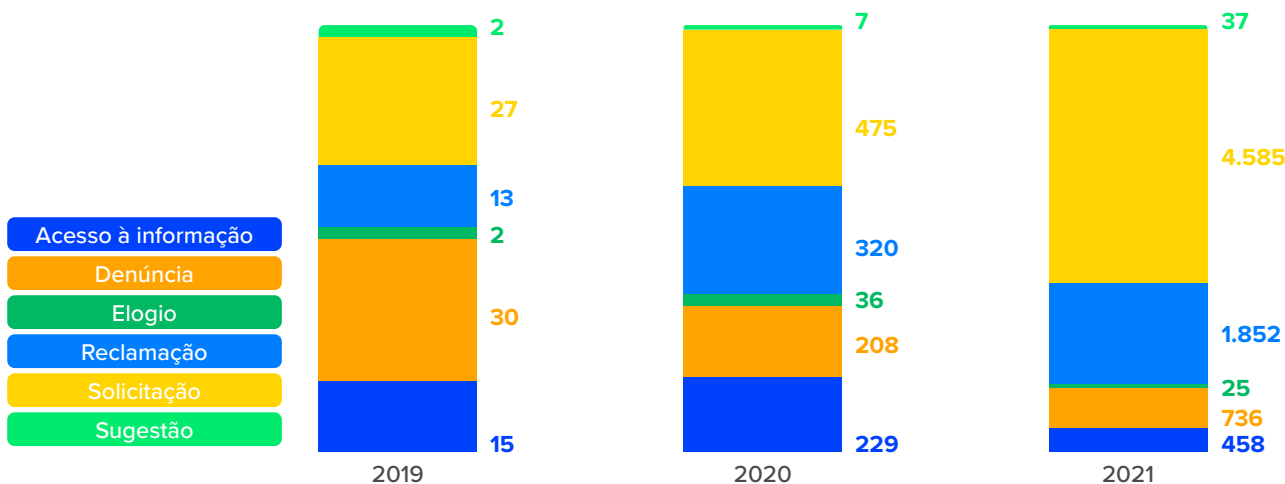
Em 2021, foram acolhidas e tratadas pela ApexBrasil 7.783 ocorrências. Desse total, em torno de 65% referiam-se ao Auxílio Emergencial e a Benefícios Sociais do Governo Federal, assuntos alheios às competências institucionais da Agência, o que elevou, de modo expressivo, o número de registros de manifestações dos tipos Acesso à informação, Solicitação, Reclamação e Denúncia, conforme demonstrado nos gráficos a seguir.

Gráfico 6 – Percentual dos registros de manifestações em 2021



Fonte: Coordenação de Prevenção, Ouvidoria e Transparência

Gráfico 7 – Manifestações recebidas de 2016 a 2021, por tipo de manifestação



Fonte: Coordenação de Prevenção, Ouvidoria e Transparência

Para mais informações sobre a Ouvidoria, acesse o endereço <https://portal.apexbrasil.com.br/ouvidoria/>

**Portal da Transparência e Prestação de Contas e Serviço de Informação ao Cidadão (SIC)**

A ApexBrasil mantém um diálogo transparente, respeitoso e proativo com a sociedade e com os demais públicos de interesse, em estreita observância às orientações legais vigentes. Em 2021, foram





conduzidas atualizações e inclusões no Portal de Transparência e Prestação de Contas da ApexBrasil (<https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>), adequando-o à legislação pertinente e facilitando o acesso pelo cidadão, aprimorando, assim, a transparência, a integridade e a participação social sobre os recursos públicos geridos pela Agência.

Em 2021, a Agência recebeu 458 pedidos de acesso à informação, sendo 71% de assuntos alheios às competências institucionais da ApexBrasil, conforme mencionado anteriormente. Dos pedidos de informação recebidos atinentes à Agência, os assuntos mais demandados foram os institucionais (14%), seguidos por exportação (12%) e comércio exterior (9%).

Para mais informações sobre o SIC ApexBrasil, acesse o endereço <https://portal.apexbrasil.com.br/acesso-a-informacao-sic/>.



## LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)

Em 2021, foi disponibilizado o Painel de Acompanhamento das Ações de adequação à LGPD. Com visão executiva, mostra as ações em andamento, por criticidade, por área responsável, dentre outras.

Dessa forma, conforme contido no plano de ação para adequação à LGPD, foram realizadas entregas relativas aos dados pessoais de contatos da Agência no CRM, incluindo *prospects* e clientes, pessoas físicas que entram em contato, parceiros, entre outros públicos que constam no sistema de relacionamento com clientes, como detalhado adiante, em Campanha de Coleta de Consentimento.





Além disso, os Sistemas de Gestão de Identidades (IAM) e de Acessos Privilegiados (PAM) entraram em produção em outubro de 2021, reduzindo os processos manuais de gestão de acessos e automatizando o provisionamento de identidades a partir do sistema de gestão de pessoas. Outra iniciativa que merece destaque é a produção de um estudo e um levantamento dos impactos da LGPD na Gestão Documental da ApexBrasil. A partir disso, foi elaborada uma nota técnica com propostas de ações para guiar a adequação da Agência à legislação de proteção de dados.

Principais ações:

- ↪ Lançada área virtual de Gestão de Dados Pessoais, na qual os titulares de dados com relacionamento na ApexBrasil podem ajustar preferências de contato, atualizar seus dados ou solicitar cancelamento do relacionamento. Acesse em: <https://crm-apps.apexbrasil.com.br/orgbdeab873/central-lgpd/>
- ↪ Novo canal de comunicação sobre LGPD dentro do CRM da ApexBrasil. Os contatos externos agora são realizados pelo e-mail [lgpd@apexbrasil.com.br](mailto:lgpd@apexbrasil.com.br) e tratados pelo CRM, mantendo todo o histórico e acompanhamento das requisições dos titulares de dados.
- ↪ Bate-papo em setembro de 2021 com colaboradores sobre LGPD e nova Área de Gestão de Dados Pessoais, com a participação de 150 pessoas. Também foi promovida ampla conscientização e debate sobre questões relacionadas à proteção de dados pessoais e privacidade.
- ↪ Nova campanha de divulgação da cartilha de LGPD, com engajamento dos colaboradores por meio de perguntas (Quiz). Contou com distribuição de cadeado com segredo, personalizado com emblema da LGPD na ApexBrasil, aos 30 primeiros respondentes que acertassem as respostas.

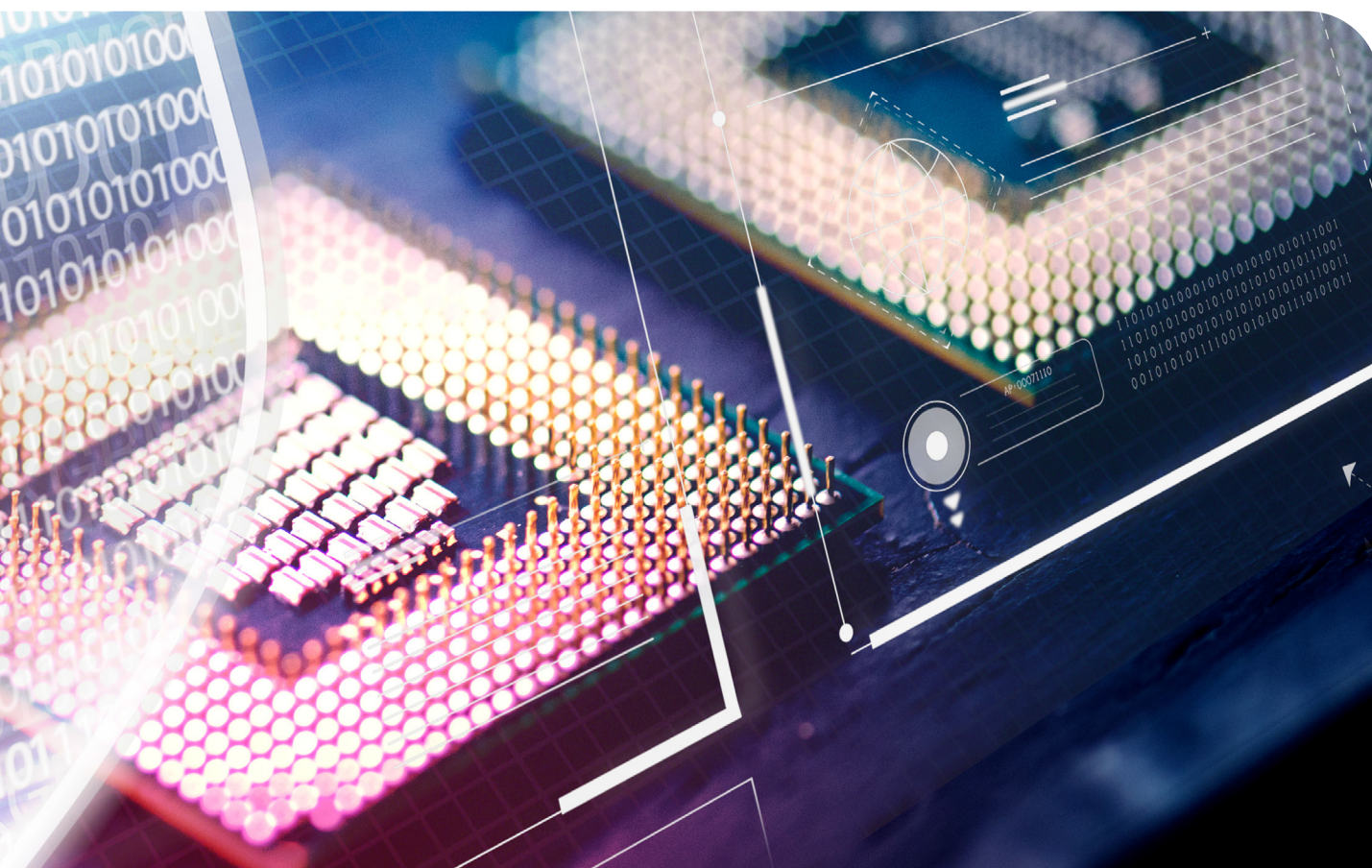


Gráfico 8 – Progresso das ações

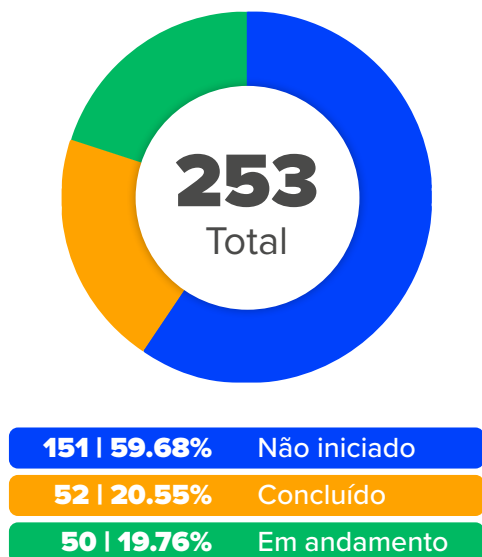


Gráfico 9 – Ações por risco

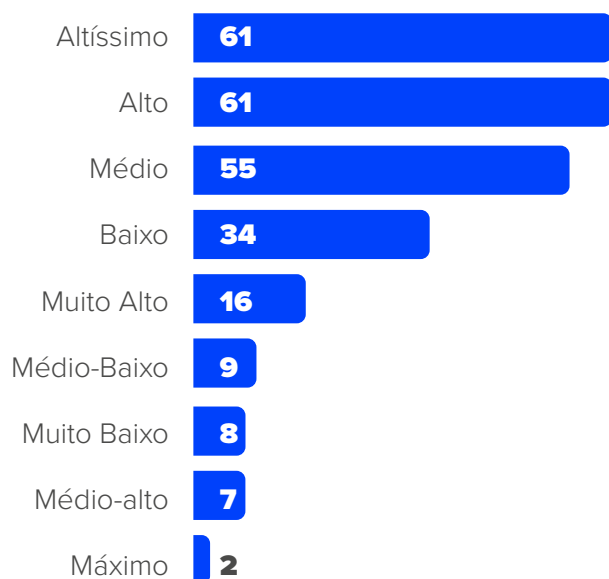
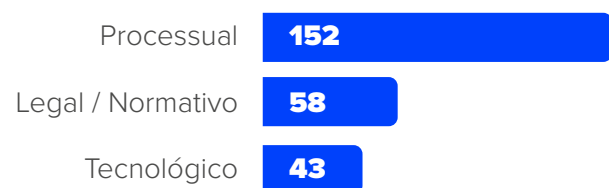


Gráfico 10 – Tipo de ação



### Campanha de coleta de consentimento

Com a LGPD em vigor, o desafio da Agência este ano foi aumentar o número de pessoas/contatos com consentimento para envio de mensagens de divulgação e uso e tratamento de seus dados pessoais pois, em 2020, foram apenas 537 contatos consentidos.

Este trabalho foi priorizado, uma vez que a ApexBrasil precisa continuar contactando seus clientes e *prospects*, divulgando e garantindo público para suas ações, sem incorrer em riscos legais.

Com a campanha de coleta de consentimento em 2021, foram prospectados 35 mil contatos e conquistado o consentimento de 17.232.

### Consentimentos coletados

- ↳ **1.371** coletados por inscrição e central
- ↳ **4.211** coletados pela central de gestão de dados pessoais
- ↳ **14.392** coletados exclusivamente por inscrições (somando as repetições, foram coletados **22.042** consentimentos em inscrições)

Vale destacar que, para iniciarmos a campanha de coleta de consentimento dos dados pessoais dos clientes, algumas ações foram pensadas previamente, o que foi decisivo para o sucesso da campanha.

Ações prévias à campanha de consentimento LGPD realizadas em 2021:

- ↳ Planejamento e criação no CRM da área de gestão de dados pessoais dos titulares. Nela, a ApexBrasil consegue gerir os consentimentos e acatar a LGPD no atendimento aos direitos do titular. Nessa área, o titular dá o



seu consentimento e informa preferências de privacidade (como nome, e-mail, telefone etc.).



- ↪ Elaboração do Termo de Uso e Proteção de dados pessoais provisório da ApexBrasil. Acesse em: <://arq.apexbrasil.com.br/emails/relacionamento/2021/TermoDeUso-Portugues.pdf>



- ↪ Produção de documento com regras sobre coleta, armazenamento, tratamento e utilização de dados pessoais constantes do sistema de CRM que foram tornados públicos aos clientes. <://arq.apexbrasil.com.br/emails/LGPD/Consentimento-ApexBrasil.pdf>

- ↪ Realização de melhoria nas configurações do sistema de CRM, possibilitando a adequação de todos os formulários de inscrição em eventos, Fale Conosco, e cadastro para o novo processo de coleta de consentimento do cliente.

- ↪ Análise do histórico de consentimentos já coletados individualmente em *disclaimer* nos antigos formulários de inscrição em eventos, antes da criação da área de gestão de dados pessoais, e inclusão retroativa dessa informação no CRM.

- ↪ Sensibilização interna sobre tratamento de dados pessoais dos clientes no CRM.

- ↪ Bate-papo com colaboradores sobre LGPD para conscientizar sobre a Lei e apresentar a Área de Gestão de Dados Pessoais, com a participação de 150 colaboradores, além de debate, com o Encarregado de Dados e a área de relacionamento com clientes, sobre questões relacionadas à proteção de dados pessoais e privacidade.

- ↪ Produção e divulgação de documento interno com as principais dúvidas sobre a LGPD.





Ambiente de  
atuação, riscos  
e perspectivas



## AMBIENTE DE ATUAÇÃO

O ano de 2021 foi marcado por uma tendência de recuperação econômica global após o cenário de desafios decorrentes da pandemia da Covid-19. Segundo projeções do Fórum Monetário Internacional (FMI), estima-se que a economia mundial tenha crescido 5,9% em 2021, frente a uma queda de 3,1% em 2020. O contexto de crise sanitária gerou fortes disrupções nas cadeias globais de fornecimento, especialmente na disponibilidade de fretes internacionais, e contribuiu para um ambiente inflacionário em diversas economias, devido ao crescimento dos custos de vários insumos, como os semicondutores. Economias exportadoras de *commodities*, caso do Brasil, tiveram no aumento dos preços importante fator em favorecimento às suas vendas externas.

Segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC), o crescimento do comércio global deve

chegar a 10,8% em 2021. Da mesma forma, conforme a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Investimentos (UNCTAD), em 2021 o investimento estrangeiro direto global apresentou uma forte recuperação, de 77%, em relação a 2020. Com isso, o valor chegou a US\$ 1,65 trilhão, em comparação com os US\$ 929 bilhões em 2020, ultrapassando níveis pré-covid. Os investimentos diretos em economias em desenvolvimento cresceram 30%, chegando a US\$ 870 bilhões. O setor de infraestrutura teve grande destaque por conta das condições financeiras de longo prazo, dos pacotes de estímulos e dos programas transnacionais de investimento. Nesse contexto, o Brasil viu seu IED total dobrar para US\$ 58 bilhões<sup>3</sup>, chegando próximo a níveis pré-pandêmicos.

<sup>3</sup> Existem diferenças metodológicas na aferição de resultados de IED da UNCTAD e do Banco Central do Brasil em decorrência do uso de diferentes versões do Manual de Balanço de Pagamentos do FMI.



Essas informações apontam para uma tendência positiva, tanto em termos de exportações brasileiras quanto de atração de investimentos estrangeiros, e apresentam oportunidades para a ApexBrasil expandir sua atuação e incrementar a presença das empresas brasileiras no mercado internacional e de empresas estrangeiras no Brasil.

## RISCOS

Com relação à gestão de riscos, tendo como norte o objetivo estratégico “Evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em Governança e Compliance”, em 2021 a Agência permaneceu focada no mapeamento e na transformação de seus processos, realizando a gestão de riscos nos processos priorizados.

Confira aqui a Metodologia de Gestão de Riscos



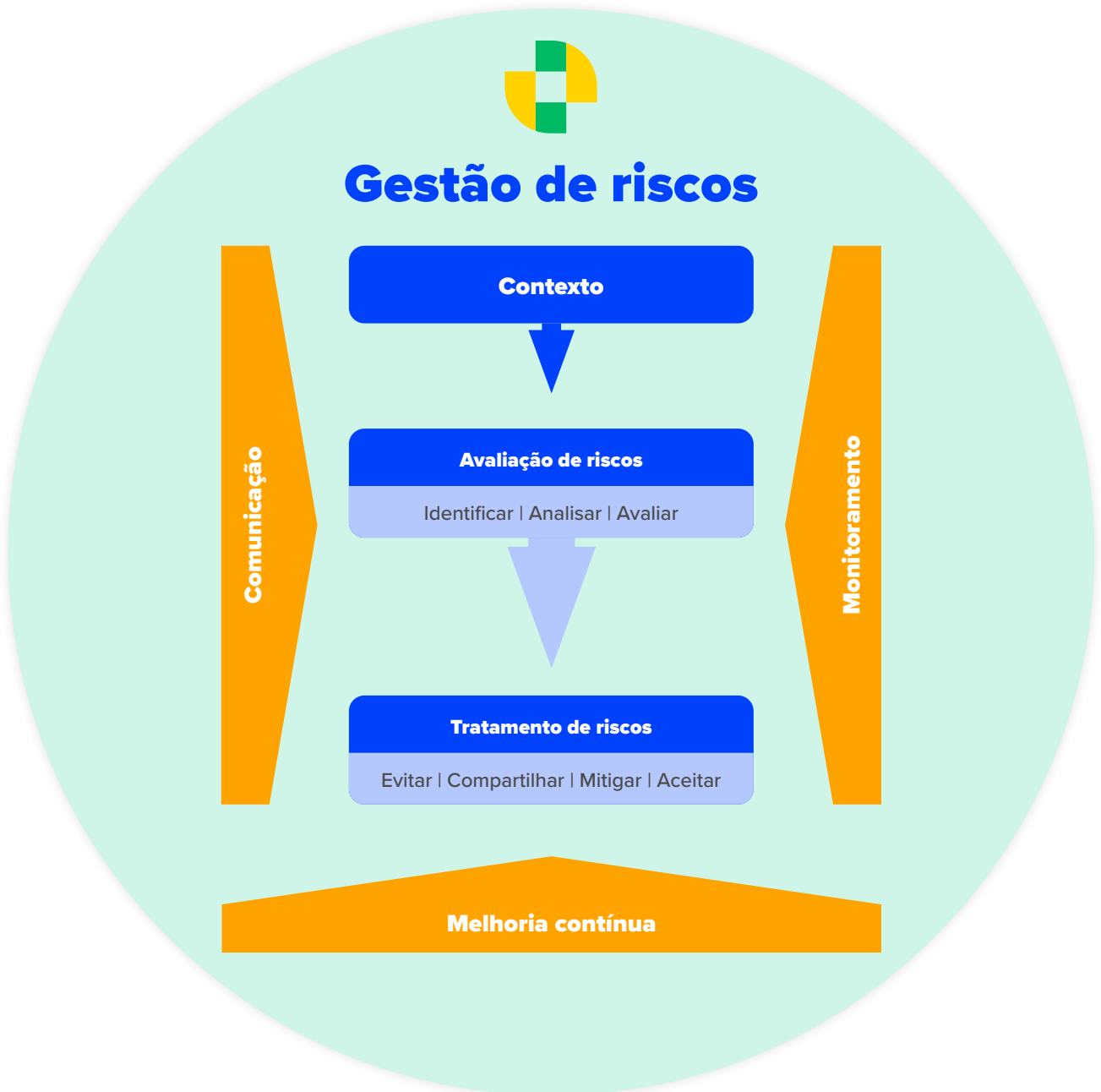
Merece destaque o processo de Feiras Internacionais, onde foi aplicada a Metodologia de Gestão

de Riscos desenvolvida pela ApexBrasil. Nesse contexto, o trabalho exigiu dedicação de equipe multidisciplinar, tendo em vista a transversalidade do processo, sendo propostas medidas para mitigação dos riscos, fortalecendo a percepção interna da relevância do tema.

A Gestão de Riscos no processo de contratações iniciada anteriormente, já tem seu plano de tratamento com 72% das ações concluídas, incorporando relevantes melhorias à Agência.

Para a disseminação e consolidação da cultura de gestão de riscos, a ApexBrasil desenvolveu vários instrumentos, de fácil compreensão, além de realizar capacitações. A Metodologia de Gestão de Riscos da ApexBrasil, por exemplo, partiu de um benchmarking que levou em consideração as melhores práticas desenvolvidas por órgãos de controle, organismos governamentais e entidades do Sistema S. Essa metodologia determina que







a gestão de risco passa, inicialmente, pela ordenação por categorias, níveis de risco, além da definição da quantidade de etapas considerada ideal para o desenvolvimento das atividades. Nesse aspecto, a ApexBrasil definiu que sua Metodologia de Gestão de Riscos perpassa seis etapas, sendo elas: 1) comunicação, 2) contexto, 3) avaliação de riscos, 4) tratamento de riscos, 5) monitoramento e 6) melhoria contínua.

Sob o enfoque da gestão de riscos, a Agência também consolidou a abordagem GUT – ferramenta para auxiliar na priorização de resolução de problemas baseada nos critérios gravidade, urgência e tendência – na análise de projetos de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), tendo sido 31 em 2021.

## PERSPECTIVAS

A ApexBrasil atua para ser a principal parceira das empresas brasileiras na promoção das exportações, da internacionalização e dos investimentos, tornando-se, assim, referência na elaboração das estratégias para o acesso das empresas ao mercado externo.

Para tanto, o Plano Estratégico 2020-2023 é o instrumento com as diretrizes e os objetivos estratégicos que guiarão as ações da Agência a médio e longo prazo, no cumprimento de sua missão, impulsionando as empresas brasileiras.

Diante do cenário apresentado, buscando se preparar para os desafios e aproveitar as oportunidades, a ApexBrasil revisou a sua estratégia, se adaptando à conjuntura dos diversos acontecimentos. Assim, a segunda revisão do Plano Estratégico 2020-2023, com início de sua vigência a partir de 2022, traz mudanças para uma melhor comunicação dos resultados da Agência e a proposição de metas mais desafiadoras.



O Plano Estratégico 2020-2023 está disponível no endereço: [https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/Planejamento e Gestão](https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/Planejamento%20e%20Gest%C3%A3o).







Governança,  
estratégia e  
desempenho

## GOVERNANÇA

### CONTRATO DE GESTÃO

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

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



Fonte: Gerência de Gestão Estratégica



Para conhecer o Plano Estratégico 2020-2023, os Relatórios de Desempenho, os Planos de Ação e os Orçamentos Programa Anual da ApexBrasil, acesse <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, Planejamento e Gestão



## MEDIDAS ADOTADAS EM RELAÇÃO AOS INDICADORES DE GOVERNANÇA E GESTÃO LEVANTADOS

Confira aqui o  
Estatuto Social



Prezando pela transparência na sua atuação, o modelo de governança da Agência é estabelecido pelo Estatuto Social e pelo Regimento Interno da ApexBrasil, que formalizam as competências, funções e responsabilidades dos colegiados, da Diretoria Executiva, Gerências e Coordenações da Agência.

Confira aqui o  
Regimento Interno



Confira aqui  
os resultados

O Plano Estratégico 2020-2023, documento que traça os objetivos estratégicos, metas e diretrizes da organização, evidencia que a evolução dessa temática é uma das prioridades da ApexBrasil, conforme pode ser visualizado no Objetivo Estratégico 10 – Evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em Governança e Compliance.

Ainda, destaca-se que a ApexBrasil é uma das instituições participantes do Levantamento de Governança e Gestão Públicas, realizado pelo Tribunal de Contas da União (TCU) com o objetivo de estimular as organizações públicas a adotarem boas práticas de governança. A partir do levantamento, o TCU disponibiliza o relatório individual da autoavaliação de cada instituição, que é utilizado como direcionador das ações de aprimoramento de governança e gestão da ApexBrasil.

Confira aqui  
o Plano Anual



Durante o ano de 2021, foram realizadas ações de fortalecimento da governança e gestão, em sintonia com o diagnóstico apresentado pelo TCU, dentre as quais notabilizam-se:

- Aprovação, pela primeira vez, do Plano Anual de Contratações da ApexBrasil, que engloba novas contratações e renovações, sendo um dos passos de maior relevância para o planejamento de aquisições e a prevenção de riscos em contratações. Ademais, os gestores e fiscais contratuais, devidamente compromissados e instruídos, assim como capacitados tecnicamente, podem nesse momento dimensionar os riscos envolvidos em todos os processos de contratação.



Evolução nos processos de planejamento e de direcionamento estratégico das contratações por meio de aprovação da Política de Aquisições e do Regimento Interno do Comitê Gestor de Contratações da ApexBrasil, que regulamentam diretrizes de atuação para que as contratações atendam à Agência como um todo e que guardem alinhamento com os objetivos estratégicos estabelecidos.



No último ano, também foi mapeado o rito dos processos de contratações, trabalho que deu fruto a planos de ação visando mitigar todos os riscos identificados.



Ainda no exercício de 2021, a ApexBrasil implantou a Avaliação de Desempenho dos Fornecedores, a qual permeia a avaliação da entrega do bem ou execução do serviço pelo contratado.



Pela primeira vez na Agência, foi realizado, com apoio técnico de consultoria externa especializada, diagnóstico de dimensionamento de pessoal, que envolveu todos os colaboradores para identificar qualitativa e quantitativamente as atividades de cada área, com o objetivo de alinhar cada vez mais os requisitos da força de trabalho ao Plano Estratégico da instituição.



A ApexBrasil foi certificada, pelo segundo ano consecutivo, como uma empresa Great Place to Work, evidenciando uma Gestão de Pessoas em consonância com os objetivos estratégicos da Agência.



As demandas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) são analisadas e priorizadas pelo Comitê Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação (CGTIC), órgão colegiado instituído pelo Regimento Interno da ApexBrasil de caráter estratégico, consultivo e executivo, que tem por finalidade coordenar a formulação de propostas de políticas, objetivos, estratégias, investimentos e prioridades de TIC e de serviços digitais.



O mesmo documento atribuiu à Coordenação de Operações e Segurança de Tecnologia da Informação e Comunicação o zelo pela segurança da informação. Nesse âmbito, a ApexBrasil conta também com o Comitê

Confira a  
Avaliação



Confira  
a Gestão



Gestor de Segurança da Informação e Comunicação, presidido pelo Coordenador de Operações e Segurança de Tecnologia da Informação e Comunicação, responsável pela governança de segurança da informação na Agência e que deve auxiliar em decisões estratégicas e táticas de TIC com impacto em toda a organização.

↪ No exercício, foi contratada empresa terceirizada para atendimento de suporte de TIC e fornecimento do serviço de gerenciamento de processos e serviços de Tecnologia da Informação, em alinhamento à Política de Gestão de Serviços de TIC da ApexBrasil, visando atender especialmente à necessidade de todas as áreas e fornecedores que lidam com os serviços de TIC, de modo a trabalharem de forma padronizada no tratamento e gestão dos seus processos.

↪ Em 2021, foi aprovado normativo para adequação das contratações de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) da ApexBrasil às boas práticas trazidas pela IN 01/2019, da Secretaria de Governo Digital do Ministério da Economia, incluindo, dentre outras determinações, a necessidade de aplicação de Acordo de Níveis de Serviço (ANS), de realização de Estudo Técnico Preliminar da Contratação (ETP) para contratações que excedam o valor de dispensa de licitação e a utilização preferencial de métricas que vinculem os serviços aos seus resultados.

## INTEGRIDADE

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

Essas iniciativas são orientadas por normas internas que definem as diretrizes de Compliance (conformidade, integridade e ética) a serem observadas, a gestão de processos, riscos e normas a ser implementada, as condutas esperadas e as consequências aplicadas à equipe ApexBrasil, incluindo os membros da alta gestão, aos seus fornecedores, clientes e parceiros. Dentre essas normas, destacamos o Estatuto Social, o Código de Ética, o Programa de Compliance e as Políticas de Gestão do Sistema Normativo Interno e de Gestão de Riscos.

As ações implementadas em 2021, assim como em 2020, estão descritas nos Relatórios Semestrais de Evolução de Maturidade do Programa de Compliance, disponíveis no Portal da Transparência e Prestação de Contas da ApexBrasil (<https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>), onde também estão publicadas as normas mencionadas. Em caso de dúvidas ou mais informações, a Gerência de Integridade pode ser contatada pelo e-mail: [integridade@apexbrasil.com.br](mailto:integridade@apexbrasil.com.br).



## CADEIA DE VALOR E GESTÃO DE PROCESSOS

A partir do Plano Estratégico, que definiu a Cadeia de Valor para o período 2020-2023, e da construção da Arquitetura de Processos, a ApexBrasil evoluiu no nível de maturidade, o que se evidencia, dentre outras atividades, pelo reconhecimento da importância do mapeamento e melhoramento dos processos, que, ao longo de 2021, foi conduzido com o apoio dos Agentes de Transformação - equipes internas capacitadas para atuar como multiplicadores em Gestão de Processos, Riscos e Qualidade, sendo os planos de ação monitorados pelo Sistema de Gestão Estratégica (SGE) e reportados semestralmente à DIREX.



### CADEIA DE VALOR | APEXBRASIL

#### Processos de Gerenciamento

Gestão de Imagem Institucional

Gestão Estratégica

Gestão de Conformidade

Gestão de Relacionamento Institucional e Governamental

#### Processos de Negócios

Promoção de Exportação da Internacionalização

Promoção e Facilitação de Investimentos Estrangeiros Diretos

Empresas Brasileiras

Gestão da Imagem dos Negócios Brasileiros

Gestão de Relacionamento com os Clientes (Canais Próprios e Parceiros)

Compradores Internacionais

Gestão da Qualidade Empresarial

Gestão de Inteligência de Mercados

Investidores Estrangeiros

Gestão de Eventos

Gestão da Inovação e Transformação

#### Processos de Sustentação

Gestão de Pessoas

Gestão de Orçamento, Finanças e Contabilidade

Gestão de TIC

Gestão de Infraestrutura e Serviços

Gestão de Fornecedores e Parceiros

Gestão do Conhecimento



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



## Processos de Gerenciamento

A Arquitetura de Processos (AP) demonstra os principais processos de Gerenciamento da ApexBrasil que entregam valor aos seus clientes.



Fonte: Metodologia de Arquitetura de Processos da ApexBrasil 2020-2023. Acesse em <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, Normativos.





### Processos de Negócios

A Arquitetura de Processos (AP) demonstra os principais processos de Negócios da ApexBrasil que entregam valor aos seus clientes.



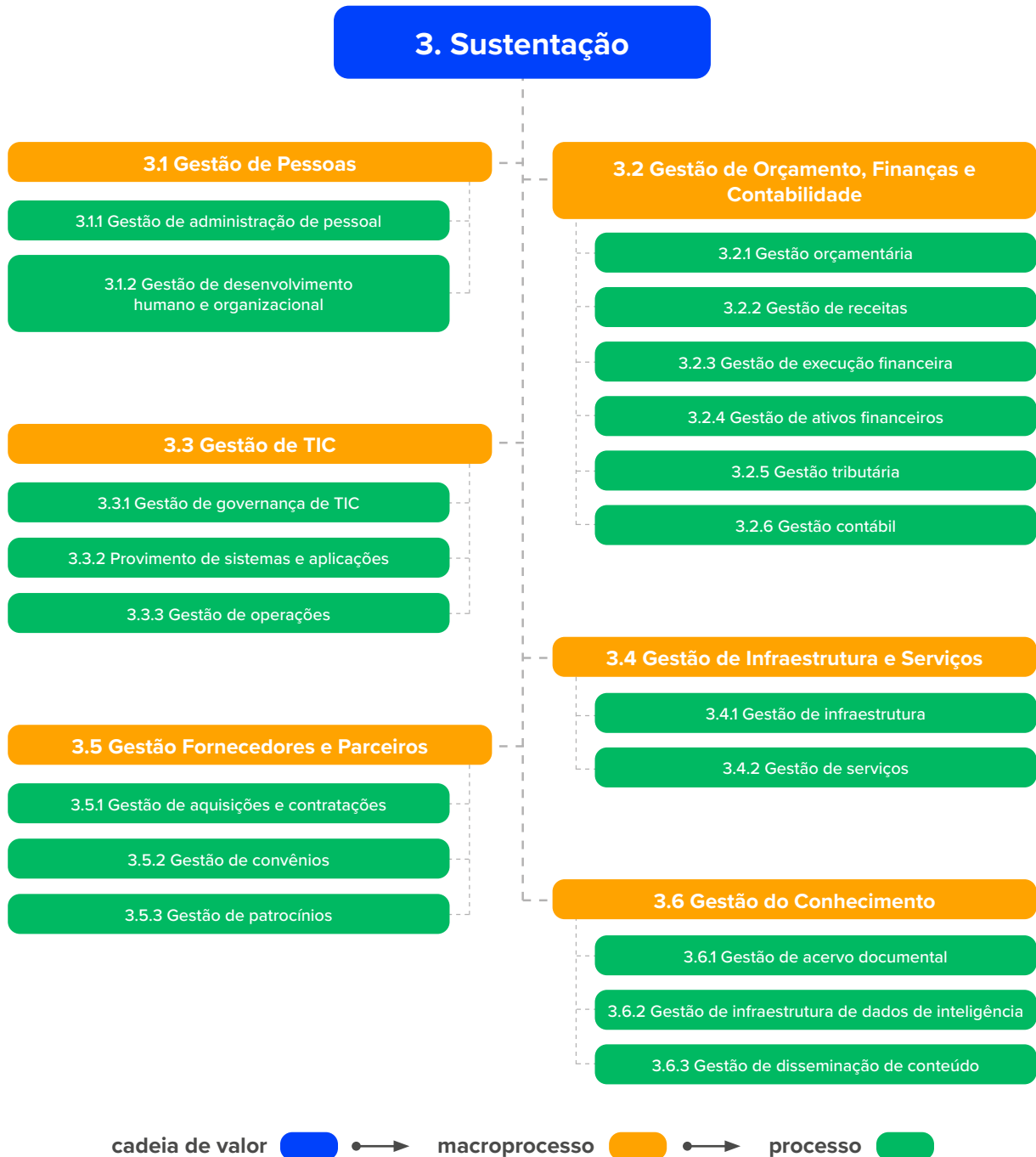
cadeia de valor   → macroprocesso   → processo  

Fonte: Metodologia de Arquitetura de Processos da ApexBrasil 2020-2023. Acesse em <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, Normativos.



## Processos de Sustentação

A Arquitetura de Processos (AP) demonstra os principais processos de Sustentação da ApexBrasil que entregam valor aos seus clientes.



Fonte: Metodologia de Arquitetura de Processos da ApexBrasil 2020-2023. Acesse em <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, Normativos.



## NORMAS

Em 2021, foi aprovada pela Diretoria Executiva a Política do Sistema Normativo Interno (SNI) com o intuito de direcionar a gestão de normas da ApexBrasil. Na ocasião, foi realizado um diagnóstico do SNI quando foi indicada a necessidade de revisão de diversos normativos, de forma a aderirem à política. Os principais resultados já percebidos foram a maior celeridade e clareza na redação e tramitação das propostas.

O Sistema Normativo da ApexBrasil é composto por 23 tipos de atos normativos, dentre os quais destacam-se: Estatuto Social, Regimento Interno da ApexBrasil, Contrato de Gestão, Políticas e Regulamentos, disponibilizados no endereço <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>.



## ESTRATÉGIA

### MAPA ESTRATÉGICO 2020-2023

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

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

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

#### Sociedade

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

Gerar inteligência para empresas sobre oportunidades e riscos de mercados

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

Inserir e ampliar a presença de empresas brasileiras no mercado internacional

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

#### Processos Internos

Atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais

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

Realizar a transformação digital e consolidar a cultura de inovação

#### Sustentabilidade

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

Evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em Governança e Compliance

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

Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável



Fonte: Plano Estratégico 2020-2023. Para conhecer o Plano Estratégico da ApexBrasil 2020-2023, acesse o portal da ApexBrasil. Disponível em [https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia,Planejamento e Gestão](https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia,Planejamento%eGestao)



### METAS 2020-2023

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



Fonte: Plano Estratégico 2020-2023. Para conhecer os resultados referentes ao ano de 2020, acesse o capítulo sobre os Resultados e Desempenho da Gestão.

### Acompanhamento, Avaliação e Revisão da Estratégia

O acompanhamento do Plano Estratégico 2020-2023 é o monitoramento da execução estratégica, com vistas a atingir os resultados pactuados e esperados.

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



## RESULTADOS E DESEMPENHO DA GESTÃO

### CONJUNTURA 2021

Com o propósito de levar os negócios brasileiros cada vez mais longe, a ApexBrasil apoiou 14.741 empresas em 2021, resultado 1,8% superior ao alcançado no ano anterior. Desse total, 5.639 são empresas que não participaram de nenhuma ação da Agência em 2020.

Do total, 7.873 estão classificadas como Micro e Pequenas Empresas (MPEs), de acordo com os critérios da Receita Federal do Brasil (RFB). Assim, as MPEs responderam por 53,4% das empresas apoiadas em 2021, uma participação um ponto percentual maior que a registrada em 2020.



**14.741**

**Empresas apoiadas**

(5.639 novas entrantes)



**7.873**

**MPEs**

(53,4%)



**10.343**

**Empresas qualificadas**

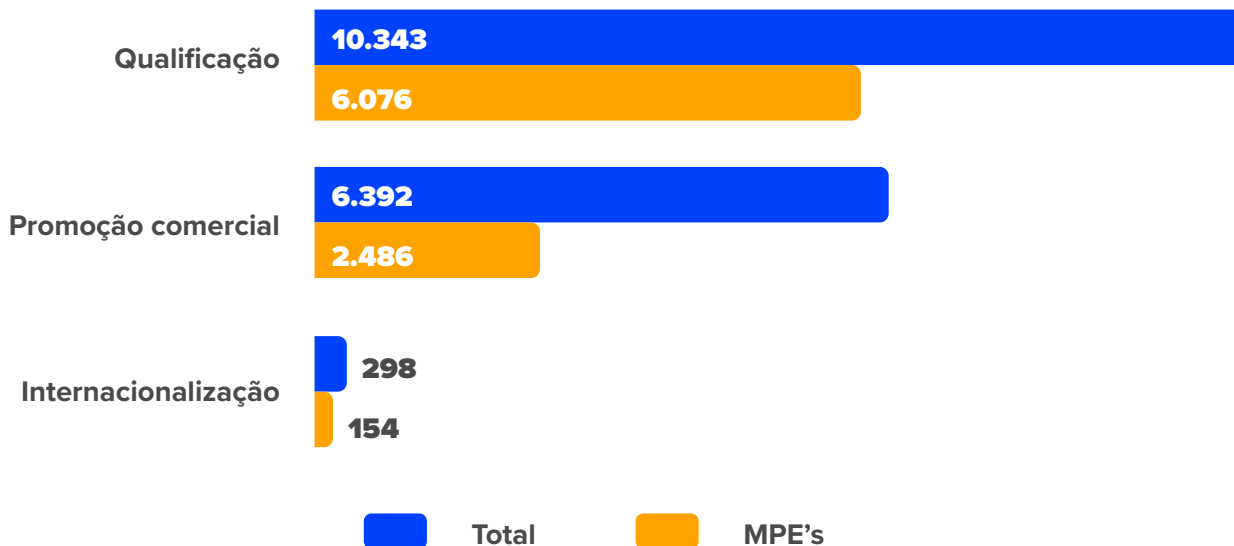
A atuação da Agência junto às empresas brasileiras se desdobra em três grandes programas: qualificação empresarial, promoção comercial e internacionalização. A qualificação continuou a crescer em 2021 e alcançou um total de 10.343 empresas – aumento de 10,3% frente ao ano anterior. Dessas, 58,7% (6.076) são MPEs.

Ao mesmo tempo, a retomada gradual dos eventos presenciais permitiu que a Agência voltasse a incentivar e conduzir a participação de empresas brasileiras em feiras, missões prospectivas e comerciais e rodadas de negócios, entre outras ações de promoção comercial. Dessa forma, foram atendidas 6.392 empresas, das quais 38,9% (2.486) são MPEs.

A internacionalização de empresas também apresentou resultados importantes em 2021, totalizando atendimento a 298 empresas, das quais 51,7% (154) são MPEs. Houve uma sutil queda no número de apoiadas que consumiram esse serviço, na comparação com 2020, da ordem de 2,9%.



Gráfico 11 – Resultados globais em 2021 por Programa Finalístico



Do total de empresas apoiadas, 10.874 participaram de ações estruturantes com potencial para realizar exportações, implicando aumento em relação a 2020, quando houve 10.865 participações desse tipo. Dessas empresas, 3.660 registraram exportações em 2021, sendo que 7,6% (279) não tinham exportado nos quatro anos anteriores.

As exportadoras apoiadas embarcaram, em 2021, um total de US\$ 105,3 bilhões em mercadorias para o exterior, o que representou 37,5% do total exportado pelo Brasil – em 2020, as exportações de empresas apoiadas corresponderam a 32% do total do país.

Os principais destinos de exportação das empresas apoiadas foram China, Estados Unidos e Singapura. Somados, responderam por 45% do valor embarcado pelas empresas apoiadas.

**Principais Destinos**

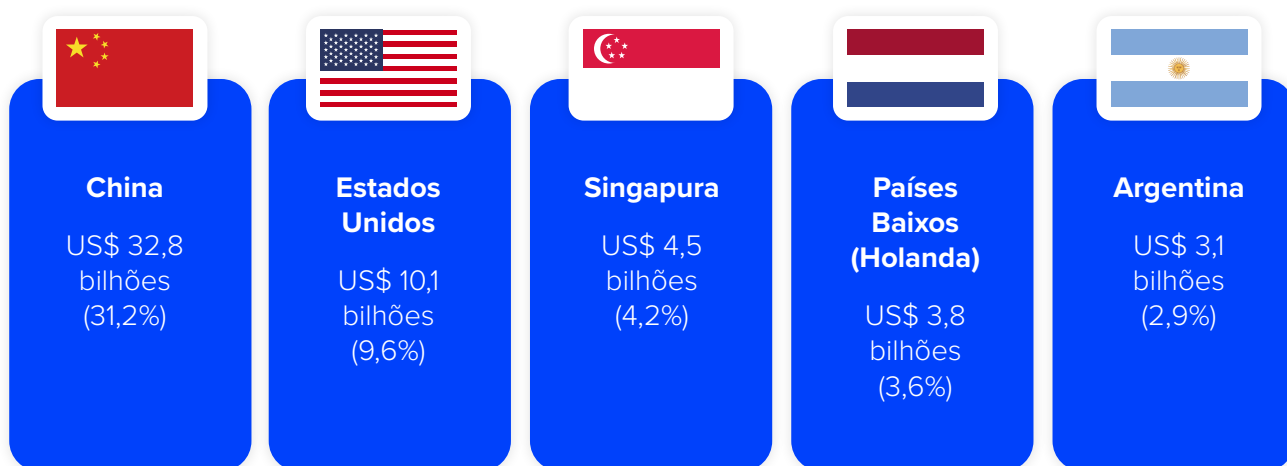
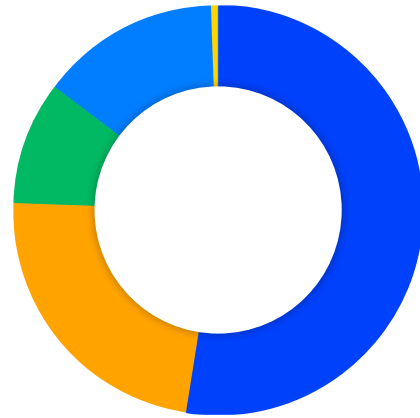


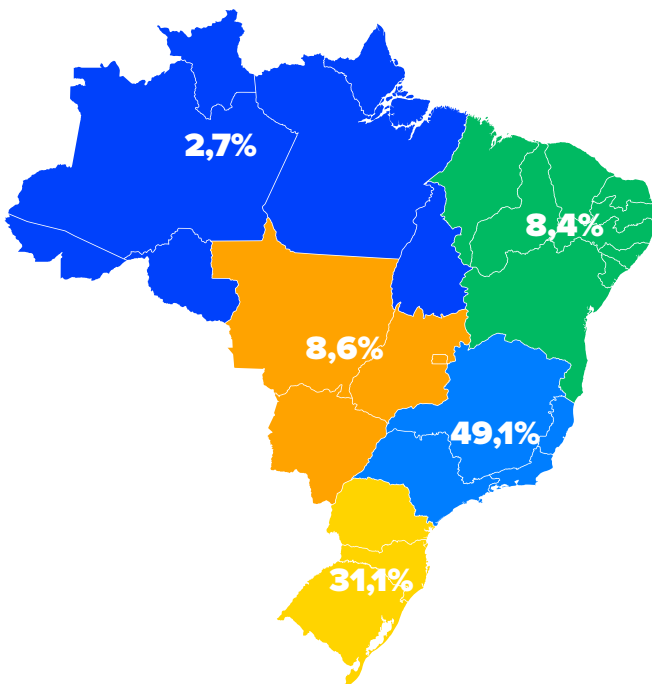
Gráfico 12 – Indicadores das exportações

**3.660**

Exportadoras apoiadas

**US\$ 105,3 bilhões**  
em exportações**52,5%** Exportadoras intermediárias**23,2%** Exportadoras iniciantes**9,8%** Exportadoras experientes**14%** Internacionalizadas**0,5%** Pessoas físicas

## Exportadoras apoiadas por região geográfica



## Indicadores de impacto

**2.395****empresas**exportaram para  
novos destinos**2.702****empresas**com crescimento  
das exportações**2.124****empresas**exportaram  
novos produtos**279****empresas**novas  
exportadoras



Gráfico 13 – Distribuição das exportadoras apoiadas por setor (CNAE)



Damos destaque aos setores do agronegócio, que tiveram desempenho marcante entre as empresas apoiadas em 2021, em total alinhamento com os resultados alcançados pelas empresas brasileiras em geral. Durante o ano, as empresas apoiadas pela ApexBrasil exportaram US\$ 67,6 bilhões em bens do agronegócio, o que representou 56% de toda a exportação brasileira de produtos do setor (US\$ 120,6 bilhões).





No âmbito da Expo 2020 Dubai, a ApexBrasil organizou *cooking shows*<sup>4</sup> com renomados chefs brasileiros, visando difundir internacionalmente a gastronomia nacional e promover os ingredientes característicos dos principais biomas. Também foi realizada a série de *webinars* Agritalks, em parceria com as embaixadas de Washington e Nova Delhi, contando com a participação de porta-vozes brasileiros e estrangeiros de alto nível, incluindo ministros, Chief Executive Officers (CEOs) e outros nomes da área. O projeto Agritalks consiste em *webinars* para promover o diálogo internacional em temas relevantes e sensíveis para a promoção da agroindústria brasileira.

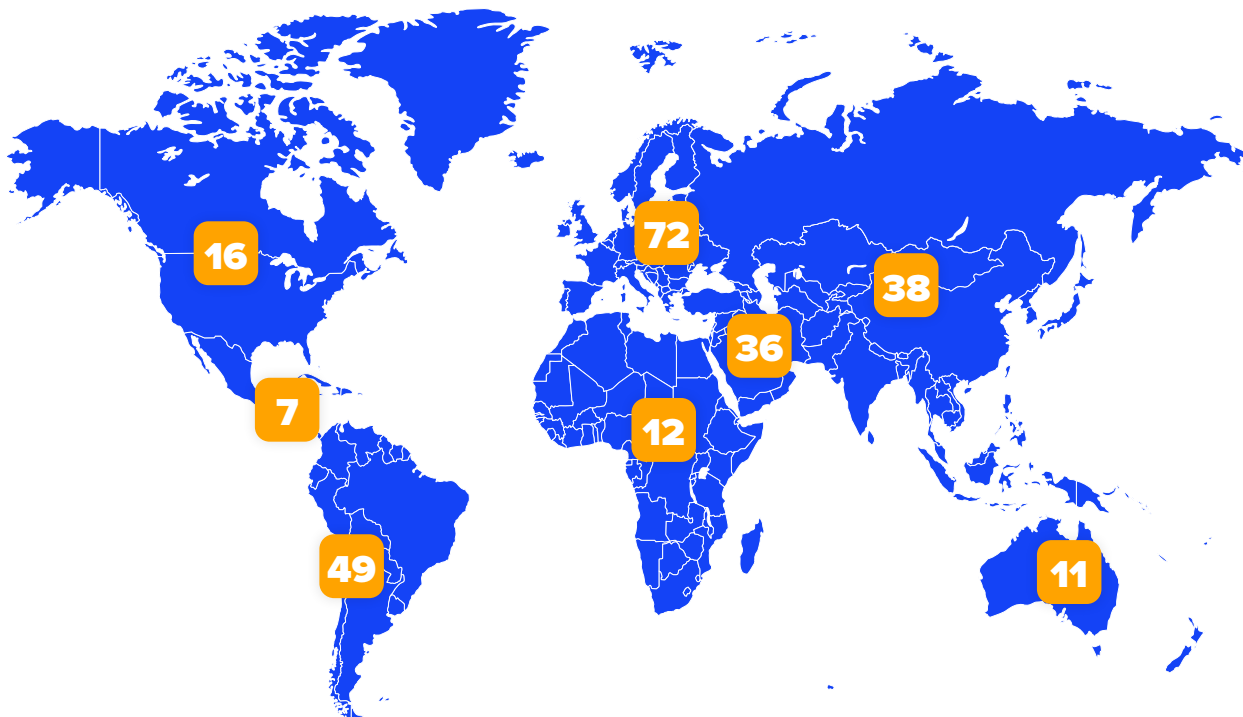
### **Ações integradas ApexBrasil e Ministério das Relações Exteriores**

A sinergia entre a ApexBrasil e o MRE na execução de ações de política comercial manteve a trajetória de consolidação. A Agência contou com a parceria dos Setores de Promoção Comercial (SECOMs) na realização de 251 ações em 55 países. Foram *webinars*, seminários e workshops, em um total de 77 ações de capacitação sobre mercados estratégicos, além de 49 feiras, 36 estudos, e 33 rodadas de negócios, entre outras ações.

<sup>4</sup> *Cooking show*: evento durante o qual um apresentador prepara pratos para uma plateia.



### Ações integradas por continente



## OBJETIVOS, INDICADORES E METAS

► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

► **Objetivo Estratégico 1**

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

**INDICADOR**

Taxa de crescimento da base de seguidores nos canais da ApexBrasil nas redes sociais

**10,23%**



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

Os canais digitais tornaram-se fundamentais para o relacionamento e a comunicação com os diversos públicos de interesse da Agência, alcançando um crescimento de 10,23% em relação ao ano de 2020. Em números absolutos, as redes alcançaram 13.101 novos seguidores.

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.

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 ApexBrasil. Em pesquisa realizada em outubro de 2021, as bases de seguidores das agências



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 1**

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, não apenas para incrementar a base, mas também para engajar os seguidores. Com isso, foi possível identificar outros ganhos muito promissores, como o aumento na taxa de engajamento nas redes sociais da Agência. Registrou-se 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.

Adicionalmente, destaca-se que a estratégia de comunicação desenvolvida para o Brasil Investment Forum (BIF) 2021 foi grande impulsionador desse número, além de gerar outros resultados significativos a partir de entrevistas e artigos publicados em mídia internacional, assim como centenas de publicações nas mídias nacionais, atingindo 6 mil acessos ao site e à plataforma de negócios nos dois dias do evento. O nível de engajamento nos dois dias de cobertura foi equivalente ao usualmente obtido, em média, em um mês inteiro.

Em 2021, o Instagram foi o canal que mais cresceu, demonstrando a efetividade do *playbook* da Agência (diretrizes quanto à uniformização visual e tom de voz) para as redes sociais, além das ações e campanhas realizadas, trazendo significativos acessos às redes sociais e ao Portal ApexBrasil. Observa-se também um aumento significativo de seguidores nas redes sociais no idioma inglês, fortalecendo a presença da Agência no exterior e ampliando o alcance junto aos públicos almejados: formadores de opinião, compradores internacionais e investidores estrangeiros.

O LinkedIn em inglês teve um aumento de 17,35%, passando de 9.794 seguidores, em 2020, para 11.126 em 2021. Já o Twitter em inglês passou de 1.515 seguidores, em 2020, para 1.718 em 2021, o que representa um aumento de 13,4%.

Esse resultado foi decorrente de monitoramento diário, inclusive de menções à ApexBrasil nas redes como um todo, aumento da interação de conteúdos de parceiros diversos, e ações como a campanha do agronegócio, a divulgação de eventos como o e-Xport Meeting, Campanha do Calendário de Feiras Internacionais 2022, além da criação de novos perfis específicos e campanha publicitária para a Expo 2020 Dubai. Com a alteração desse indicador, aprovada na segunda revisão do Plano Estratégico 2020-2023, a Agência espera alcançar resultados ainda mais expressivos nos próximos anos.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

► **Objetivo Estratégico 1**

**META PROJETO 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.

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 (Escócia). Entre as peças da campanha, *cases*



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 1**

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/India 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 comunicar os atributos positivos do Brasil a públicos internacionais. A Agência apoiou eventos nacionais e internacionais, como o Encontro Nacional de Comércio Exterior (Enaex), 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.

Foi finalizado ainda 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 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, alcançando cerca de 47 milhões de pessoas.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

► **Objetivo Estratégico 1**

**META PROJETO 2**

**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; e
- ✦ Realização da programação do Dia do Brasil e do Fórum de Investimentos em novembro.

**Expo 2020 Dubai**

Com o adiamento 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 mil 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





► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 1**

(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).

Entre os dias 9 e 15 de novembro, foi realizada a Semana do Brasil, com a comemoração do Dia do Brasil no dia 15 de novembro. Também nesse mês, nos dias 15 e 16, ocorreu 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.

### **Expo Osaka 2025**

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, o que confirma a qualidade do trabalho desempenhado pela Agência na condução de exposições universais e na divulgação da 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.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

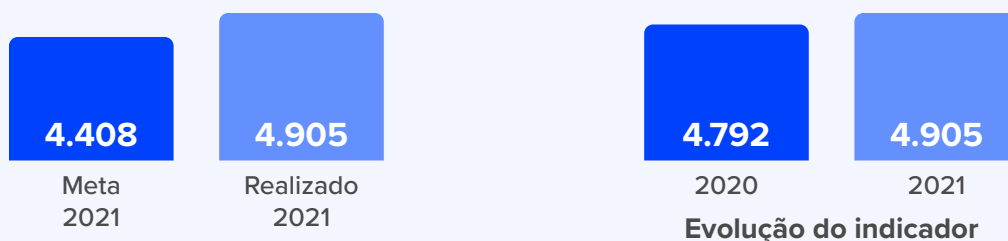
## ► **Objetivo Estratégico 2**

*Gerar inteligência para empresas sobre oportunidades e riscos de mercado.*

### **INDICADOR**

Número de empresas atendidas em inteligência de mercado

# 4.905



Os resultados da ApexBrasil em 2021 foram muito positivos, potencializados pela disponibilidade de soluções digitais que permitiram escalar o atendimento. Com isso, a Agência 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 MPEs, 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.



Perspectiva da Sociedade

Perspectiva dos Processos Internos

Perspectiva da Sustentabilidade

Objetivo Estratégico 2

As ferramentas digitais seguem sendo centrais para esse resultado, provendo informações atualizadas e customizadas para os clientes da Agência, processando mais de 70 milhões de dados sobre mercados internacionais nos Painéis de Inteligência.

O Painel de Comércio, lançado em 2020, foi totalmente automatizado e suas atualizações agora são realizadas sem intervenção humana, permitindo consultas on-line com os dados atualizados do comércio do Brasil com o mundo.

Entre os painéis ofertados, o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras segue sendo uma ferramenta muito procurada, habilitando o usuário a consultar as exportações e oportunidades por país-alvo. Destaque para o lançamento do Mapa de Oportunidades Comerciais na China, nova ferramenta da ApexBrasil para identificar oportunidades de exportação para o mercado chinês. O Mapa apresenta dados de exportações brasileiras e de importações chinesas totais com origem no Brasil, desagregadas para 31 subdivisões do território chinês.

Ao longo do ano, ações importantes seguiram em execução, como a publicação de estudos de oportunidade de mercado para diversos setores, realização de exercícios de priorização de mercados para setores apoiados, webinars e podcasts, publicação de perfis de exportação e investimentos dos estados brasileiros, além dos alertas e informes de acesso a mercados, sempre com foco na geração de inteligência e apoio à tomada de decisão das empresas sobre oportunidades e riscos de mercado. No total foram elaborados e disponibilizados diretamente para as empresas brasileiras 208 estudos e análises.

A grande novidade de 2021 foi o lançamento do Perfil País, publicação com formato objetivo e amigável que oferece às empresas análises quantitativas e qualitativas sobre os principais mercados mundiais, com informações de comércio e investimentos. Em 2021, foram publicados 16 estudos.



Publicações Perfil País



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 2**

Gráfico 14 – Número de empresas atendidas nos principais canais de conteúdo



### **META PROJETO**

**Construir metodologia sólida de avaliação de satisfação dos produtos de inteligência de mercado da ApexBrasil**

#### **Ações e resultados esperados em 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.

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 para medir a satisfação e lealdade dos clientes com as empresas.

Uma pontuação entre 75 e 100 é considerada dentro da Zona de Excelência, ou seja, quando a empresa consegue gerar uma percepção altamente positiva no cliente. Uma pontuação entre



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 2**

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, o que inclui: 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. 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 dos analistas da Agência com 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 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.



**950**

**empresas  
respondentes**

(19,43% da amostra)



**NPS**

**Zona de Qualidade**

**73**



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 3**

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

#### **INDICADOR**

Percentual de novas empresas atendidas no portfólio de qualificação

# 40,9%



Com o objetivo de capacitar as empresas para que elas levem os produtos e serviços brasileiros para o mundo, as ações digitais de qualificação, implantadas em 2020, foram incorporadas ao portfólio de produtos da Agência em 2021. Elas são eficientes na preparação dos empresários, reduzem o custo de atendimento e ampliam a base de empresas atendidas.

Os programas de qualificação e ganho de competitividade atenderam 6.647 empresas, resultado 13,2% superior ao atingido no ano anterior. Dessas, 2.721 foram novas clientes, ou seja, não possuíam registro de atendimento nos últimos três anos. Apesar do resultado um pouco abaixo da expectativa projetada, é um crescimento expressivo considerando o cenário pandêmico e as incertezas que ainda perduram no panorama econômico.

A ApexBrasil segue apoiando majoritariamente as MPes, que corresponderam a 57% do resultado de novas empresas atendidas no portfólio de qualificação da Agência.



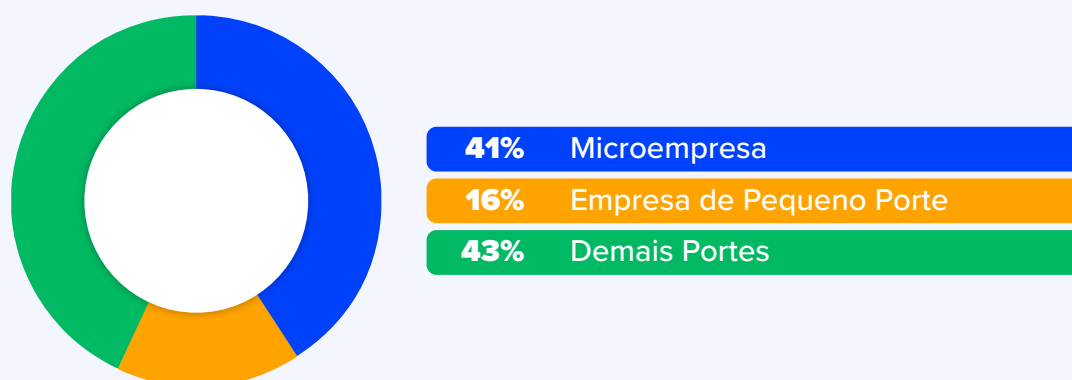
► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 3**

Gráfico 15 – Novas Empresas Qualificadas por porte



#### **Programa de Qualificação para a Exportação (PEIEX)**

O PEIEX é o programa oferecido pela ApexBrasil para capacitar as empresas que desejam iniciar o processo de exportação de forma planejada e segura. Em 2021, o PEIEX registrou um crescimento de 12,5% no número de empresas atendidas em relação a 2020, qualificando 4.893 empresas. Destaque, mais uma vez, para a participação expressiva das MPes, com 3.643 empresas atendidas, resultado 14% superior ao do ano anterior.

Em 2021, o programa passou por um processo de renovação dos convênios com as entidades executoras. No período, foram encerrados 25 convênios PEIEX e renovados 13 convênios, dos quais 12 via chamamento público e um por meio de parceria com a Organização das Cooperativas do Brasil (OCB), o PEIEX Coop, para atendimento exclusivo a cooperativas. Desse modo, a Agência encerrou o ano com 23 núcleos ativos em todas as regiões do país. Também foi incorporado ao programa o atendimento remoto (aprendizado da pandemia) destinado às empresas que estão fora do raio de atuação das unidades em operação.

A metodologia foi refinada para melhor atendimento às empresas do setor de serviços, além do desenvolvimento do atendimento especializado para os setores do agro (PEIEX Agro), atuando no atendimento às empresas e aos pequenos produtores rurais nos setores de Mel, Proteína Animal, Látceos, Cachaça, Algodão e Frutas Frescas.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 3**

PEIEX em 2021

**4.893**

empresas qualificadas

**74,5%**

micro e pequenas empresas

**677**

exportadoras

**US\$ 661,3 milhões**

em exportações

#### **Oficinas de Competitividade**

O formato digital para as capacitações das Oficinas de Competitividade foi consolidado em 2021, o que ampliou a oferta e permitiu a participação de empresas de diversas regiões do país. Foi implementado também o pagamento da taxa de inscrição via PIX, trazendo mais comodidade e agilidade aos clientes. Foram realizadas 16 oficinas, todas em formato on-line, com a participação de 230 empresas e 144 parceiros, além das equipes do PEIEX, totalizando 374 participantes e 178 empresas distintas.

Um Acordo de Cooperação Técnica permitiu à Agência contar com a presença do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) na divulgação das Oficinas de Competitividade para as MPEs. O Sebrae participou da abertura de todas as oficinas realizadas.

#### **Design Export**

O Design Export, programa que realiza consultorias e capacitação para que a inovação pelo design faça parte da cultura organizacional das empresas, foi aprimorado, com a definição de uma metodologia de atendimento própria da ApexBrasil. A partir dessa remodelagem, a Agência firmou contrato com o Centro Brasil Design (CBD) para aperfeiçoar o atendimento aos clientes, e iniciará, em 2022, a quarta edição do programa. Uma novidade do programa é a atuação em três pilares: qualificação (QUALIFICA), apoio a projetos de design (PROJETA), e promoção (PROMOVE).





► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

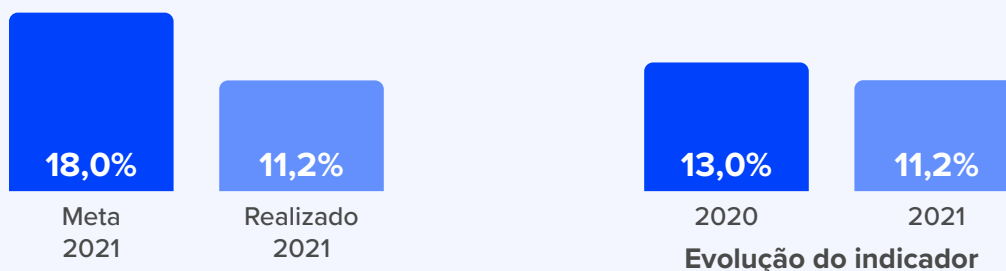
► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► *Objetivo Estratégico 3*

#### INDICADOR

Percentual de empresas qualificadas e incorporadas ao portfólio de promoção de negócios e de internacionalização

# 11,2%



As iniciativas para ampliar a utilização dos produtos de promoção, de internacionalização e de investimentos da ApexBrasil pelas empresas qualificadas seguiram sendo impactadas pelas restrições de mobilidade e de entrada em outros países em grande parte do ano de 2021.

Registrou-se a participação de 1.394 empresas qualificadas no triênio anterior em 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.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 3**

#### **Programa de Aceleração para a Exportação**

O Programa de Aceleração para a Exportação tem como objetivo desenvolver um plano de ação customizado para empresas que concluíram o PEIEX. Essas empresas são selecionadas e participam de um diagnóstico de prontidão. Com base em pontuação definida, passam a ser atendidas diretamente pela ApexBrasil, recebendo acompanhamento individual da sua evolução na trilha da internacionalização do seu modelo de negócio e no consumo de produtos do portfólio da Agência.

Em 2021, foram registradas sete ações de promoção comercial realizadas pela Agência ou por parceiros que contaram com a participação de 426 empresas, sendo 89 delas participantes do Programa de Aceleração. A ApexBrasil está certa de que a participação desses clientes nessas ações é mais uma frente para garantir que as empresas qualificadas iniciem sua jornada no mercado internacional de forma planejada e segura, indo cada vez mais longe.

A Agência também ofertou uma série de capacitações a empresas selecionadas para missões no exterior, em especial do Programa de Internacionalização de Startups.

Nesse contexto, antes de participar das iniciativas de promoção de negócios, como reuniões com potenciais clientes, parceiros e investidores, elas receberam preparação sobre como fazer negócios no mercado-alvo, seu ambiente regulatório, questões tributárias, logísticas, entre outras, além de um *pitch training*. Dessa forma, as empresas foram qualificadas e promovidas em sua jornada de atendimento na ApexBrasil. Destacam-se as seguintes ações que adotaram esse modelo:

- ↳ Gitex Future Stars, em Dubai, outubro de 2021, atendendo 10 empresas brasileiras;
- ↳ Web Summit, em Lisboa, novembro de 2021, atendendo 19 startups;
- ↳ Ciclos StartOut NY, em abril, com 17 empresas, e StartOut Lisboa, em novembro, com 15 empresas.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 3**

#### **META PROJETO 1**

**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.

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. Assim, importantes parcerias com plataformas internacionais para o comércio eletrônico foram firmadas.

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 na China, mercados prioritários do programa.

Em 2021, as acelerações atenderam 118 empresas, selecionadas com base em um 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. Além disso, uma segunda etapa de inserção na plataforma contou com suporte técnico de equipe da instituição parceira e, em alguns casos, subsídio para pagamento da anuidade da plataforma.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 3**

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 duas 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. Nele, estão reunidas 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 painelistas, 19 horas de transmissão e nove oficinas. Foram 325 empresas participantes e mais de 1.000 inscritos, além de mais de 1.000 acessos por meio da plataforma Zoom. O evento contou com a participação de grandes players, como Amazon, Google, JD Worldwide, Alibaba, LinkedIn, DHL, entre outros. Não se limitaram a esses participantes. A ação reforça 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.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

► **Objetivo Estratégico 3**

**META PROJETO 2**

**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.

Ao longo de 2021, as diretrizes para o programa ECEX foram alteradas e essas mudanças refletidas na segunda 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 o programa, contando, inclusive, com quadros da própria ApexBrasil.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

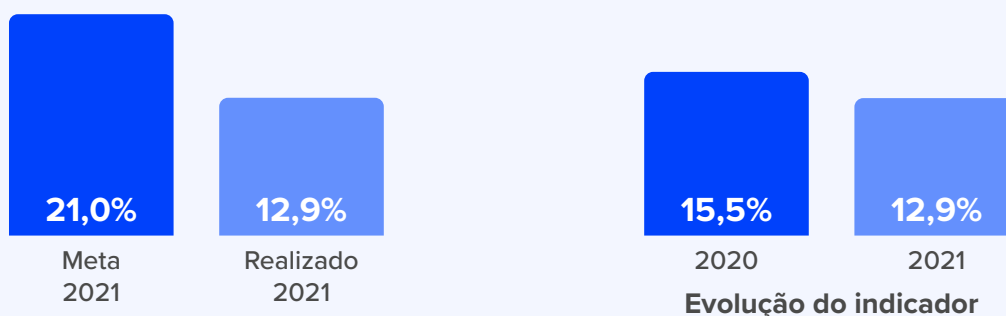
## ► **Objetivo Estratégico 4**

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

### **INDICADOR**

Percentual de empresas brasileiras exportadoras apoiadas pela ApexBrasil

# 12,9%



Mesmo com os esforços da ApexBrasil na digitalização do portfólio de produtos e serviços e o retorno gradual das atividades presenciais no segundo semestre do ano, grande parte das ações de promoção comercial internacional apresentam melhores resultados quando há o contato direto com potenciais compradores, consumidores finais, distribuidores e formadores de opinião. Observa-se, portanto, que esses contatos seguiram impactados em 2021.

Foram apoiadas 14.741 empresas em 150 projetos de qualificação, promoção de negócios, internacionalização e atração de investimentos. Desse total, 3.660 são exportadoras, em um universo de 28.147 exportadoras brasileiras. Registrou-se um crescimento de 1,8% no total de apoiadas



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 4**

em relação a 2020, com a execução de projetos 15,4% superior ao referido ano e com as exportações das empresas apoiadas em US\$ 105,3 bilhões – 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.

### **Projetos Próprios**

Os eventos digitais ganham cada vez mais relevância diante do cenário pandêmico que perdura desde 2020. Ao longo do ano, a Agência adequou-se às restrições de mobilidade impostas pela pandemia com a realização de eventos digitais, presenciais ou híbridos.

Nesses projetos, foram apoiadas 1.112 exportadoras, com a geração de US\$ 50,1 bilhões em exportações, resultado 334,5% maior se comparado ao ano anterior. O crescimento elevado no valor de exportação, em certa medida, se deve ao cancelamento dos principais eventos de negócios do ano de 2020, o que reduziu significativamente a base de comparação, mas, ao mesmo tempo, atesta o movimento de retomada característico de 2021.

Destaque para a Offshore Technology Conference (OTC), maior evento de petróleo e gás do mundo, em que a ApexBrasil organiza o pavilhão brasileiro. A Conferência foi realizada em Houston. Contou com uma extensa agenda e a presença de autoridades do Ministério de Minas e Energia (MME), Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) e Petrobras, atendimento a investidores, coletiva de imprensa e visitas técnicas a empresas do setor para divulgar as oportunidades de investimentos do setor de petróleo e gás no Brasil. O pavilhão brasileiro contou com a participação de 33 empresas brasileiras representando a cadeia de suprimentos da indústria de petróleo e gás, sendo que 23 delas participaram no formato digital e outras 10 por meio da plataforma Brazil Business Match. Essa plataforma possibilitou o agendamento de reuniões on-line com *players* do setor. As empresas participantes declararam expressivos resultados de mais de US\$ 12 milhões durante o evento e expectativa de negócios de US\$ 23,7 milhões para os meses subsequentes.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

#### ► **Objetivo Estratégico 4**

Realizada também a mostra Brasil – Design em Movimento na programação do Fuorisalone, em Milão, ação executada pela ApexBrasil em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel). A mostra reuniu cerca de 50 empresas e designers brasileiros de diversos segmentos (móveis, designers, iluminação e artigos de artesanato). A edição de 2021 celebrou o 30º aniversário do Fuorisalone, evento de referência na capital internacional do design. No local da exposição, na Università Degli Studi Di Milano, foi criado um espaço Brasil com móveis brasileiros das indústrias nacionais, no qual foi realizado evento de relacionamento, em parceria com o Consulado Brasileiro em Milão.

Adicionalmente, o Brasil marcou presença em Milão no Supersalone, edição especial do Isalone, a mais importante feira do setor de móveis e decoração do mundo, realizada por meio do projeto setorial Brazilian Furniture, em parceria com a Abimóvel. Participaram 10 empresas brasileiras que expuseram suas peças e conceitos e se posicionaram junto às maiores marcas do mundo.

Nas ações voltadas ao agronegócio, destaque para a criação do programa Agro Meet & Export. Por meio de uma agenda de imersão virtual em mercados específicos, o programa provê as empresas brasileiras participantes de uma agenda de qualificação (apresentações e palestras com empresários brasileiros e estrangeiros, além de interlocutores com conhecimento e experiência), visitas técnicas on-line (em locais relevantes à cadeia de distribuição), mentoria individual prestada por empresa contratada especializada no mercado e rodadas de negócios virtuais com potenciais importadores locais, todas voltadas a determinado país-alvo selecionado.

A ação prepara as empresas brasileiras para comercializarem com determinado país e facilita a realização de negócios a curto e médio prazo com aquele mercado. Durante o ano de 2021, foram realizadas sete edições para países distintos, com o atendimento a 72 empresas brasileiras.

Ainda com o objetivo de fomentar setores específicos do agronegócio brasileiro, foram realizadas rodadas de negócios on-line entre empresas brasileiras e importadores e distribuidores internacionais. As iniciativas contemplaram os setores de Pescados, Frutas Frescas e derivados, e Castanhas, totalizando o atendimento a 28 empresas brasileiras.





► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 4**

Destaque para a rodada de negócios virtuais *Business Connection Brazil* (BCB) Amazônia, realizada em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Confederação Nacional da Indústria (CNI) e Ministério da Economia (ME), com a participação de 163 empresas, sendo 115 vendedores dos setores de Alimentos e Bebidas, Cosméticos e Insumos Biológicos e 48 compradores de outros países. A estimativa de negócios *on the spot* foi de US\$ 2,6 milhões e de US\$ 25,3 milhões para os próximos 12 meses.

### **Projetos Setoriais**

Dadas as restrições ainda remanescentes ao longo de 2021, os projetos de promoção de exportações – desenvolvidos em parceria com entidades setoriais para apoiar estratégias de promoção de comércio exterior – executaram suas ações com foco principal na manutenção da carteira de empresas apoiadas.

Durante o ano, a ApexBrasil atuou em parceria com 43 entidades setoriais, das quais 27 congregam empresas fornecedoras de bens da indústria e de serviços, e 16 do agronegócio. As exportações das empresas apoiadas no âmbito desses projetos alcançaram o montante de US\$ 38,2 bilhões, um crescimento de 17% em relação ao ano de 2020.

As ações realizadas em 2021, por meio dos projetos setoriais, contaram com a participação de 4.291 empresas brasileiras, das quais 2.397 são exportadoras. Percebe-se, neste sentido, a relevância dessa estratégia no modelo de atuação da Agência, na medida em que 65% das exportadoras apoiadas participam das ações dos projetos setoriais, atestando o alcance e a relevância destes.

### **Escritórios no Brasil e Exterior**

Os Escritórios da ApexBrasil no exterior funcionam como extensões da Agência nos mercados internacionais estratégicos, oferecendo os mais diversos serviços.

Em 2021, os Escritórios ApexBrasil apoiaram 1.148 empresas brasileiras, sendo 536 em ações de sensibilização e 691 em ações de promoção de negócios, por intermédio de 37 projetos. Dessas empresas, 474 exportaram a soma de US\$ 11,1 bilhões.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

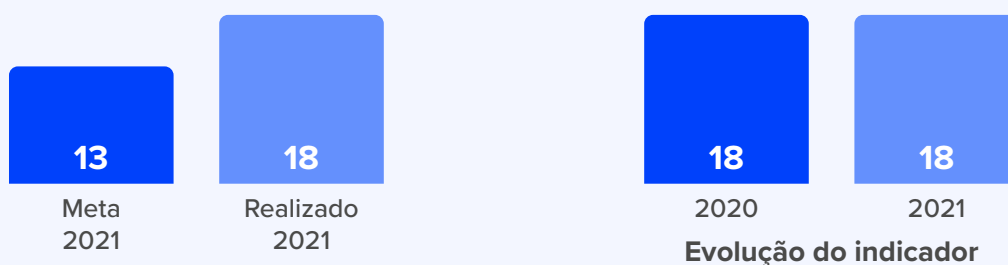
► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 4**

### **INDICADOR**

Número de abertura ou plano de abertura de novas operações no exterior

# 18



Em 2021, 18 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.

#### **Programa de Expansão Internacional**

Em 2021, 24 empresas brasileiras receberam atendimento customizado para construção de seu plano de expansão internacional, trabalhando os eixos de estratégia, mercado e operação.

Entre as ações de negócios do programa, destaca-se a missão México – Máquinas e Equipamentos, em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), que teve sua etapa virtual realizada entre setembro e outubro de 2021, com 26 empresas.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 4**

Destaque para a atuação do Escritório ApexBrasil América do Norte (Miami), que, atualmente, conta com 95 empresas brasileiras incubadas.

### **Programa de Internacionalização de Startups**

O StartOut Brasil é o programa do governo brasileiro que apoia a inserção de startups nacionais nos mais promissores ecossistemas de inovação do mundo. é o principal programa dentro do Programa de Internacionalização de Startups. Em 2021, o programa realizou dois ciclos: o primeiro em Nova Iorque e o segundo em Lisboa, com um total de 57 empresas participantes.

Outras ações de internacionalização, que propiciaram às startups uma visão geral sobre a cadeia de valor em mercados prioritários, também podem ser citadas:

- ↳ China-Brasil Innovation Week: com a participação de 11 empresas;
- ↳ Dublin Tech Summit: com a participação de sete empresas;
- ↳ The Next Rise: com a participação de quatro empresas;
- ↳ Gitex Future Stars: com a participação de 10 empresas, incluindo a visita ao Pavilhão Brasil na Expo 2020 Dubai.

Ao longo de 2021, foram registradas sete aberturas ou planos de aberturas de novas operações no exterior decorrentes do *follow-up* periódico do ciclo Startout Xangai 2019, no período de maior maturidade dos projetos.

### **Programa e-Xport**

O Programa e-Xport realizou ações de aceleração de negócios para inserção de empresas brasileiras em plataformas de *e-commerce* internacional, por meio de parcerias com as seguintes plataformas:

- ↳ RangeMe: 43 empresas brasileiras participaram da aceleração na plataforma dos EUA, em parceria com o EA Miami;
- ↳ Amazon: 70 empresas brasileiras, no total, participaram em duas turmas de aceleração na plataforma da Amazon, com foco no mercado norte-americano;
- ↳ Alibaba.com: 19 empresas brasileiras foram aceleradas no programa com o Alibaba.com.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

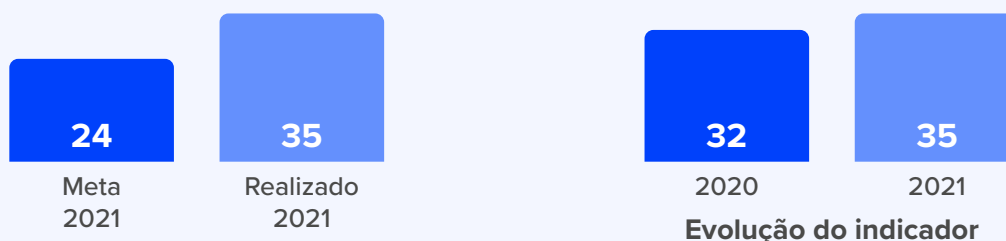
## ► **Objetivo Estratégico 5**

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

### **INDICADOR**

Número de Projetos de Investimentos Facilitados (NPIF)

# 35



A ApexBrasil seguiu com sua agenda de atração de investimento estrangeiro em 2021, atuando fortemente no formato digital, diante de um cenário desafiador. Com a mudança em algumas restrições, as ações presenciais também foram retomadas, o que refletiu 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.

No decorrer do ano, a Agência atuou na facilitação de 35 Projetos de Investimentos, com anúncios de, aproximadamente, US\$ 13,8 bilhões. Todo o fluxo de Investimento Estrangeiro Direto (IED) anunciado gerou uma expectativa de criação de 14.685 empregos.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

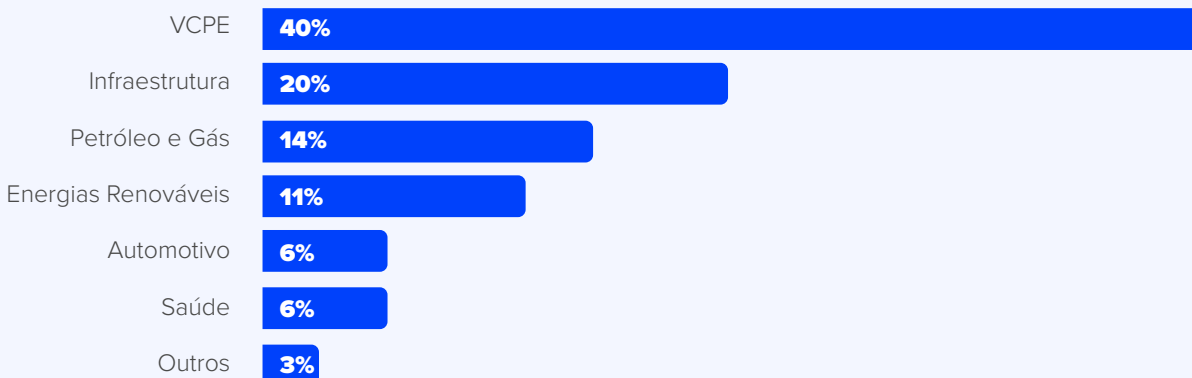
► **Perspectiva da Sustentabilidade**

► **Objetivo Estratégico 5**

Destaque para os anúncios realizados do setor de Venture Capital e Private Equity (VCPE), que representaram 40% do resultado. Esses anúncios são provenientes do convênio entre a ApexBrasil e a Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital (ABVCAP), e dos programas de atração de investimentos em participação Scale Up in Brazil e TechMakers.

Vale ressaltar ainda os projetos de infraestrutura e petróleo e gás, que, juntos, representam 34% dos anúncios de 2021. Destaque para a parceria com o Programa de Parcerias de Investimentos (PPI) da Casa Civil e os leilões de petróleo e gás.

**Gráfico 16 – Projetos anunciados por setor**



**US\$ 13,8 bilhões**

em investimentos  
anunciados

**14.685 empregos\***

estimativa de vagas  
de empregos geradas

\*Valores autodeclarados  
pelas empresas e projetos



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

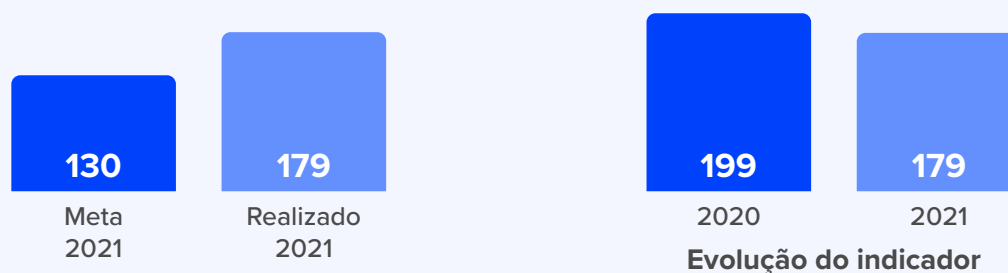
► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 5**

### **INDICADOR**

Número de atendimentos a Investidores Qualificados (NAIQ)

# 179



Em 2021, a ApexBrasil atendeu 179 empresas e investidores estrangeiros (NAIQ), por meio de ações e projetos realizados ao longo 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, estão: 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 o ambiente de negócios do país acerca da Transmissão de Energia Elétrica no Brasil, com 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.

Mesmo 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, sendo 1.609 provenientes de 102 países diferentes. Foram apresentados 60 projetos de investimentos durante o evento, com uma expectativa de anúncios de cerca de US\$ 50 bilhões nos próximos dois anos.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

► **Objetivo Estratégico 5**



FÓRUM DE INVESTIMENTOS  
BRASIL 2021  
BRASIL INVESTMENT FORUM 2021

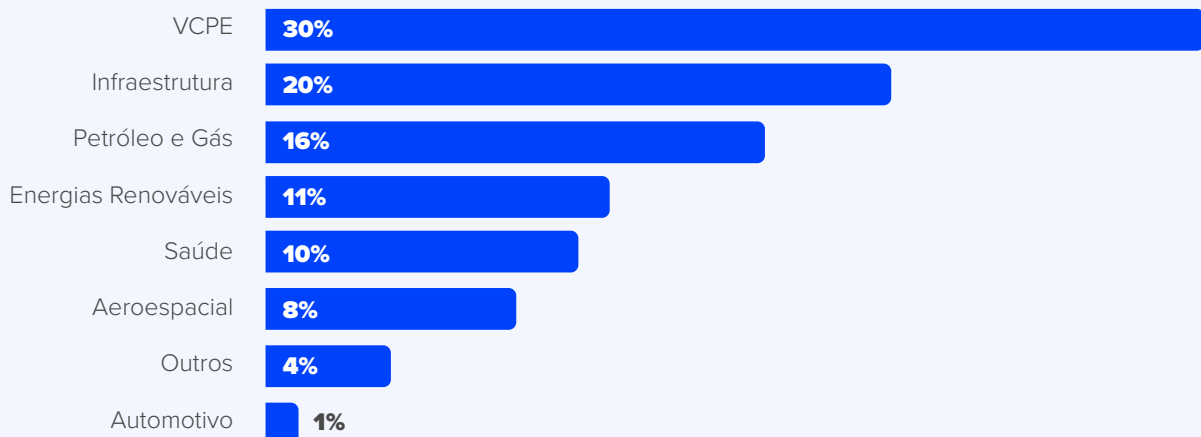
**US\$ 50 bilhões**

Expectativa de investimentos

**+20.000 empregos**

Estimativa de geração de empregos

Gráfico 17 – Atendimentos por tipo de interesse



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

## ► *Objetivo Estratégico 6*

*Atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais.*

### INDICADOR

Ações de representatividade da ApexBrasil no Congresso Nacional

# 36



A ApexBrasil deu prosseguimento à busca por parcerias com órgãos competentes nas áreas do seu interesse. Apesar do retorno gradativo das atividades presenciais em 2021, as ações junto ao Congresso Nacional foram impactadas, uma vez que as agendas parlamentares tiveram seu foco voltado ao tema da Covid-19, reduzindo a atenção aos temas de interesse da Agência.

Ainda assim, a ApexBrasil acompanhou remotamente as pautas relativas ao ecossistema de comércio exterior. Além disso, realizou exitosa sensibilização de parlamentares e autoridades para participarem das principais ações promocionais internacionais. Na Expo 2020 Dubai e na Milipol Paris 2021, esses convidados puderam conferir o trabalho de promoção internacional do Brasil e de atração de investimentos realizado pela Agência, bem como interagir com os clientes, conhecer o apoio oferecido e planejar novas ações.





► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

## ► *Objetivo Estratégico 6*

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.

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

A ApexBrasil firmou, em 2021, 16 instrumentos de cooperação com instituições brasileiras e estrangeiras. Foram nove Acordos de Cooperação com as seguintes entidades: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Ministério de Minas e Energia (MME), Ministério da Infraestrutura (Minfra), Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária (CNA), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Câmara de Comércio Árabe Brasileira (CCAB), e Petróleo Brasileiro S.A. (Petrobras).

Além desses, foram assinados três Protocolos de Intenções com a Bravo Motors, Câmara Brasil Alemanha e Câmara Brasil Índia, e quatro Memorandos de Entendimento com a Amazon, Associação Brasileira dos Integrantes do Chartered Institute of Arbitrators (CIARB), PROCOLOMBIA e Ministério da Economia (ME).

As parcerias firmadas visam ao intercâmbio de informações e de melhores práticas, bem como à execução de ações conjuntas para atração de investimentos e alavancagem de exportações.

No âmbito internacional, foram mantidas as participações na World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA), World Economic Forum (WEF) e Rede Iberoamericana de Entidades de Promoção de Exportações e Atração de Investimentos (RedIbero).

Quanto à gestão estratégica do indicador, vale ter em mente que o ano legislativo, em função da relevância dos temas sanitários, transcorreu de forma atípica, o que gerou uma relativa escassez de pautas de comércio exterior. Adicionalmente, a consolidada atuação da ApexBrasil junto a parceiros estratégicos nas áreas de interesse da Agência ensejou a revisão do indicador de representatividade, buscando refletir o somatório desses esforços e não apenas a atuação no Congresso Nacional. A segunda revisão do Plano Estratégico 2020-2023 aprovou a mudança desse indicador de forma a ampliar o escopo de atuação da meta, com o objetivo de fortalecer as relações com instituições atuantes na promoção comercial e internacionalização das empresas brasileiras.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

## ► **Objetivo Estratégico 6**

### **META PROJETO 1**

**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 Stakeholders 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.

No âmbito do Programa de Parcerias com *Stakeholders*, destaque para as ações 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.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► **Objetivo Estratégico 6**

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 Acesso 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 contribuiu 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 obteve, 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 a atração de investimentos diretos ao Brasil.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

## ► *Objetivo Estratégico 6*

### META PROJETO 2

**Apoiar ações de alinhamento e integração ao Ministério das Relações Exteriores (MRE)**

**Ações e resultados esperados para 2021:**

- ↗ Realizar intercâmbio (presencial ou à 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;
- ↗ Ministrando 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.

A sinergia entre a ApexBrasil e o Ministério das Relações Exteriores (MRE) na execução de ações de política comercial manteve a trajetória de consolidação em 2021. Foram 251 ações em 55 países em parceria com os Setores de Promoção Comercial (SECOMs) das embaixadas e consulados do Brasil no exterior.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

► **Objetivo Estratégico 6**

Quantidade de ações conjuntas com o MRE



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 6**

Quanto à distribuição regional, as ações integradas contemplaram maior diversidade de regiões, com iniciativas conjuntas também na Oceania e na América Central. Ressalta-se que os formatos de parceria entre as instituições são diversos e, em muitos casos, bastante consolidados.

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. Também ocorre 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. Ele 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 outras.

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 com o SECOM de Berlim.

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 impossibilitou 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.

Adicionalmente, no mês de agosto, a ApexBrasil conduziu, em alinhamento com o MRE, o Planejamento de Negócios para 2022. O exercício tratou das oportunidades na 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 para compartilhar conhecimento e formular planos de atuação conjunta para 2022. As oficinas, realizadas em formato virtual, contaram com o aporte da experiência local dos 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.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

## ► *Objetivo Estratégico 7*

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

### META PROJETO 1

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.

Na gestão de relacionamento com clientes, a ApexBrasil direcionou suas ações estratégicas em 2021 para o uso da ferramenta e aprimoramento do atendimento, assim como para a implantação de demandas regulatórias relacionadas à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Neste ano, 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 com as informações do CRM de forma on-line. Esses painéis 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, 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 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.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► **Objetivo Estratégico 7**

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.

Ganhos obtidos em 2021 com o projeto LGPD:

- ↪ Consentimento de mais 17 mil contatos no sistema de CRM
- ↪ Atualização da base de relacionamento
- ↪ Comprometimento da Agência com a privacidade e desejos do cliente ApexBrasil

Esses ganhos contribuirão para o aprimoramento da jornada do cliente com a ApexBrasil.

## META PROJETO 2

### 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.

Avanços significativos foram alcançados na estruturação da Estratégia do Relacionamento com o cliente ApexBrasil, como a elaboração do estudo sobre necessidades e desafios das áreas de negócio em termos de relacionamento com clientes; as pesquisas aprimoradas com clientes da





► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► *Objetivo Estratégico 7*

Agência; e a realização de pesquisa, com o apoio da empresa de pesquisa de mercado, com ex-clientes e não clientes para levantamento de insumos para o trabalho da consultoria para a construção da estratégia.

Em relação à contratação de empresa para a construção da estratégia, 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, o 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, tendo por objetivo a captação, retenção e fidelização dos clientes.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

## ► *Objetivo Estratégico 8*

*Realizar a transformação digital e consolidar a cultura de inovação.*

### META PROJETO 1

**Desenvolver a Plataforma Digital Multicanal da ApexBrasil**

**Ações e resultados esperados para 2021:**

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

A Transformação Digital é um tema estratégico para a ApexBrasil antes mesmo das restrições impostas pela pandemia da Covid-19. O cenário global veio como um grande impulsionador dos serviços digitais e, conseqüentemente, da 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* com experiências personalizadas para os clientes da ApexBrasil. 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.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► *Objetivo Estratégico 8*

Na plataforma My Business Match (MBM), foram promovidos 27 eventos e rodadas digitais de negócio entre março e dezembro de 2021. Foram realizados também 74 *webinars*, com mais de 6 mil participantes inscritos, além do Brasil Investment Forum 2021 (BIF) em formato totalmente digital, que recebeu mais de 6 mil inscrições e empresas de 102 países.

No final do segundo semestre de 2021, foi implantada a nova ferramenta de *Learning Management Software* (LMS) da ApexBrasil, o Talent. Ela substitui a plataforma de Ensino a Distância (EaD), o Passaporte para o Mundo. Com essa nova tecnologia, a Agência tem a oportunidade de ganhar autossuficiência e escala na criação de conteúdos educacionais, tanto para o público interno quanto para o cliente externo. O conteúdo disponível na plataforma anterior continuará acessível na nova, que será integrada com o novo portal institucional viabilizado pela plataforma DXP, provendo não só a facilidade do acesso único pelo Portal da ApexBrasil como também uma navegação mais simples e intuitiva, além da diversidade de formatos na apresentação dos conteúdos, como cursos on-line, *games*, vídeos.

## META PROJETO 2

### 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

A Agência segue na 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 quatro equipes com sete 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 desenvol-



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 8**

veram seus protótipos. 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.

Também foi construída 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 participaram de 284 capacitações em temas de inovação.

Em parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), a ApexBrasil está promovendo o primeiro curso de especialização em *Data Science (CEDS) 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 3Cs (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, quando o índice foi de 2,7. Isso indica que, embora exista a percepção de um ambiente favorável à inovação pelos colaboradores, ainda há espaço para desenvolvimento de ações inovadoras.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

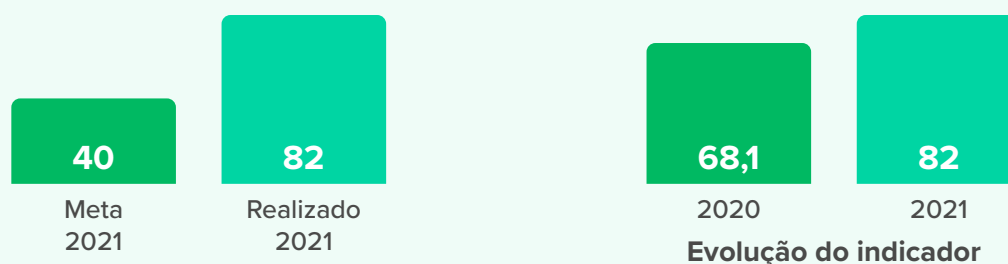
## ► *Objetivo Estratégico 9*

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

### INDICADOR

Quantidade média de horas de capacitação por colaborador

# 82



Com a criação do Plano Anual de Ações de Capacitação (PAAC), inteiramente vinculado ao Planejamento Estratégico, a ApexBrasil 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.

Nas iniciativas voltadas para toda a Agência, foram disponibilizados cinco cursos, com um total de oito turmas. Disponibilizadas ainda quatro trilhas de capacitação na intranet, com foco em Vendas e Produtos, Ciência de Dados, Gestão Estratégica e Negócios Internacionais. O 2º *Hackathon* da ApexBrasil também capacitou os colaboradores participantes da competição em temas voltados ao desenvolvimento de produtos digitais.



► **Perspectiva da Sociedade**

► **Perspectiva dos Processos Internos**

► **Perspectiva da Sustentabilidade**

### ► **Objetivo Estratégico 9**

Destaque também para a parceria inédita entre a ApexBrasil e o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA) para a realização da primeira turma *in company* do Curso de Especialização em *Data Science* (CEDS).

A especialização tem o intuito de promover o conhecimento aprofundado em ciência de dados e a oportunidade do desenvolvimento de projetos nos temas de Promoção à Exportação, Atração de Investimentos, Governança e Gestão Corporativa.

Os alunos foram escolhidos a partir de um processo seletivo interno, no qual foram apresentados projetos relacionados ao tema em áreas de interesse da Agência. A turma é formada por 31 alunos, e as aulas são ministradas em ambiente virtual síncrono.

Nas iniciativas com foco nas atividades finalísticas, destaca-se o Curso Avançado em Inteligência de Mercado, promovido pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) para uma turma de 30 colaboradores.

Já nas iniciativas em temas de gestão, o Programa de Desenvolvimento de Liderança (PDL), destaca-se pela sua importância para o constante aprimoramento dos gestores, com a realização de *workshops* e fóruns estimulando a troca de experiências e agregando conhecimento aplicado à realidade da Agência.

#### **META PROJETO**

**Obter a Certificação *Great Place to Work***

**Ações e resultados esperados para 2021:**

↳ Implementar o Plano de Ação de Certificação GPTW.

A ApexBrasil continua sendo um ótimo lugar para se trabalhar. Essa afirmação é confirmada pelos 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%.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► **Objetivo Estratégico 9**

Para que a ApexBrasil conquistasse mais uma vez esse título, diversas ações foram realizadas, como a execução do Ciclo Avaliativo 2020, quando foi possível a aplicação do Plano de Cargos, Carreira e Salários (PCCS) e a consequente 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”, no qual os colaboradores podem enviar elogios aos colegas e parabenizá-los pelo trabalho realizado.

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 segunda revisão do Plano Estratégico 2020-2023.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

## ► *Objetivo Estratégico 10*

*Evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em Governança e Compliance.*

### **META PROJETO 1**

**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*.

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 15 requisitos para que a ApexBrasil atinja o nível de maturidade GERENCIADO. Para 2021, foram priorizados cinco.

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, concomitantemente ou não à contabilidade empresarial. Esse requisito foi atendido pelas Demonstrações Contábeis publicadas no Portal da Transparência e Prestação de Contas da ApexBrasil, que seguem os moldes exigidos. Cabe lembrar que a exigência é uma obrigação das entidades do Sistema S, conforme orientação do Tribunal de Contas da União (TCU).





► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► **Objetivo Estratégico 10**

O terceiro requisito é a realização de auditoria independente para as atividades contábeis, e vem sendo atendido pela prestação do serviço feito pela consultoria contratada NEXIA TEIXEIRA Auditores. A cada trimestre, é realizada 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 – essencial para a atualização das normas de *Compliance* da Agência –, que define os papéis e as 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. 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). Foi 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. Para 2022, devem ser concluídas a contratação do Sistema de DDI e a formalização da adesão ao SeCI. A ApexBrasil segue buscando outras soluções tecnológicas para apoiar as atividades de *Compliance*, tornando-as cada vez mais eficientes, eficazes e efetivas.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

## ► *Objetivo Estratégico 10*

### **META PROJETO 2**

**Assegurar que a ApexBrasil 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.

Em 2021, a ApexBrasil realizou avanços significativos rumo à Certificação ISO 9001:2015 considerando o escopo: “Promoção de exportação e de internacionalização por meio do atendimento setorial direto às empresas brasileiras na participação em feiras internacionais”.

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 ao processo de certificação com o escopo “Promoção de exportação e de internacionalização por meio do atendimento setorial direto às empresas brasileiras na participação em feiras internacionais”.
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 da Agência.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► **Objetivo Estratégico 10**

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 implementação do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ), sendo que várias etapas já foram alcançadas com a aprovação da Política da Qualidade, a criação do Comitê da Qualidade e a execução de diversas ações recomendadas pela consultoria para atendimento às exigências da Norma ISO 9001:2015, concluindo com êxito a etapa preparatória para a certificação.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

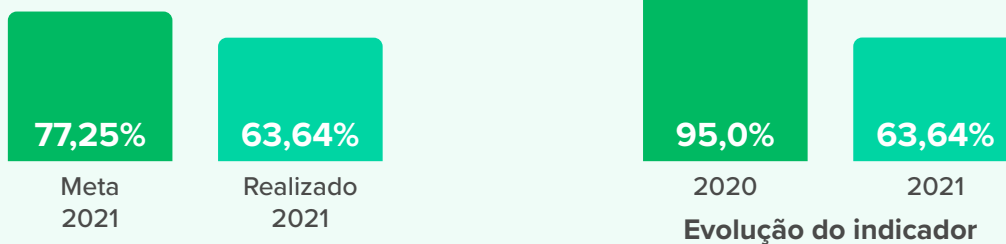
### ► *Objetivo Estratégico 11*

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

#### **INDICADOR**

Percentual de execução do PDTIC

# 63,64%



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



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► **Objetivo Estratégico 11**

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 prioritizados foi revisada, com a definição de 22 projetos com entrega prevista em 2021, onde 14 foram concluídos e oito 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 da 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.

Além do impacto no indicador, a terceira reunião do Comitê Gestor de TIC, prevista para o dia 7 de dezembro de 2021, não pôde ser realizada, sendo transferida para fevereiro de 2022, com o consequente atraso na priorização das novas demandas de TIC da Agência.

Ainda assim, importantes progressos foram alcançados na execução das ações, como: a execução do contrato de terceirização de TIC; a implantação das soluções de segurança da informação para Gestão de Identidades e a Gestão de Acesso Privilegiado; a consolidação do ambiente de *Business Intelligence*; e a operação da *Digital Experience Platform (DXP)*.

O ano de 2021 também foi de atenção à adequação da ApexBrasil à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), com a realização de ações de conscientização dos colaboradores em relação à importância da segurança da informação, publicação da nova Política de Segurança de Informação e Comunicação, e início das atividades do Comitê de Segurança da Informação e Comunicação, conforme previsto no Regimento Interno da ApexBrasil.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

► **Objetivo Estratégico 11**

**META PROJETO**

**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)

A ApexBrasil deu continuidade, mais uma vez, às ações de 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. Elas vão contribuir para o aperfeiçoamento dos serviços de TIC prestados pela Agência aos seus colaboradores.

Também foi finalizada a contratação do novo serviço de suporte de TIC, o que possibilitará uma evolução na gestão de serviços de informação e comunicação e a criação de um Acordo de Nível de Serviço (ANS) junto aos usuários.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

► **Objetivo Estratégico 12**

*Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável.*

**INDICADOR**

Taxa de crescimento da receita gerada com produtos e serviços

**439,5%**



**Evolução do indicador**

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

Em 2021, a captação de receitas próprias foi no total de R\$ 8,0 milhões, decorrente principalmente da arrecadação com Feiras e Eventos (R\$ 4,6 milhões), dos serviços prestados pelos Escritórios da ApexBrasil no exterior (R\$ 2,0 milhões), da receita do Pavilhão do Brasil na Expo 2020 Dubai (R\$ 851 mil) e da captação com Patrocínios (R\$ 640 mil).

A apuração desse indicador em 439,5%, ante à meta de 35%, no entanto, se deve não apenas ao bom resultado da arrecadação de receitas próprias em 2021, mas também à medição de 2020,



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

### ► **Objetivo Estratégico 12**

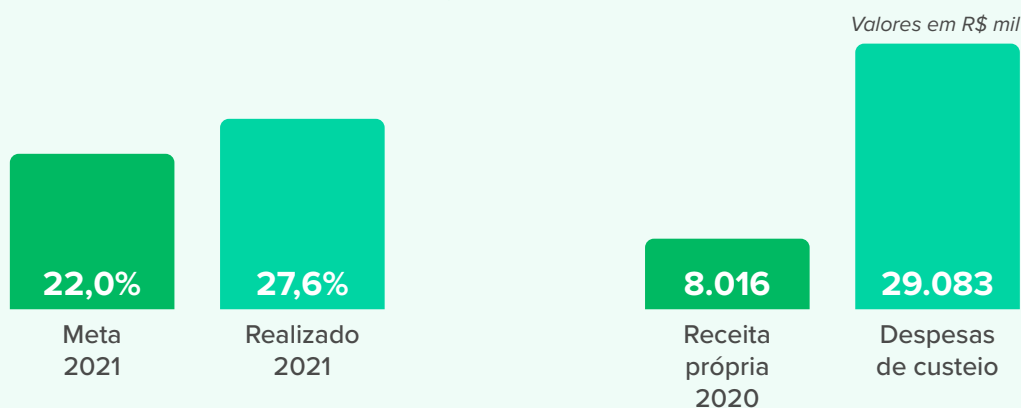
no total de R\$ 1,48 milhões, no qual ocorreu a devolução de receitas no início da pandemia de Covid-19, com cancelamentos de eventos.

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

#### **INDICADOR**

Índice de sustentabilidade das receitas próprias da ApexBrasil

# 27,6%



#### **Evolução do indicador**

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

Em 2021, a captação de receitas próprias foi no montante de R\$ 8,0 milhões, enquanto as despesas administrativas de custeio tiveram a execução de R\$ 29,1 milhões, o que resultou em um atingimento de 27,6% do indicador, acima da meta de 22% estabelecida na segunda revisão do Plano Estratégico 2020-2023, realizada em novembro de 2021.





► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

► **Objetivo Estratégico 12**

**INDICADOR**

Percentual do teto de custeio administrativo

**4,9%**



Em 2021, a execução das despesas de custeio administrativo foi de R\$ 29,1 milhões e a da Receita Corrente Líquida de R\$ 599,0 milhões, resultando em um atingimento de 4,9%.

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 16% 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.



► *Perspectiva da Sociedade*

► *Perspectiva dos Processos Internos*

► *Perspectiva da Sustentabilidade*

► **Objetivo Estratégico 12**

**INDICADOR**

Percentual do teto de despesas de pessoal

**21,0%**



Em 2021, as despesas de custeio de pessoal totalizaram R\$ 125,5 milhões, enquanto a Receita Corrente Líquida executou o total de R\$ 599,0 milhões, resultando em um índice de 21,0%.

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 contribuiu para esse atingimento a arrecadação de Receita Corrente Líquida anual acima do orçamento previsto.



## GESTÃO DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

Para desenvolver suas atividades, a ApexBrasil utiliza insumos e serviços obtidos por meio de processos de aquisição, todos moldados nos limites do Regulamento de Licitações e Contratos da ApexBrasil (RLC), disponível no endereço <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, com apresentação de sólidas justificativas e sempre direcionadas ao custeio operacional, à capacitação de seu corpo funcional e, de forma mais relevante, à execução de sua missão institucional, na forma da Lei nº 10.668/03, Decreto nº 4.584/03 e Estatuto Social da ApexBrasil.

Em 2021, foram concluídos 101 processos, distribuídos em 32 áreas internas demandantes/interessadas. Assim, foram finalizadas 23 licitações; 23 aquisições de pequena monta, via processo simplificado, com valor de até R\$ 4.000,00; 31 dispensas de licitação, sendo que destas, 26 se referiram à contratação de serviços no exterior para execução da atividade-fim da ApexBrasil; e 24 aquisições foram procedentes de inexigibilidade de licitação, especialmente aquelas voltadas a objetos particularizados ligados à participação da ApexBrasil e empresas atendidas em relevantes feiras comerciais, como contratação de espaço de feira.

### 101 processos em 32 áreas internas

↳ 23 licitações finalizadas

↳ 23 aquisições via processo simplificado

↳ 31 dispensas de licitação; 26 se referiram à contratação de serviços no exterior

↳ 24 aquisições de inexigibilidade de licitação

Tabela 2 - Aquisições por tipo de demanda

Modalidade	Demandas
Licitação, ante a existência de competição no mercado	23
Contratação direta, amparada em dispensa de licitação em razão de objetos de pequena monta, via rito simplificado, com valor de até R\$ 4.000,00	23
Dispensa de licitação, sobretudo visando à contratação de serviços no exterior para execução de atividade-fim da ApexBrasil	31
Inexigibilidade de licitação, especialmente aquelas voltadas a objetos particularizados ligados à participação da Agência e empresas atendidas em relevantes feiras comerciais	24



Tabela 3 - Principais aquisições

PORTAL DE AQUISIÇÕES	
OBJETO	FORMATAÇÃO
<p>Contratação de empresa com atuação no ramo de Tecnologia da Informação, especializada no fornecimento de plataforma tecnológica de software baseada em nuvem, para fornecimento de solução integrada de TI, existente no mercado, com um conjunto de módulos interdependentes e integrados, assim como disponibilização de funcionalidades, em proveito da gestão e operacionalização do processo de aquisições diretas nacionais e internacionais de produtos e serviços da ApexBrasil.</p>	<p>Licitação, sob modalidade pregão eletrônico: tipo menor preço, na forma do artigo 14 da Lei nº 10.668/03 e RLC da ApexBrasil</p>
AUDITORIA INDEPENDENTE EM CONVÊNIOS	
OBJETO	FORMATAÇÃO
<p>Contratação de empresa para prestação de serviços de auditoria independente, sob demanda, por intermédio do cumprimento dos Procedimentos Previamente Acordados – PPA, a ser realizado: (i) por meio remoto, com a utilização de recursos da tecnologia da informação e comunicação postos à disposição do fornecedor, ou (ii) presencialmente, nas sedes das entidades convenientes, no âmbito das prestações de contas técnica e financeira dos convênios firmados com a ApexBrasil, com apresentação de relatório sobre as análises procedidas, conforme condições e exigências estabelecidas no PPA, a fim de confirmar a estrita observância aos normativos da Agência.</p>	<p>Licitação, sob modalidade pregão eletrônico: tipo menor preço, na forma do artigo 14 da Lei nº 10.668/03 e RLC da ApexBrasil</p>
PLATAFORMA DE DESENVOLVIMENTO DE PORTAIS, APLICATIVOS DE E-COMMERCE E SERVIÇOS ASSOCIADOS	
OBJETO	FORMATAÇÃO
<p>Contratação de empresa especializada em Tecnologia da Informação para fornecimento de cessão de direito de uso de licenças de uma Plataforma de Experiência Digital (DXP) em nuvem e um módulo de e-commerce em nuvem integrado à DXP, bem como serviços especializados de consultoria, customização e parametrização da plataforma, sob demanda; configuração e implantação de funcionalidades customizadas; operação assistida da plataforma; manutenções corretivas e evolutivas; e capacitação técnica.</p>	<p>Licitação, sob modalidade pregão eletrônico: tipo menor preço, na forma do artigo 14 da Lei nº 10.668/03 e RLC da ApexBrasil</p>



<b>PLATAFORMA TECNOLÓGICA E SUPORTE TÉCNICO AOS USUÁRIOS DE SOLUÇÕES DE TIC</b>	
<b>OBJETO</b>	<b>FORMATAÇÃO</b>
Contratação de uma empresa para a prestação de serviços continuados de implantação, operação e gestão de Central de Serviços (Service Desk) de atendimento e suporte técnico aos usuários de soluções de Tecnologia da Informação e Comunicação – TIC; fornecimento de solução de Gestão de Serviços de Tecnologia da Informação (GSTI / ITSM – Information Technology Service Management), com aferição baseada em metas de Níveis Mínimos de Serviço (NMS).	Licitação, sob modalidade pregão eletrônico: tipo menor preço, na forma do artigo 14 da Lei nº 10.668/03 e RLC da ApexBrasil
<b>FOLHA DE PAGAMENTO</b>	
<b>OBJETO</b>	<b>FORMATAÇÃO</b>
Contratação de instituição financeira, autorizada pelo Banco Central do Brasil, para prestação de serviço de processamento (operacionalização e gerenciamento) da folha de pagamento dos colaboradores da ApexBrasil, que contempla sede em Brasília-DF e filiais, bem como àqueles admitidos durante o prazo de execução do contrato, mediante crédito a ser efetuado em conta corrente/conta salário, sem qualquer custo ou ônus para os mesmos, por meio de arquivo eletrônico integrado ao internet banking ou gerenciador financeiro bancário.	Licitação, sob modalidade pregão eletrônico: tipo maior oferta, na forma do artigo 14 da Lei nº 10.668/03 e RLC da ApexBrasil
<b>APP DE MOBILIDADE URBANA PARA COLABORADORES</b>	
<b>OBJETO</b>	<b>FORMATAÇÃO</b>
Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de gestão de mobilidade corporativa, para atender às demandas por transporte terrestre da ApexBrasil, tanto em sua sede em Brasília quanto em seus 4 (quatro) outros escritórios no Brasil, incluindo gerenciamento e intermediação de serviço por plataforma que deve oferecer pesquisa, solicitações e finalização do atendimento, baseado em tecnologia de comunicação em rede, com no mínimo 2 (dois) aplicativos de transporte de mobilidade urbana e 1 (um) de serviço de táxi convencional.	Licitação, sob modalidade pregão eletrônico: tipo menor preço, na forma do artigo 14 da Lei nº 10.668/03 e RLC da ApexBrasil
<b>AUXÍLIO-REFEIÇÃO E ALIMENTAÇÃO</b>	
<b>OBJETO</b>	<b>FORMATAÇÃO</b>
Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de gerenciamento, implementação e administração de auxílio-refeição e alimentação aos colaboradores da ApexBrasil.	Licitação, sob modalidade pregão eletrônico: tipo menor preço, na forma do artigo 14 da Lei nº 10.668/03 e RLC da ApexBrasil



Vale destacar que a ApexBrasil, em suas licitações, primou pela realização predominante de certames sob a modalidade pregão, em forma eletrônica, utilizando-se, para o processo de disputa e seleção de fornecedores, da plataforma disponibilizada pelo Banco do Brasil.



As licitações realizadas ou em andamento, bem como os contratos vigentes, estão disponíveis no portal da ApexBrasil, na página Transparência, Licitações e Contratos: <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>.

## MELHORIA NOS PROCESSOS INTERNOS

Considerando as diretrizes do Plano Estratégico da ApexBrasil 2020-2023, podem ser destacadas as seguintes ações:

### Portal de Aquisições

Com foco na transformação digital de processos, em 2021 foi concluída a contratação de plataforma tecnológica para processamento das aquisições diretas nacionais e internacionais da ApexBrasil. O novo Portal de Aquisições promoverá maior transparência, competitividade, agilidade e eficiência às contratações. A intenção é ampliar a publicidade das contratações da Agência e processar, especialmente, as contratações internacionais. Além disso, o Portal possibilitará o cadastro de fornecedores interessados, permitindo o envio de aviso de abertura de novos processos. O Portal de Aquisições está ativo ([compras.apexbrasil.com.br](http://compras.apexbrasil.com.br)). Todos os novos processos de dispensa de licitação serão publicados e processados diretamente na plataforma.

### Aprimoramento e sistematização do Banco Referencial de Preços

Ainda com foco na transformação digital de processos, destaca-se a sistematização da metodologia de preços referenciais das contratações da ApexBrasil, por meio da alimentação automatizada de dados, a qual proporcionará à Agência informações mercadológicas cada vez mais fidedignas, em atenção ao princípio da economicidade, com amplo banco informativo aplicável aos diversos objetos contratáveis. O banco referencial de preços visa estabelecer os parâmetros orçamen-

tários que balizam a avaliação da vantajosidade das contratações, bem como das despesas dos projetos de convênios.

### Avaliação de desempenho dos fornecedores

Em 2021, foi lançado o Manual de Avaliação de Desempenho de Fornecedores, institucionalizando, assim, o processo de avaliação de fornecedores da Agência, um dos requisitos necessários para a obtenção da Certificação ISO 9001. A avaliação identificará o Índice de Desempenho de Fornecedor (IDF) como subsídio para o aprimoramento do acompanhamento da execução contratual. O resultado fornece informações relevantes para a tomada de decisão de gestores e fiscais quanto à renovação de determinado contrato, trazendo mais eficiência à gestão de contratos da Agência como um todo.

### 1º Simpósio de Licitações e Contratos (SILICON)

Com o objetivo de contribuir para a constante capacitação de seu corpo técnico e das entidades conveniadas, foi realizada a primeira edição do “Simpósio de Licitações, Convênios e Contratos (Silicon)”. O evento contou com a participação de algumas das principais autoridades no assunto, e teve como tema questões de inovação no âmbito de aquisições, convênios e contratos. Destaca-se a presença de ilustres palestrantes, tais como: Ricardo de Mello Araújo, auditor federal do Tribunal de Contas da União (TCU); Jorge Jacoby Fernandes, professor de direito administrativo; Benjamin Zymler, ministro do Tribunal de Contas da União (TCU); Renato Fenili, secretário adjunto de Gestão do Ministério da Economia.

### Chamamentos públicos em convênios

Como parte do aprimoramento da transparência e da publicidade dos processos da ApexBrasil, em 2020 foram implantados chamamentos públicos destinados à escolha das entidades parceiras executoras de convênios para o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX). Em 2021, foram publicados mais 15 chamamentos públicos para convênios nos seguintes estados: Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Bahia, Sergipe, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Pará, Amapá, Mato Grosso do Sul, Paraná, Tocantins, Pernambuco, Maranhão, Espírito Santo e Piauí, consolidando tal prática.



## ECONOMICIDADE DECORRENTE DAS CONTRATAÇÕES REALIZADAS

Em 2021, registrou-se economia total de 27% nos processos de contratações realizados por meio de licitações e de 11% nos processos de contratações realizados por meio de dispensa de licitação. Esses percentuais representam efetiva economia de valores, visto que são calculados pela diferença entre os valores das menores propostas iniciais apresentadas e os valores finais contratados, obtidos após lances e negociações de preços. Todas as licitações da ApexBrasil no referido ano foram realizadas por meio de pregões eletrônicos.

## GESTÃO AMBIENTAL E DE INFRAESTRUTURA

### Infraestrutura e patrimônio

Durante o exercício, a ApexBrasil realizou diversas iniciativas visando melhorar a eficiência, efetividade e economicidade no uso dos recursos da ApexBrasil, dentre as quais destacam-se:

- ↳ Automatização do processo de solicitações ao edifício-sede, através de sistema de abertura e controle de chamados, reduzindo o consumo de recursos materiais e contribuindo para preservação do ambiente.
- ↳ Contratação de empresa de mobilidade urbana de modo a atender plenamente às demandas de deslocamento de colaboradores dos Escritórios Regionais e da Sede, que eventualmente venham a exceder a atual capacidade de atendimento provido pela frota locada. Tal iniciativa viabilizou o pagamento somente dos serviços efetivamente utilizados, contribuindo para a economicidade no uso dos transportes.
- ↳ Salas que funcionam no modelo de “escritório compartilhado” foram contratadas nas regiões Sudeste e Nordeste, permitindo o acesso dos colaboradores a todas as unidades da rede, em qualquer lugar do mundo.

A estrutura, além de fornecer toda a gestão administrativa com recursos e serviços contínuos e por demanda, torna-as muito mais eficientes em termos econômicos.

### Gestão documental

O ano de 2021 foi palco de grandes avanços em relação à Gestão Documental da ApexBrasil, que tem o objetivo de garantir a preservação do seu legado arquivístico e a memória corporativa. Mais de 20 anos de documentos começaram a passar por um processo de classificação e catalogação a partir dos Instrumentos Arquivísticos das Atividades Meio, aprovados ainda em 2020. Com a iniciativa, mais de 12 mil documentos já foram classificados e/ou catalogados, sendo analisados um a um, indexados e arquivados conforme preconizam as técnicas de gestão documental.

Importante destacar também a aprovação dos Instrumentos Arquivísticos das Atividades-Fim, tornando possível a ampliação e aceleração desse processo. Além disso, um banco de dados interno foi desenvolvido para auxiliar nos trabalhos de organização do acervo, o que facilitará o processo de classificação, catalogação e recuperação de informações.

Em paralelo, iniciou-se um trabalho piloto para implantação das práticas de gestão documental nos EAs no exterior a fim de possibilitar maior integração e conformidade no tratamento das informações produzidas na Agência em toda sua abrangência, resultando em um plano de ação para concretização do que fora proposto.

Ainda em 2021, foi iniciado projeto de promoção da Memória Institucional da ApexBrasil, aproveitando o ensejo da comemoração dos 25 anos da Agência para marcar o lançamento dessa iniciativa. Assim, foi contratado e oferecido aos colaboradores um curso de Gestão de Conhecimento e Projetos de Memória Institucional, ponto de partida para o desenvolvimento de iniciativas capazes de fortalecer a cultura organizacional por meio da gestão, preservação e promoção de sua memória.



## GESTÃO DE PESSOAS

A força de trabalho qualificada da ApexBrasil contribui para que os resultados dos objetivos estratégicos propostos sejam alcançados. No artigo 37 do Estatuto Social, estão definidas as formas de ingresso na Agência. Para atuação em território nacional, o empregado pode ingressar após ser convocado por aprovação em processo seletivo público ou pode ser nomeado para assumir um cargo de confiança. Nestes casos, o vínculo empregatício é regido pela Consolidação das Leis de Trabalho (CLT). Para a contratação de

empregados nos escritórios do exterior, o empregado deve ser aprovado em processo seletivo simplificado e o vínculo é regido pelas leis locais de cada país.

Em 2021, a ApexBrasil deu início ao projeto de gestão de sua força de trabalho com o objetivo de alinhar cada vez mais os requisitos ao plano estratégico da Agência. Esse projeto teve início com o dimensionamento de pessoal, realizado por consultoria externa especializada, que envolveu todos os colaboradores para identificar qualitativamente e quantitativamente as atividades de cada área.





## Diagnóstico da força de trabalho

Absentéismo

**3,39%**

Meta: &lt;2%

Rotatividade

**6,15%**

Meta: &lt;10%

Acidente de Trabalho e  
Doenças Ocupacionais**0,0%**

Meta: &lt;2%

Custos associados à manutenção  
dos recursos humanos

(Em milhares de Reais)

2020

R\$ **121**

2021

R\$ **128\***

\* R\$ 128.097.325,01 milhões (sem custos de remessa ao exterior). Indicador não é apurado com base nas despesas totais.

**21%**

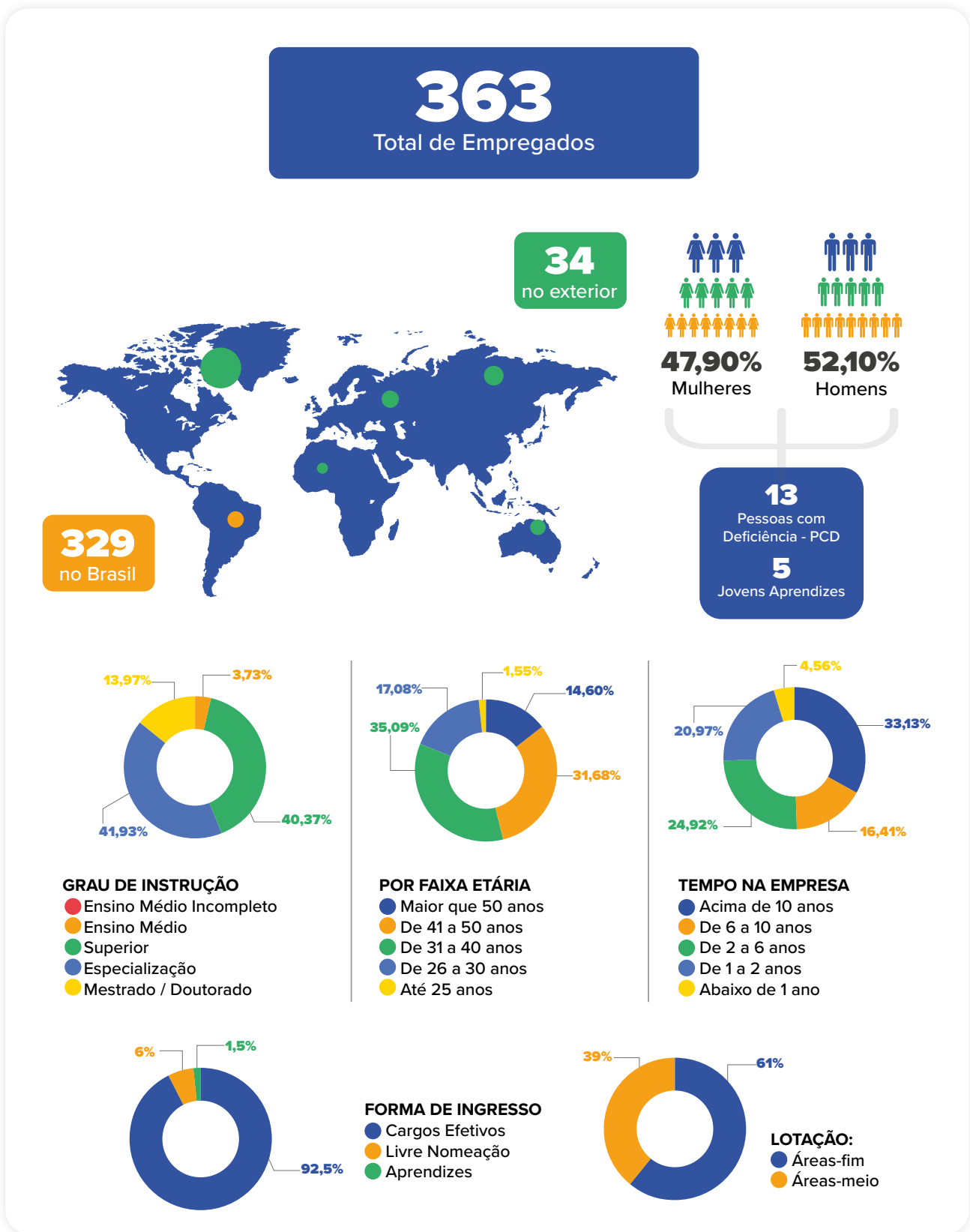
da Receita Corrente Líquida com gastos em pessoal abaixo do limite de

**25%**

previsto no Contrato de Gestão



Gráfico 18 – Dados da força de trabalho



Dados da força de trabalho em 31/12/2021. Fonte: Gerência de Recursos Humanos



De forma contínua, a ApexBrasil realiza várias ações em consonância com seus objetivos estratégicos para garantir um ambiente justo e de confiança a todos os colaboradores, com foco em carreira, qualificação contínua e qualidade de vida dos empregados.

Em 2021, a Agência deu continuidade aos processos de Gestão de Desempenho, Educação Corporativa, Qualidade de Vida, Indicadores Demográficos, Programas de Estágio e Jovem Aprendiz, dentre outros.

Além disso, trouxe inovações, como a disponibilização do serviço de psicologia organizacional para os seus empregados. Também foi lançada a Instrução Normativa de Home Office e Teletrabalho com o objetivo de disciplinar as regras para a concessão desses regimes de trabalho, levando em consideração as particularidades da ApexBrasil, que tem empregados em diversos países.

Outra inovação foi o *Hackathon* para a criação de um protótipo de aplicativo com o objetivo de possibilitar o reconhecimento de colegas dentro da Agência.

## GPTW

Cada vez mais a Agência evolui quando o tema é clima organizacional. Para dar prosseguimento aos trabalhos realizados no ano de 2020, foram implementadas, entre fevereiro e março de 2021, ações com o objetivo de desenvolver os líderes e conscientizá-los sobre a importância de sua atuação na construção de um excelente ambiente organizacional e para a elaboração do Plano de Ação dos pontos de melhoria a serem trabalhados no decorrer do exercício.

E mais importante que ser *Great Place to Work* (GPTW), é manter o certificado. Em outubro de 2021, foi realizado o diagnóstico de clima organizacional, e a ApexBrasil novamente foi certificada como um excelente lugar para se trabalhar. Em 2021, o índice de favorabilidade foi de 81%, o que representou um aumento de três pontos no resultado quando comparado a 2020. Assim, a Agência recebeu o novo selo para celebrar com os colaboradores.

## Captação e seleção

A captação na ApexBrasil é realizada via Processo Seletivo Público (PSP), em caso de vagas no Brasil ou Processo Seletivo Simplificado (PSS) para o preenchimento de vagas nos escritórios no exterior. Também são realizados Processos Seletivos Internos (PSI) a fim de propiciar oportunidades de mobilidade dentro da Agência.

Em 2021, foram realizados dois PSP que possibilitaram a contratação de nove analistas e quatro assistentes para suprir o quadro de pessoal no Brasil, e três PSS para a contratação de três profissionais nos escritórios no exterior. Além disso, um PSI foi realizado com o objetivo de recrutar e selecionar profissionais para apoiar e executar atividades de Negócios e de Gestão Corporativa na Expo 2020 Dubai pelo período de 30 dias. No total, foram 66 inscritos para 12 vagas.

## Gestão do desempenho

O processo de avaliação de desempenho foi realizado já com as mudanças implementadas a partir da revisão do Modelo de Competências e a publicação do Plano de Gestão de Desempenho. Algumas mudanças implementadas no processo foram: avaliação pela frequência de apresentação de cada norteador de comportamento; inclusão das etapas de avaliação de pares e avaliação do gestor mediato; criação do processo intermediário de avaliação de competências, nomeado Pit Stop, com o objetivo de avaliar os comportamentos apresentados até o momento e de alinhar as expectativas para o restante do ciclo avaliativo, com orientação para as mudanças necessárias ao atingimento pleno das competências pelo avaliado.

## Carreira

O Plano de Cargos, Carreiras e Salários (PCCS) apresenta as regras para ascensão profissional dos empregados de acordo com suas aptidões e desempenho. O desenvolvimento na carreira representa a ascensão salarial do empregado ocupante de cargo efetivo e ocorre mediante promoção ou progressão, ambas pelo critério de merecimento.



Em 2021, a partir do resultado da Avaliação de Desempenho (Ciclo 2020), foram realizadas movimentações salariais (promoção e progressão), conforme quadro demonstrativo a seguir.

Tabela 4 - Movimentações salariais

Tipo de Desenvolvimento na Carreira	Quantidade de Empregadas/os	% de Aumento Salarial
Promoção	100	6,1%
Progressão	113	3%

### Qualidade de vida no trabalho

O Programa de Qualidade de Vida da ApexBrasil tem como objetivo facilitar a compatibilidade entre o bem-estar do colaborador, o desempenho funcional e a missão institucional, encorajando e apoiando os hábitos e estilos de vida que promovam a saúde e o bem-estar biopsicossocial.

Principais ações realizadas:

- ↳ Grupo de Brigadistas Voluntários em parceria com a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa): 51 colaboradores voluntários.
- ↳ Ginástica Laboral: disponibilização profissional para 100% das áreas.
- ↳ Campanha de vacinação contra a gripe: 438 imunizações.
- ↳ Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO) e Programa de Prevenção de Risco Ambiental (PPRA): 293 atendimentos médicos.
- ↳ Ações comemorativas: Dia da Secretária, Dia do Estagiário, Dia das Mães, Dia dos Pais.
- ↳ Ações Preventivas de Saúde: Setembro Amarelo, Outubro Rosa e Novembro Azul; Campanha de Doação de Sangue.

- ↳ Ações Motivacionais: Sala de decompressão virtual, Clube do Livro e reconhecimento por tempo de casa.
- ↳ Mês da Saúde: 14 palestras com profissionais de diversas áreas da saúde, com média de participação de 40 pessoas por evento.

### Educação corporativa

Com foco na promoção da cultura de excelência, a Agência vinculou a realização de capacitações à meta individual de cada empregado para o ciclo avaliativo de 2021, de forma a incentivar a aprendizagem contínua, estimulando essa iniciativa na rotina da ApexBrasil.

As ações de capacitação foram divididas em:

- a) Capacitação Interna: quando a necessidade de ação de desenvolvimento profissional demanda adequação de conteúdo às necessidades e à realidade da ApexBrasil. É ofertada a um quantitativo de colaboradores que apresente vantagem econômica para a Agência.



- b) Capacitação Externa: quando a necessidade de ação de desenvolvimento profissional for identificada para um ou mais participantes e realizada por meio de capacitações de mercado em turmas abertas ao público em geral, onerosas ou não à Agência, com conteúdo programático e carga horária definida pelo fornecedor, sem haver



customização para a realidade da ApexBrasil e se representar vantagem econômica.



#### ↳ Programa de Desenvolvimento de Liderança (PDL)

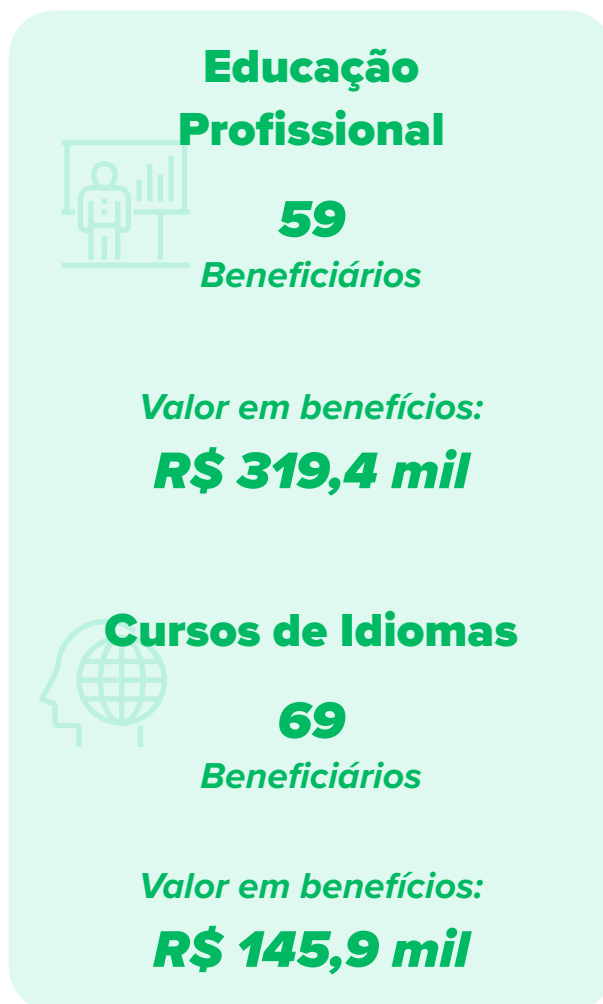
Capacita os colaboradores em cargos de gestão na ApexBrasil, a fim de formar e consolidar a cultura de liderança da Agência. O PDL teve início em 2020 e seguiu em 2021. Foram realizados encontros, fóruns de discussão e pílulas de reforço do conteúdo para fortalecer a cultura de liderança da Agência.

#### ↳ Curso de Especialização em Data Science (CEDS)

O Curso de Especialização em Data Science (CEDS) é o primeiro Curso de Especialização *in company* da ApexBrasil. Com duração de 24 meses (foi iniciado em julho de 2021), formará 30 cientistas de dados com competências e habilidades para entender bem as estratégias e necessidades do negócio e gerenciar, projetar e desenvolver soluções de análise em grandes volumes de dados. A escolha dos participantes foi feita por processo seletivo interno, em que cada candidato apresentou um projeto para aplicação do Data Science no seu contexto de trabalho.

#### ↳ Formação Suplementar

Tem por objetivo incentivar o autodesenvolvimento por meio da educação profissional e de idiomas. A ApexBrasil custeia parcialmente o valor do investimento em ações de formação suplementar de educação profissional e de idiomas, por meio dos benefícios de auxílio-educação e auxílio-idioma, respectivamente, na forma de reembolso, observados os percentuais e os limites de valores estabelecidos no Acordo Coletivo de Trabalho vigente.



## GESTÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

### Modelo de Governança e Gestão de Tecnologia da Informação e Comunicação



O Modelo de Governança de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) da ApexBrasil é baseado em boas práticas de mercado e gestão pública para garantir o alinhamento das ações com os objetivos estratégicos institucionais, de maneira que recursos humanos, financeiros e materiais sejam corretamente direcionados para servir de base ao modelo de negócios e gestão da Agência.

Nesse contexto, o Comitê Gestor de Tecnologia da Informação e Comunicação (CGTIC) é o órgão consultivo que recomenda a priorização de recursos e projetos para o atingimento das metas institucionais, e tem papel fundamental no estabelecimento do Planejamento Estratégico de Tecnologia da Informação e Comunicação (PETIC) e do Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC), documentos anuais que determinam as diretrizes gerais, indicadores e metas de TIC, bem como os projetos e ações que serão desenvolvidos no período.

### Recursos aplicados em TIC

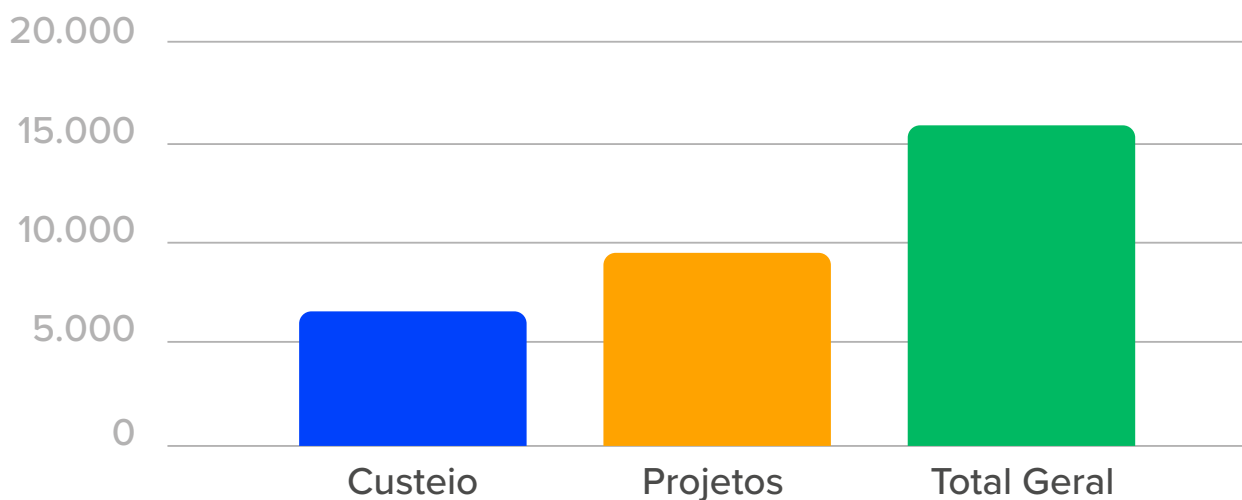
A alocação de recursos financeiros nos projetos e ações de TIC vincula-se aos projetos e ações descritos no PDTIC 2021. Os valores de custeio se mantiveram em relação a 2020, e houve uma redução de 11% dos custos alocados de projetos em relação àquele ano.

Destaca-se a estabilidade dos valores de custeio, refletindo o modelo atual de consumo de serviços de TIC, que migra do modelo de compra de ativos para o modelo de consumo de serviços.

Grupo de Despesas	2019 Valor (*)	2020 Valor (*)	2021 Valor (*)	2021/2020 Var %
Custeio	6.225	6.334	6.406	1%
Projetos	7.217	10.599	9.483	-11%
Total Geral	13.442	16.933	15.889	-9%

(\*) valores em milhares (R\$)

### Orçamento 2021 - Valor em Milhares (R\$)





## Segurança da Informação e Proteção de Dados Pessoais

Em 2021, foram implantadas as soluções de Sistemas de Gestão de Identidades para assegurar a automação da criação, gestão e bloqueio dos acessos dos colaboradores, e de Gestão de Acessos Privilegiados, o que garantiu o acesso centralizado, armazenamento seguro e o controle de credenciais de alto privilégio do parque tecnológico da ApexBrasil. Ambas as soluções contribuem para a cobertura de diversos pontos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Os planos de ação, elaborados a partir da consultoria de segurança, estão sendo executados por todas as áreas da Agência, conforme detalhado na LGPD.

As 253 ações identificadas estão dispostas em um painel de acompanhamento, no qual cada área pode identificar o nível de risco, o tipo e o progresso de cada uma das ações relacionadas à LGPD. Até o final de 2021, 55 ações foram concluídas e 67 estão em andamento.

Em 27 de novembro de 2021, a ApexBrasil sofreu um ataque cibernético do tipo *ransomware*, que indisponibilizou parcialmente seu parque tecnológico. Após o ataque, uma força-tarefa foi formada com o objetivo de restabelecer, no menor tempo, os sistemas afetados. O apoio de diversas áreas foi crucial para a retomada dos sistemas críticos até o dia 8/12/2021, o que possibilitou à ApexBrasil cumprir com todas as suas obrigações trabalhistas, financeiras e fiscais do referido ano.

Tabela 5 - Principais ações de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) em 2021

Principais ações	Resultados
Consolidação do ambiente de Business Intelligence (BI)	Um dos principais avanços da ApexBrasil na transformação digital foi o uso dos dados corporativos para formulação de estratégias e no apoio à operação. Após a implementação da nova plataforma de Business Intelligence (BI), em 2019, com 50 painéis e dashboards construídos naquele ano, em 2021 encerramos o ano com 140 painéis criados pelos próprios usuários da Agência, com destaque para os novos painéis de inteligência de mercado, disponíveis no site <a href="https://painéisdeinteligencia.apexbrasil.com.br">https://painéisdeinteligencia.apexbrasil.com.br</a> .
Início da implementação de um novo plano de automação	Diversas iniciativas de automação e integração dos vários sistemas administrativos foram debatidas e priorizadas junto à Diretoria de Gestão Corporativa, no primeiro semestre de 2021, com foco em reduzir e simplificar os fluxos de trabalho, efetuar integrações entre sistemas e otimizar os trabalhos manuais existentes. Algumas delas foram implementadas em 2021, como a construção de novos painéis de gestão administrativa, a integração de sistemas de viagens e a automação do processo de solicitações de demandas à TI.
Portal de Pagamentos a Fornecedores	A implantação do Portal de Pagamentos a Fornecedores permitiu diminuir custos administrativos, reduzir carga de trabalho e mitigar riscos nos tratamentos e na realização de pagamentos aos fornecedores da Agência, com diminuição de riscos operacionais e de compliance. O projeto do Hub de Pagamento Eletrônico teve por meta iniciar a cobrança pelas oficinas de competitividade oferecidas pela ApexBrasil, contribuindo com os Objetivos Estratégicos nº 8 – “Realizar a transformação digital e consolidar a cultura de inovação” –, e nº 12 – “Reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável”. A associação dessa solução com um gateway de pagamento permite a automação do processo financeiro, o que gera agilidade para a Agência e melhor experiência para o cliente.





Principais ações	Resultados
Implantação do ponto eletrônico Mobile	Efetuada a implantação do ponto eletrônico via celular, totalmente integrado com os sistemas corporativos de recursos humanos. Assim, a Agência moderniza a gestão de frequência e garante maior transparência e flexibilização dos processos. A iniciativa reduz o trabalho manual para efetuar o controle de frequência dos colaboradores.
Execução do novo contrato de Terceirização de TIC	No final de 2019, foi efetuada a contratação de empresa especializada em terceirização de serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação, o que permitiu o aumento de produtividade e de execução de projetos do setor. Em 2021, por meio desse contrato, foi implementado um serviço terceirizado de gestão de suporte e atendimento ao usuário para as demandas do sistema de gestão, com a alocação de quatro profissionais especializados nesse ambiente, além de fornecimento de serviços técnicos especializados em Banco de Dados, Business Intelligence, Customer Relationship Management (CRM) e Gestão de Projetos. O uso de mão de obra terceirizada permitiu um aumento das entregas de sistemas e uma redução significativa no volume de chamados de suporte.
Painel de Acompanhamento de Ações relativas à LGPD	Construção de painel de informações gerenciais com o detalhamento de todas as ações necessárias para a conformidade da ApexBrasil com a LGPD.
Simplificação do Processo de Oficialização de Demandas	Criação de formulário interativo para facilitar a Oficialização de Demandas de Projetos para a TI. Essa ação foi resultado de um grupo de trabalho multidisciplinar para agilizar o envio, centralizar o armazenamento e democratizar o acesso aos dados pelas áreas envolvidas no processo classificatório das demandas.
Implantação da solução de Gestão de Identidades	Recurso que permitiu a automação dos processos de criação, gestão e bloqueio de acessos a partir de integrações com o sistema de RH e os sistemas de TIC.
Implantação da solução de Gestão de Acessos Privilegiados	Recurso que permitiu prover acesso centralizado, rastreabilidade, armazenamento seguro e controle de credenciais de acesso privilegiado aos sistemas do parque tecnológico da ApexBrasil.
Novo Portal de Aquisições	Contratação e implantação do novo Portal de Aquisições. A estrutura é disponibilizada por meio de serviços em computação em nuvem, sendo responsável pela gestão dos processos de divulgação de licitações e compras diretas da ApexBrasil.
Seleção Técnica da nova Plataforma de EaD	Seleção da nova plataforma de EaD a ser utilizada pela ApexBrasil. A plataforma foi colocada no ar em 17 de dezembro de 2021.



Principais ações	Resultados
Aquisição de plataforma para realização de eventos digitais	Contratação de plataforma de eventos digitais para realização do evento híbrido (presencial e digital) por meio de parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). A plataforma já está sendo parametrizada para a realização do evento.
Plataforma DXP	Conjunto integrado de canais e tecnologias que suportam a composição, gestão, entrega e otimização de experiências digitais contextualizadas, com grande ênfase em facilitar a integração entre soluções tecnológicas e possibilitar maior fluidez da jornada do cliente. Essa plataforma constituirá o alicerce da experiência dos clientes de negócios digitais da ApexBrasil. Em novembro de 2021, a primeira versão do Portal do Investidor foi colocada em produção na plataforma DXP, com o objetivo de substituir o antigo portal.
Implantação de uma estrutura de diretório único para acesso a qualquer serviço digital de negócio da ApexBrasil	Disponibilização de um canal único de acesso do usuário a todos os serviços digitais da Agência. Assim, será possível um controle mais eficiente das conformidades da LGPD e GDPR. Já em uso na nova Plataforma de EaD, esse componente de integração permitirá maior facilidade de acesso e segurança ao cliente de negócios digitais da ApexBrasil.
Realização de capacitações internas e realização de mais 100 webinars	Treinamento e apoio na operação de conferências on-line nacionais e internacionais, o que aumentou a destreza no uso das ferramentas.









# Gestão Orçamentária



A Gestão Orçamentária da ApexBrasil é realizada, desde 2020, de acordo com conceitos contábeis de regime de competência na sua execução, mas possui exceções, tratadas nas demonstrações financeiras da Agência. Essas condições refletem na diferença de tratamento na execução das despesas orçamentárias, financeiras e contábeis.

O exercício de 2021 consolida a retomada da execução dos projetos da ApexBrasil, com o retorno da mobilidade global, o que é refletido na execução orçamentária de despesas. No contexto das receitas, o crescimento significativo espelha o cenário econômico brasileiro positivo, com a geração e manutenção de empregos.

No tocante aos efeitos da pandemia da Covid-19, o que impactou diretamente a execução de parte das despesas finalísticas da Agência, notadamente no primeiro semestre, o crescimento da execução apresenta uma recuperação significativa no final do exercício. Esse último período foi marcado pela retomada de viagens, aumento dos desembolsos de convênios e dos gastos com feiras, e o início da operação do pavilhão brasileiro na Exposição Universal de Dubai, em outubro de 2021.

## RECEITAS

O Orçamento-Programa de 2021 previa o total de recursos na ordem de R\$ 1,12 bilhão, dos quais foram executadas receitas de R\$ 1,19 bilhão aproximadamente, equivalente a 107% do valor planejado.

Os recursos são agrupados por natureza, sendo a Receita Corrente Líquida arrecadada durante o exercício, composta pelas Receitas de Contribuição Social Ordinária (CSO), Receitas Patrimoniais (Financeiras), Receitas de Serviços e Outras Receitas não planejadas inicialmente, e a Receita de Capital oriunda de reservas gerenciais e de saldo de exercícios anteriores.

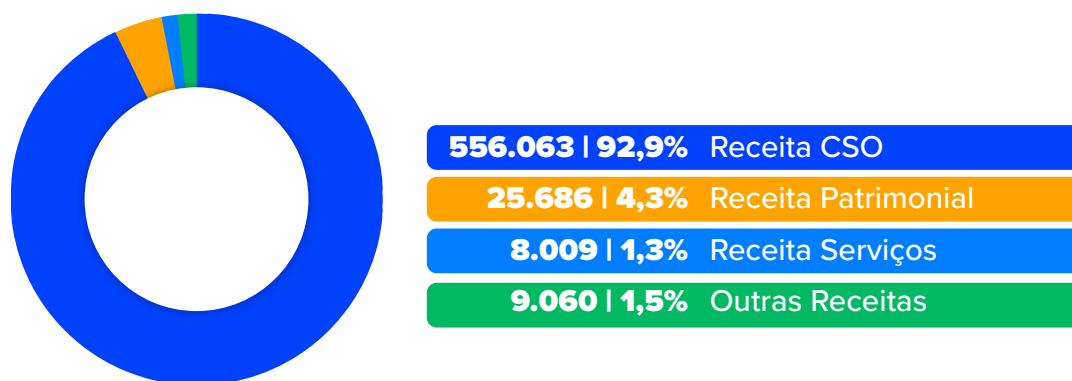
Tabela 6 - Orçamento-Programa

RECURSOS	2020	ORÇAMENTO 2021	"REALIZADO 2021"	% Exec.	Δ 2020/ 2021 (%)
<b>1. TOTAL DE RECURSOS</b>	<b>903.473</b>	<b>1.121.049</b>	<b>1.194.845</b>	<b>107</b>	<b>32</b>
<b>1.1. RECEITA CORRENTE</b>	<b>514.371</b>	<b>525.021</b>	<b>598.817</b>	<b>114</b>	<b>16</b>
1.1.1. Receita CSO	498.776	500.854	556.063	111	11
1.1.2. Receita Patrimonial	7.330	10.410	25.686	247	250
1.1.3. Receita Serviços	1.486	13.757	8.009	58	439
1.1.4. Outras Receitas	6.779	0	9.060	n/a	34
<b>1.2 RECEITA DE CAPITAL</b>	<b>389.102</b>	<b>596.028</b>	<b>596.028</b>	<b>100</b>	<b>53</b>
1.2.1. Saldo do Exercício Anterior	143.723	192.755	192.755	100	34
1.2.2. Reservas Gerenciais	245.379	403.273	403.273	100	64
1.2.2.1. Reserva de Contingência	120.456	120.871	120.871	100	0
1.2.2.2. Reserva - Taxa de Administração RFB	108.874	139.802	139.802	100	28
1.2.2.3. Reserva - Expo Dubai	16.048	142.600	142.600	100	789

Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$

No contexto da Receita Corrente, por ser serviço social autônomo, a ApexBrasil tem na Contribuição Social Ordinária (CSO) a sua principal fonte de receita.

Gráfico 19 – Receitas



Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$

**Contribuição Social Ordinária (CSO)** – É a principal fonte de receita da Agência, auferida com base na massa salarial das empresas brasileiras, a título de “contribuição social para terceiros” como parte de seus encargos tributários. Esse valor é arrecadado pela Secretaria da Receita Federal do Brasil e repassado às entidades e empresas do Sistema S. Em 2021, a Receita CSO alcançou o montante de R\$ 556 milhões, representando um aumento de 11% quando comparado ao mesmo período de 2020, e uma execução de 11% acima do valor orçado para o exercício. Esse resultado demonstra a melhoria no cenário econômico, proporcionando um valor maior dessa fonte de receitas.

**Receita Patrimonial** – É proveniente dos rendimentos dos fundos de investimento da Agência, com resultado em 2021 de R\$ 25,68 milhões, equivalente a 247% do orçamento previsto, o que representa um aumento de 250% em relação a 2020. Esse crescimento se deve, principalmente, ao aumento da remuneração do CDI (Certificado de Depósito Interbancário), vinculado à Taxa Selic, durante o ano, bem como ao maior montante disponível nas aplicações financeiras.

**Receita de Serviços** – Refere-se às arrecadações com prestação de serviços diretos, tais como organização de eventos, venda de espaço para participantes, qualificação de empresas, elaboração de estudos customizados e locação de escritórios físicos. Em 2021, as Receitas de Serviços diretos alcançaram R\$ 8,0 milhões, representando um crescimento de, aproximadamente, 439% em relação a 2020, ano em que houve a devolução de receitas, com o cancelamento dos eventos no início da pandemia da Covid-19. Dessas receitas, destacam-se:

- ↳ Arrecadações com feiras como a Gulfood 2021, Anuga e Marmomac;
- ↳ Royalties de vendas, no Pavilhão Brasileiro na Expo Dubai 2020;
- ↳ Patrocínio, no evento Brasil Investment Forum (BIF) 2021; e
- ↳ Segundo ciclo do PAM Agro, lançado no segundo semestre de 2021.

**Outras Receitas** – Representam os recebimentos que não estão elencados nas receitas classificáveis, tais como devolução de convênios e de contratos, descontos financeiros obtidos e eventuais receitas de doação. Em 2021, a execução de R\$ 9 milhões se refere, principalmente, às devoluções de repasses de convênios que não foram executados, impactados pela pandemia.



**Receita de Capital** – Consiste nas disponibilidades financeiras da ApexBrasil, provenientes de saldo de exercícios anteriores e Reservas Gerenciais estabelecidas para atendimento a demandas de longo prazo e ações específicas de maior impacto. Tais receitas possuem a execução de 100% do previsto para o ano por estarem plenamente disponíveis.

## ALOCAÇÃO

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

Enquanto o programa finalístico concentra todos os projetos da Agência que visam ao alcance da sua missão institucional, o programa de Gestão Administrativa concentra as despesas de custeio e os projetos de melhoria de gestão administrativa e de governança. As Reservas Orçamentárias, divididas entre Contingência e Gerenciais, por sua vez, são criadas para garantir recursos de demandas extraordinárias, ou projetos de longo prazo e os plurianuais.

No exercício de 2021, o orçamento alocado no programa finalístico correspondeu a 64% da disponibilidade orçamentária, enquanto o programa de Gestão e Manutenção correspondeu a 9%, e as Reservas Orçamentárias representaram 27% dessa disponibilidade. O resultado da execução desses programas e das principais naturezas de despesa, na visão orçamentária, está apresentado a seguir.

Tabela 7 - Alocação

ALOCAÇÃO	2020	ORÇAMENTO 2021	“REALIZADO 2021”	% Exec.	Δ 2020/ 2021 (%)
<b>2. TOTAL DE ALOCAÇÃO</b>	<b>311.172</b>	<b>1.121.049</b>	<b>488.391</b>	<b>44</b>	<b>57</b>
<b>2.1 DESPESAS DO EXERCÍCIO</b>	<b>311.172</b>	<b>814.617</b>	<b>488.122</b>	<b>60</b>	<b>57</b>
2.1.1 - Promoção das Exportações e Investimentos	238.242	714.510	411.541	58	73
2.1.2 - Gestão Administrativa	72.930	100.107	76.581	76	5
<b>2.2 RESERVAS ORÇAMENTÁRIAS</b>	<b>0</b>	<b>306.431</b>	<b>269</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
2.2.1. Reserva de Contingência	0	120.871	269	0	0
2.2.2. Reserva Gerencial	0	185.561	0	0	0
2.2.2.1. Reserva - Taxa de Administração RFB	0	139.802	0	0	0
2.2.2.2. Reserva - Expo Dubai	0	45.759	0	0	0

Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$





A execução de despesas do exercício em 2021 foi de 60% do total orçado para o ano, um aumento de 57% em relação ao exercício anterior. O Programa Finalístico da Agência registrou a execução de 58% do orçamento anual, enquanto as despesas de Gestão Administrativa corresponderam a 76% de execução do seu orçamento planejado. Essas execuções serão detalhadas mais adiante.

No contexto do Programa de Reservas Orçamentárias, a Reserva de Contingência foi executada para pagamentos relativos a despesas extraordinárias com processos judiciais, enquanto as Reservas Gerenciais não tiveram a necessidade de execução no exercício, pois estão destinadas a despesas de longo prazo com maior impacto orçamentário nos exercícios futuros.

A execução da agência é agrupada por categorias de despesas, como demonstradas no quadro abaixo:

Tabela 8 - Execução Despesas Orçamentárias 2020-2021

	2020	2021	Variação
Convênios	66,6	103	54%
Pessoal, Encargos e Benefícios	121,5	128	5%
Projetos Finalísticos	53,8	132	146%
Despesas Tributárias	24,2	50	106%
Gerais e Administrativas	29,5	40	34%
Viagens	2,3	9	276%
Comunicação e Marketing	8,4	31	270%

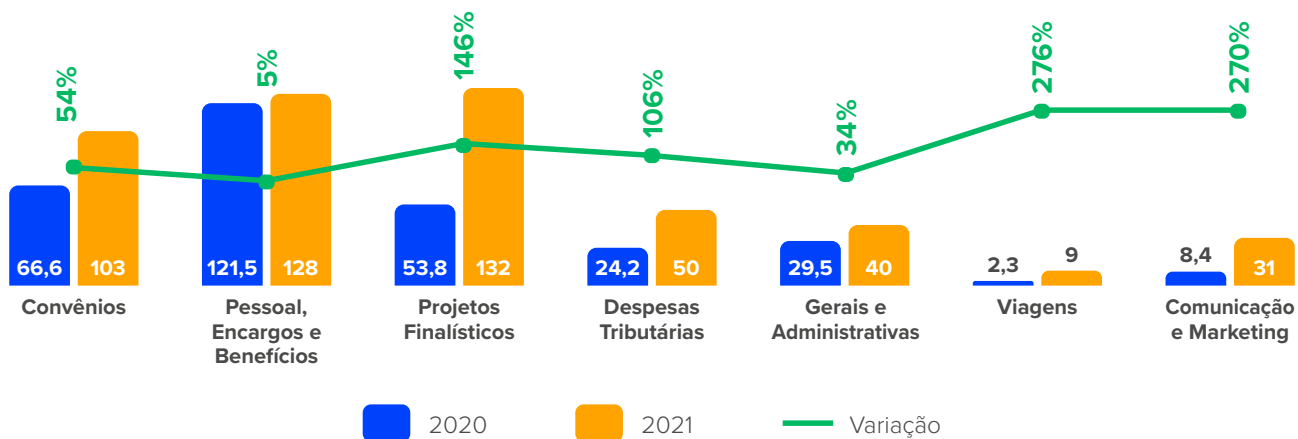
Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$

#### Nota:

- ↳ As despesas orçamentárias de convênios consistem nos valores repassados às Entidades Parceiras.
- ↳ As despesas de viagens, provisões contingenciais e aquisições de ativos são tratadas no orçamento pelo regime de desembolso de caixa.
- ↳ Despesas contábeis com depreciação e amortização, por exemplo, não são consideradas execuções orçamentárias da ApexBrasil.



Gráfico 20 – Variação Anual por Categoria de Despesas



Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$

### Principais variações

- ↪ Convênios: com a melhoria do cenário de pandemia, essa categoria teve um aumento de 54% relacionado aos repasses efetuados às Entidades Setoriais e ao programa PEIEX, com a retomada das ações realizadas pelos conveniados.
- ↪ Pessoal, Encargos e Benefícios: as despesas de pessoal tiveram aumento de 5% decorrente da realização de novos chamamentos públicos e contratações em 2021, bem como da compensação à não realização da correção inflacionária do período, realizada na forma de abono salarial extraordinário no Acordo Coletivo de Trabalho.
- ↪ Projetos Finalísticos: o aumento expressivo de 146% se deu com a retomada gradual de eventos e missões, dos quais se destaca o Projeto da Exposição Universal de Dubai, que em 2021 teve a execução total de R\$ 117 milhões.
- ↪ Despesas Tributárias: a composição dessas despesas está relacionada aos repasses realizados aos Escritórios ApexBrasil no exterior e aos eventos e projetos realizados pela Agência com fornecedores estrangeiros, tal como o Projeto da Exposição Universal de Dubai. Dessa forma, o aumento das despesas tributárias em 106% se deve à retomada das ações no exterior e consequente aumento de gastos com tributos de remessa.
- ↪ Gerais e Administrativas: o aumento de 34% dessa categoria de despesas se deve a diversos fatores de mudanças e adaptações da Agência na pandemia, dos quais se destacam o aumento dos gastos em serviços técnicos de TI, com projetos de segurança e implementação de novas soluções tecnológicas, além do crescimento de gastos com locação de mão de obra, alinhados com a expansão da terceirização de atividades.



- ✎ Viagens: as melhores condições de mobilidade global em relação à pandemia da Covid-19 permitiram a retomada das viagens, que tinham sido praticamente paralisadas em 2020, possibilitando um crescimento de 276% na execução do exercício de 2021.
- ✎ Comunicação e Marketing: o aumento de 270% nas despesas de Comunicação e Marketing em 2021 está alinhado à estratégia da Agência e ao Plano de Marketing, com a execução de importantes ações de imagem, como o *rebranding* da marca ApexBrasil, a produção de peças publicitárias vinculadas ao programa PAM Agro e à campanha “Pense lá fora”.

### Programa de Promoção das Exportações e Investimentos

Apesar de seguir impactado pelos efeitos da pandemia, o investimento da ApexBrasil no Programa Finalístico totalizou, em 2021, aproximadamente R\$ 411,5 milhões com a retomada gradual dos eventos nacionais e internacionais, bem como das viagens e missões, além dos repasses aos Convênios Setoriais e PEIEX.

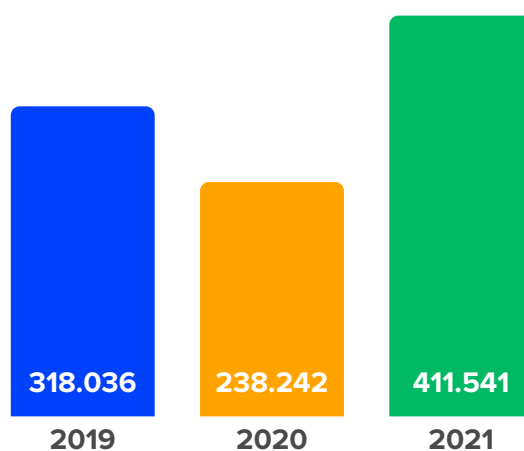
O crescimento da execução orçamentária está representado, de forma resumida, pelas despesas e ações de maior representatividade, além do detalhamento de execução que será apresentado a seguir por objetivo estratégico.

Além da ExpoDubai 2020, importantes eventos foram realizados, tais como CIIE, Gulfood, OTC Houston, Sirha, Fuorisalone, Anuga, Prowine Shangai e Israfood. No âmbito nacional, o principal evento foi o Fórum de Investimentos do Brasil (BIF), ou Brasil Investment Forum, que ocorreu de 31 de maio a 1º de junho de 2021, em formato totalmente digital, alcançando mais de 6 mil inscritos de mais de 100 países.

Esse resultado consolida a retomada da execução de ações e, conseqüentemente, a execução orçamentária, como demonstra o gráfico comparativo abaixo.

### Programa Finalístico

Gráfico 21 – Programa Finalístico



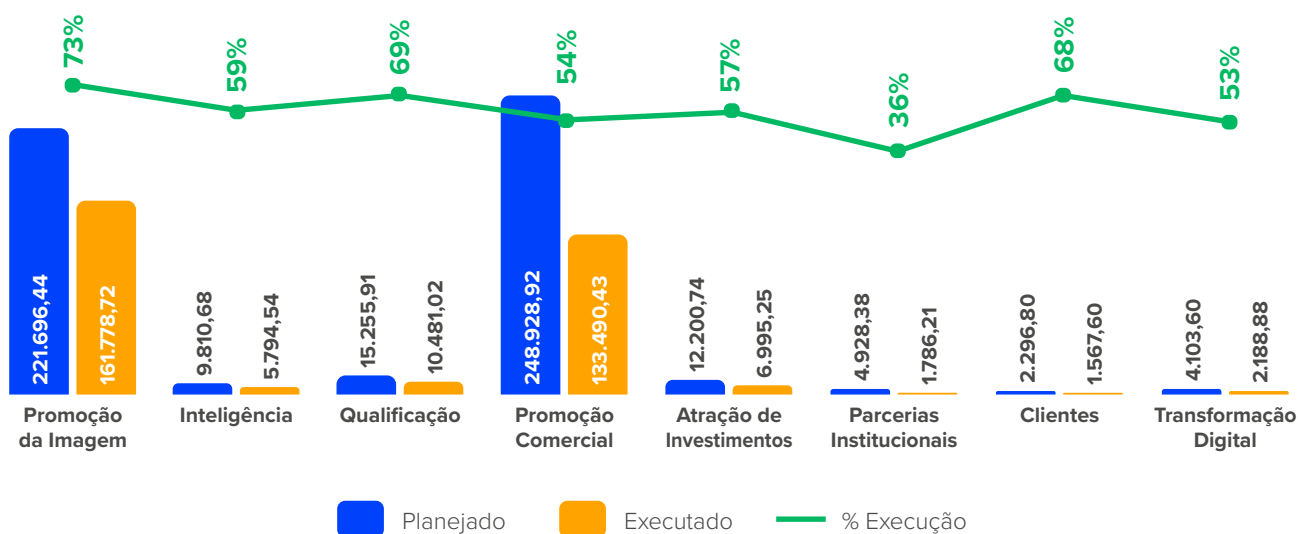
Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$



As ações do Programa Finalístico da ApexBrasil refletem a execução de oito objetivos estratégicos da Agência para o ciclo 2020-2023. A execução orçamentária do programa, por objetivo estratégico, está demonstrada no gráfico a seguir (em milhões de R\$):

### Programa de Promoção das Exportações e Investimentos - Execução por Objetivo Estratégico

Gráfico 22 – Programa de Promoção das Exportações e Investimentos - Execução por Objetivo Estratégico



Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$

- Promoção da Imagem:** este objetivo consiste em reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios, com oportunidades no país e no exterior. Dessa forma, a execução orçamentária em 2021 se concentrou nas ações destinadas à Exposição Universal de Dubai, que teve início em 1º/10/2021 e acumulou um total de despesas de R\$ 117 milhões no ano. Outra ação com início no segundo semestre desse ano foi a nova etapa do PAM Agro, que teve a execução de R\$ 5,1 milhões. O objetivo também é composto por despesas de marketing e patrocínio da Agência, que acumularam o total de R\$ 27,5 milhões em 2021, além dos contratos de relações públicas que tiveram a execução de R\$ 11,6 milhões no ano.
- Inteligência:** as despesas deste objetivo se referem aos gastos com bases e estudos sobre oportunidades e riscos de mercados, para gerar inteligência para empresas. Nesse contexto, a execução de 59%, totalizando R\$ 5,8 milhões em 2021, se concentrou em ações de produção de conteúdo sobre o comércio internacional, com a contratação de Estudos de Mercado e o acesso à Bases de Dados Nacionais e Internacionais. Destaca-se também o início do projeto 3Cs, que visa atender empresas brasileiras com produtos e suporte de inteligência local, em diversos países.
- Qualificação:** este objetivo consiste em ampliar a qualificação das empresas brasileiras e a sua competitividade para o mercado internacional. Dessa forma, concentra as ações de qualificação para o processo de exportação. O principal programa do objetivo é o PEIEX, que teve a execução orçamentária total de R\$ 9,2 milhões em 2021, dividido em diversos projetos de convênios com entidades de ensino pelo Brasil. Outras despesas estão distribuídas na Plataforma do Passaporte para o Mundo, Capacitações de Marketing e Estratégia, Design Export e nas Oficinas de Competitividade.

- 4. Promoção Comercial:** o objetivo de Promoção Comercial concentra as ações diretas da ApexBrasil, no Brasil e no exterior, além daquelas executadas por meio de convênios firmados com as Entidades Setoriais, para inserir e ampliar a presença das empresas brasileiras no mercado internacional. Em 2021, apesar de ainda estar impactado pelas restrições impostas pela pandemia da Covid-19, a execução desse objetivo somou R\$ 133,5 milhões, o que representa 54% do orçamento total alocado. As despesas estão concentradas, principalmente, nos convênios setoriais, que totalizaram a execução orçamentária de R\$ 93,5 milhões, além da retomada de eventos e ações no Brasil e no exterior.
- 5. Atração de Investimentos:** este objetivo estratégico está relacionado com os projetos de atração de investimentos estrangeiros diretos para o Brasil nos setores prioritários, além de investimentos de Private Equity e Venture Capital. Em 2021, o objetivo acumulou a execução orçamentária total de R\$ 6,9 milhões, resultando em uma execução de 57% frente ao planejamento atualizado. Das ações que compõem essas despesas, destacam-se o Brazil Investment Forum 2021 (BIF), realizado em formato digital, a Feira ADIPEC e as ações de atração de investimentos realizadas junto às ações da ExpoDubai e de Davos.
- 6. Parcerias Institucionais:** o objetivo de Parcerias Institucionais consiste em atuar em rede com parceiros estratégicos nacionais e internacionais. Dessa forma, possui iniciativas que visam estreitar a relação da Agência com os principais *stakeholders* do ambiente em que atua. A execução orçamentária em 2021 totalizou R\$ 1,8 milhão, relacionada às despesas de Anuidades de Fundações, Associações e Entidades, como o World Economic Forum e a WAIPA, além de ações de representação institucional, viagens de negócios e eventos, como a Conferência IAEA.
- 7. Clientes:** o objetivo concentra os projetos que visam aprimorar o atendimento e a jornada dos clientes da ApexBrasil, de acordo com a sua maturidade, setor e mercado de atuação. A execução das despesas desse objetivo totalizou R\$ 1,6 milhão em 2021, atingindo 68% do valor alocado, com destaque para as despesas de sustentação e operação da ferramenta de CRM da Agência – o Microsoft Dynamics – com a demanda de licenças e apoio terceirizado.
- 8. Transformação Digital:** este objetivo visa realizar a transformação dos processos finalísticos da Agência com foco no mundo digital, consolidando a cultura da inovação. O principal projeto desse objetivo consiste na implantação de uma plataforma digital de negócios na ApexBrasil. A execução desse objetivo em 2021 totalizou R\$ 2,2 milhões, resultando em 53% do orçamento atualizado. Essa execução decorre majoritariamente dos pagamentos referentes à implantação da plataforma de negócios, cujo projeto iniciou em 2021 e se estenderá em 2022.

### Programa de Gestão Administrativa

Por sua vez, o Programa de Gestão Administrativa teve a execução de R\$ 76,6 milhões em 2021, correspondendo a 76% do orçamento previsto. Esse programa é formado por despesas de custeio no Brasil e no exterior, que juntos mantiveram a execução orçamentária do exercício de 2020, o que demonstra a eficiência na alocação desses recursos, mesmo em um cenário de volatilidade cambial.

Com a retomada da mobilidade global, as visitas técnicas às unidades da ApexBrasil no Brasil e no exterior voltaram a ocorrer. Cumpre ressaltar que todas as viagens, administrativas e finalísticas, haviam sido suspensas no exercício de 2020.

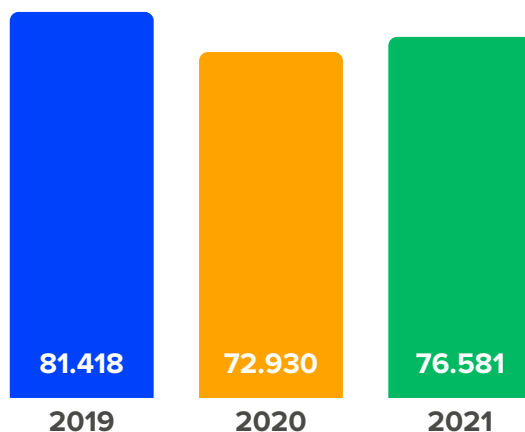
Também se destaca no período o crescimento dos projetos de gestão e governança, com projetos relativos à segurança da informação, com foco nas melhores práticas de mercado e no atendimento aos requisitos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Convém pontuar ainda o aumento dos



gastos com a capacitação do corpo técnico, seja na forma de cursos *in company* ou com o programa de lideranças, além da realização de ações institucionais que contribuam para garantir a continuidade da certificação GTPW na ApexBrasil, no exercício 2022.

### Despesas do Programa de Gestão

Gráfico 23 – Despesas do Programa de Gestão

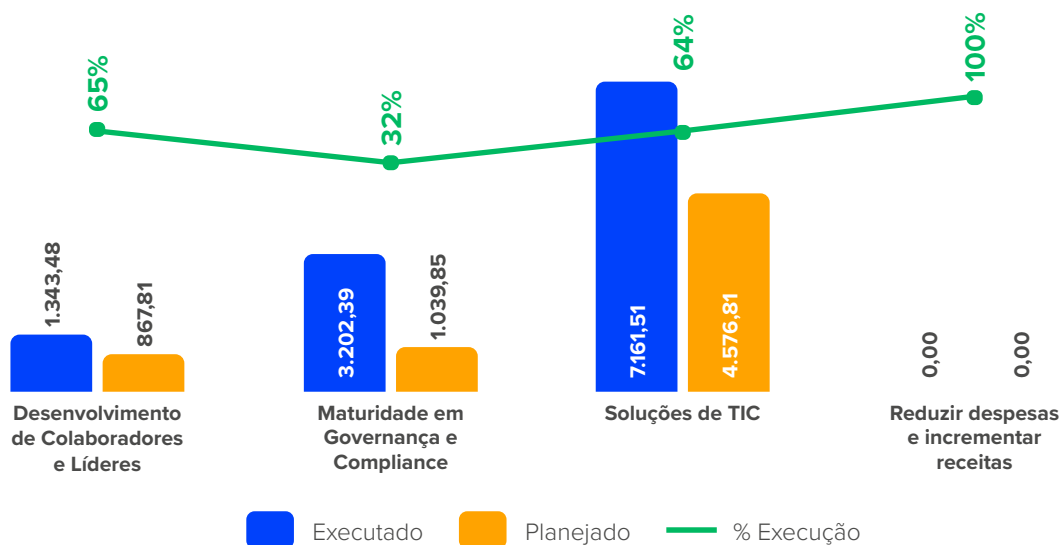


Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$

As ações do Programa de Gestão Administrativa da ApexBrasil estão representadas nos quatro objetivos estratégicos do ciclo 2020-2023 a seguir, com os respectivos detalhamentos sobre as execuções no exercício 2021 (em milhões de R\$):

### Programa de Gestão Administrativa - Execução por Objetivo Estratégico

Gráfico 24 – Programa de Gestão Administrativa - Execução por Objetivo Estratégico



Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade. Valores em milhares de R\$



- 9. Desenvolvimento de Colaboradores e Líderes:** o orçamento alocado neste objetivo estratégico refere-se às iniciativas voltadas à qualidade de vida no trabalho e às ações de capacitação de colaboradores e líderes, de modo a proporcionar um ambiente de trabalho justo e de confiança. Sendo assim, em 2021 foram executados 65% das despesas alocadas, totalizando R\$ 868 mil, das quais se destacam a Certificação GPTW, adquirida pela Agência pelo segundo ano consecutivo, e as ações de capacitação, com destaque para o Curso de Especialização em Data Science, oferecido aos colaboradores em parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA).
- 10. Maturidade em Governança e Compliance:** o objetivo se refere a evoluir o estágio de maturidade da ApexBrasil em temas relacionados a Governança e Compliance. Dessa forma, engloba os projetos voltados à aplicação de metodologias, melhoria de processos internos e desenvolvimento de sistemas que permitam melhorar as atividades da Agência. O total de despesas executadas em 2021 foi de aproximadamente R\$ 1 milhão, com alocações em auditorias independentes, automação de processos e contratação de consultorias, como a voltada para a certificação em ISO 9001.
- 11. Soluções de TIC:** a finalidade deste objetivo estratégico é prover e aprimorar soluções de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC), de forma a atender a necessidades de negócio e de gestão. Sendo assim, o total de R\$ 4,5 milhões executados em 2021, equivalentes a 64% do valor alocado, teve como finalidade os gastos de TIC para manter e desenvolver ferramentas capazes de aumentar a produtividade da Agência, tais como o Sistema de Processo Eletrônico, o Sistema Integrado de Gestão Empresarial (ERP) e as diversas soluções Microsoft adotadas, como os painéis automatizados em PowerBI, entre outros.
- 12. Reduzir despesas e incrementar receitas:** este objetivo consiste em reduzir despesas e incrementar receitas de modo sustentável. Em 2021, não foi alocado orçamento em ações direcionadas especificamente a ele, sendo impactado de maneira indireta pelos demais projetos alocados nos objetivos.

### Programa de Reservas Gerenciais

Concluindo as Alocações, a Reserva de Contingência, que equivale à projeção de três meses de repasse da Receita CSO para atender passivos contingentes e outros riscos e eventos fiscais imprevistos, teve em 2021 a execução de R\$ 269 mil, decorrente de despesas referentes a pagamentos de processos judiciais.

Por fim, as Reservas Gerenciais para a Taxa de Administração Receita Federal do Brasil e para a Expo 2020 Dubai foram constituídas para que a sua utilização no futuro não tenha impacto nos demais projetos da ApexBrasil, e não tiveram execução orçamentária em 2021. A primeira se refere à reserva orçamentária e financeira para atender à provisão contábil do processo judicial que discute o percentual da taxa de administração aplicada pela Receita Federal do Brasil sobre os repasses para a ApexBrasil. A segunda está relacionada com o maior projeto da ApexBrasil no período de 2020-2021, estendido até 2022 pelo seu adiamento e que envolve alta necessidade de recursos orçamentários para a sua realização.









# DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS



As Demonstrações Contábeis da ApexBrasil foram preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no país, de forma condizente com as normas brasileiras de contabilidade aplicadas ao setor público (“NBC TSP”), conforme indicado na Notas Explicativas das Demonstrações Financeiras da Agência, e evidenciam todas as informações relevantes próprias das demonstrações contábeis.

As principais políticas contábeis são apresentadas conjuntamente às notas explicativas relativas aos itens constantes das Demonstrações Contábeis.

Tabela 9 - Balanço Patrimonial

Valores em R\$ mil

<b>ATIVO</b>		
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>		
	<b>31/12/2021</b>	<b>31/12/2020</b>
Caixa e equivalentes de caixa	10.917	76.184
Aplicação financeira	556.814	374.104
Créditos a receber	81.634	72.601
Adiantamentos concedidos	14.785	20.686
Outros ativos circulantes	4.330	971
	<b>668.480</b>	<b>544.546</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
	<b>31/12/2021</b>	<b>31/12/2020</b>
Aplicação financeira	161.654	150.747
Depósitos judiciais e garantias	7.963	4.166
Direitos em Uso de Arrendamento	12.952	19.263
Imobilizado	1.977	3.146
Intangível	873	1.366
	<b>185.419</b>	<b>178.688</b>
	<b>853.899</b>	<b>723.234</b>



Valores em R\$ mil

**PASSIVO**

<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>		
	<b>31/12/2021</b>	<b>31/12/2020</b>
Obrigações trabalhistas e sociais	14.118	15.318
Contas a pagar e fornecedores	20.795	4.362
Obrigações tributárias e previdenciárias	9.804	416
Arrendamentos a pagar	8.238	5.959
	<b>52.955</b>	<b>26.055</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>		
	<b>31/12/2021</b>	<b>31/12/2020</b>
Obrigações a pagar de longo prazo	982	784
Arrendamentos a pagar	7.570	15.383
Provisão para riscos tributários e trabalhistas	156.222	136.257
	<b>164.774</b>	<b>152.424</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
	<b>31/12/2021</b>	<b>31/12/2020</b>
Superávit acumulado	544.755	358.007
Superávit do exercício	91.415	186.748
	<b>636.170</b>	<b>544.755</b>
	<b>853.899</b>	<b>723.234</b>

Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade.

O Balanço Patrimonial evidencia os Ativos (saldos de recursos financeiros e patrimoniais controlados pela ApexBrasil) e Passivos (saldos de obrigações presentes, decorrentes de eventos passados e com alta probabilidade de desembolso futuro) e sua evolução de 2021 em relação ao ano de 2020. O Patrimônio Social (PS) representa a diferença entre o total dos ativos e o total dos passivos, sendo uma importante referência sobre a situação patrimonial da entidade.



**As principais variações do Ativo Total**, cujo valor em 31/12/2020, em milhares de reais, era de R\$ 723.234 e alcançou o valor de R\$ 853.899 em 31/12/2021, representando um crescimento de R\$ 130.665 ou 18%, são:

- ↪ **Aplicações Financeiras** – Destaca-se o aumento de R\$ 193.617 no saldo de aplicações financeiras, de curto e longo prazo, considerando o saldo disponível ao final dos períodos.
- ↪ **Caixa e equivalentes** – A redução de R\$ 65.267 deve-se, principalmente, à utilização dos recursos da conta no Banco do Brasil na agência em Nova York, com operações da ExpoDubai.

**As principais variações do Passivo Total são:**

- ↪ **Contas a Pagar e Fornecedores** – O aumento decorre de serviços prestados pelos fornecedores da Expo para operação do pavilhão do Brasil na ExpoDubai, e de serviços de Marketing de ações da Expo e de Imagem, todos pagos em janeiro de 2022.
- ↪ **Provisão para Riscos Tributários e Trabalhistas** – O aumento da provisão para riscos decorrente do acréscimo mensal da taxa de administração aplicada pela Receita Federal do Brasil (RFB) ao repasse de recursos à ApexBrasil, conforme apresentado a seguir.

### Análises de Liquidez

Os índices de liquidez avaliam a capacidade de pagamento da empresa frente a suas obrigações.

$$\text{Liquidez Imediata} = \frac{\text{Disponibilidades}}{\text{Passivo Circulante}} = \frac{567.731}{52.955} = 10,52$$

Liquidez imediata: este índice considera apenas caixa, saldos bancários e aplicações financeiras de liquidez imediata para quitar as obrigações.

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} = \frac{668.480}{52.955} = 12,62$$

Liquidez corrente: este índice considera as disponibilidades de curto prazo da empresa (caixas, bancos, estoques, clientes) e as dívidas a curto prazo (empréstimos, financiamentos, impostos, fornecedores).

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo não Circulante}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo não Circulante}} = \frac{853.899}{217.729} = 3,92$$

Este índice leva em consideração a situação a longo prazo da empresa, incluindo no cálculo os direitos e obrigações.



Os resultados dos índices de liquidez demonstram que há recursos disponíveis para quitar as obrigações de curto e de longo prazo.

Tabela 10 - Demonstração do resultado dos exercícios em 31 de dezembro de 2021 e de 2020

Valores em R\$ mil

	31/12/2021	31/12/2020
Receitas sem contraprestação com contribuição social líquida	556.063	498.776
Receitas com contraprestação de serviços e outras receitas	7.265	1.367
<b>Total das receitas operacionais</b>	<b>563.328</b>	<b>500.143</b>
<b>Custos e despesas operacionais</b>		
	31/12/2021	31/12/2020
Despesas com convênios e projetos	(97.794)	(67.577)
Despesas com projetos finalísticos	(130.086)	(53.369)
Despesas com viagens	(8.533)	(2.789)
Despesas com comunicação, marketing e propaganda	(33.244)	(8.669)
Despesas com pessoal, encargos e benefícios	(128.651)	(121.451)
Despesas gerais e administrativas	(30.444)	(20.661)
Despesas com provisão judicial e administrativa	(11.797)	(14.137)
Despesas tributárias	(49.378)	(24.005)
Despesa com depreciação e amortização	(8.441)	(7.935)
Outras receitas (despesas) operacionais	3.358	6.724
	<b>(495.010)</b>	<b>(313.869)</b>
<b>Superávit antes do resultado financeiro</b>	<b>68.318</b>	<b>186.274</b>
<b>Resultado financeiro líquido</b>		
Receitas financeiras	44.229	24.852
Despesas financeiras	(21.132)	(24.378)
	<b>23.097</b>	<b>474</b>
<b>SUPERÁVIT DO EXERCÍCIO</b>	<b>91.415</b>	<b>186.748</b>

Fonte: Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade.

A Demonstração do Resultado do Exercício é um relatório que oferece uma síntese econômica completa das atividades operacionais e não operacionais de uma empresa em um determinado exercício, a partir do confronto das Receitas, Custos e Despesas apuradas, gerando informações significativas para tomada de decisão.



## **SOBRE A UNIDADE CONTÁBIL**

A Coordenação de Contabilidade da ApexBrasil tem por finalidade coordenar e executar atividades inerentes à análise e registro dos atos e fatos contábeis da Agência, incluindo o cumprimento das obrigações tributárias acessórias.

Tem como principais atribuições:

- a) Efetuar o registro dos atos e fatos contábeis da ApexBrasil e suas filiais, do Brasil e do exterior, analisando as modificações do patrimônio em virtude da atividade econômica de acordo com as normas, práticas contábeis e legislações de vários níveis;
- b) Conciliar, analisar e contabilizar os atos e fatos contábeis da Agência, com emissão dos relatórios contábeis e demonstrações financeiras necessários ao atendimento das obrigações internas e externas;
- c) Elaborar as Demonstrações Financeiras de acordo com a legislação aplicável, para encaminhamento à Diretoria-Executiva, Auditoria Externa, Conselho Fiscal e Deliberativo e Órgãos de Controle;
- d) Demonstrar com base nos registros contábeis a situação econômica, patrimonial e financeira da ApexBrasil;
- e) Gerir os contratos de prestação de serviços de assessoria contábil e tributária das filiais da ApexBrasil;
- f) Executar e planejar a gestão fiscal da ApexBrasil, analisando os pagamentos nacionais e internacionais para fins de retenção e apuração de tributos, providenciando o recolhimento desses tributos aos órgãos fiscais municipais, estaduais e federais;



- g) Garantir a escrituração fiscal dos pagamentos nacionais e internacionais e o cumprimento das obrigações tributárias acessórias e não tributárias da matriz e filiais da ApexBrasil para a Receita Federal do Brasil (e Secretarias de Fazenda), em cumprimento à legislação em vigor e eventuais fiscalizações desses órgãos; e
- h) Garantir a regularidade fiscal da ApexBrasil e suas filiais.

Tabela 11 - Composição do Setor de Contabilidade

Estrutura no quadro de pessoal	
Coordenador de Contabilidade	Gilson Cella - Responsável Técnico-Contador CRC RJ 075.913/O-8 T DF
Equipe	3 (três) analistas e 3 (três) assistentes

Tabela 12 - Demonstrações Contábeis/Notas Explicativas

Arquivo	Disponível em:
Demonstrações Contábeis em 31/12/2021	<a href="https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/Aba: Demonstrações contábeis">https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/Aba: Demonstrações contábeis</a>
Notas Explicativas	<a href="https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/">https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/</a>
Relatórios dos Auditores Independentes	<a href="https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/">https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/</a>





# Notas Metodológicas e Tabelas Auxiliares







## SEGMENTAÇÃO DAS EMPRESAS

### A classificação por porte

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

### A classificação por maturidade exportadora

A classificação por maturidade exportadora das empresas apoiadas pela ApexBrasil segue metodologia própria, desenvolvida a partir da experiência da Agência no desenvolvimento dos seus projetos e no relacionamento com os seus clientes.

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

↳ Média dos três indicadores igual a 0: NÃO EXPORTADORA

↳ Média dos três indicadores entre 0,5 e 1,5: EXPORTADORA – INICIANTE

↳ Média dos três indicadores entre 1,5 e 2,5: EXPORTADORA – INTERMEDIÁRIA

↳ Média dos três indicadores maior que 2,5: EXPORTADORA – EXPERIENTE

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

### A classificação por Setor CNAE

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

↳ Agronegócio: CNAEs 01 a 03

↳ Indústria Extrativa: CNAEs 05 a 09

↳ Indústria de transformação: CNAEs 10 a 33

↳ Construção: CNAEs 41 a 43

↳ Comércio: CNAEs 45 e 47

↳ Outros: CNAE 99

↳ Serviços: Demais CNAEs



### Empresas Apoiadas

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

### Empresas Exportadoras

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

### Investimentos e Empregos Anunciados

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

### Horas de Capacitação por Colaborador

O número de horas de capacitação por colaborador considera o quadro de pessoal em 31/10 de cada ano. Para 2021, esse número é de 370 colaboradores.

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

### Resultados Financeiros e Orçamentários

Os valores informados para receitas, despesas e execução orçamentária da ApexBrasil apresentados nesse relatório no Objetivo 12, no capítulo “Objetivos, indicadores e metas”, foram auditados e representam o resultado oficial da Agência. Esses valores podem divergir dos apresentados no Relatório de Desempenho Anual, encaminhado ao Ministério das Relações Exteriores (MRE) e publicado na página <https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>, devido ao prazo para envio estabelecido pelo Contrato de Gestão.



### Tabelas auxiliares

#### Empresas Apoiadas e Exportadoras Apoiadas em 2021

Os cinco estados com maiores valores em exportações das apoiadas são São Paulo, Rio de Janeiro, Mato Grosso, Paraná e Rio Grande do Sul. Juntos, esses estados exportaram 64,6% do valor exportado por todas as apoiadas.

Tabela 13 – Empresas apoiadas e valor de exportação

UF	Empresas apoiadas 2021	Exportadoras 2021	Valor de exportação - US\$ FOB 2021	% Valor Total - US\$ FOB 2021
<b>Total (sem duplicidade)</b>	<b>14.741</b>	<b>3.660</b>	<b>105.277.155.469</b>	<b>100,0%</b>
SP	5456	1484	18.264.174.139	17,35%
RJ	1275	126	15.803.267.149	15,01%
MT	391	52	11.792.760.313	11,20%
PR	1997	361	11.589.425.278	11,01%
RS	2095	670	10.538.036.346	10,01%
SC	1524	356	8.153.942.803	7,75%
MG	1703	377	6.456.431.091	6,13%
BA	793	106	5.025.092.805	4,77%
GO	654	73	3.895.666.167	3,70%
ES	761	162	3.843.780.534	3,65%
MS	399	41	2.954.155.482	2,81%
PE	804	51	1.512.946.078	1,44%
PA	490	47	1.229.597.719	1,17%
RO	180	15	1.008.009.063	0,96%
TO	168	15	1.000.770.881	0,95%
MA	197	11	941.531.783	0,89%
CE	470	72	694.024.985	0,66%
PI	159	16	294.895.941	0,28%
RN	347	35	160.341.011	0,15%
DF	537	14	35.419.669	0,03%
SE	128	8	22.133.342	0,02%
AL	179	9	20.936.253	0,02%
PB	196	14	16.532.841	0,02%
AC	88	7	10.377.951	0,01%

UF	Empresas apoiadas 2021	Exportadoras 2021	Valor de exportação - US\$ FOB 2021	% Valor Total - US\$ FOB 2021
<b>Total (sem duplicidade)</b>	<b>14.741</b>	<b>3.660</b>	<b>105.277.155.469</b>	<b>100,0%</b>
AM	287	21	9.074.254	0,01%
RR	57	5	3.801.391	0,00%
AP	95	1	30.200	0,00%

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

### Micro e Pequenas Empresas Apoiadas e Exportadoras em 2021

Entre as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), os cinco Estados com maiores valores em exportações das apoiadas são São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Espírito Santo e Paraná. Juntos, esses Estados exportaram 79% do valor exportado por todas as apoiadas MPEs.

Tabela 14 – MPEs Exportadoras

UF	MPEs Apoiadas 2021	MPEs Exportadoras 2021	Valor de exportação - US\$ FOB 2021	% Valor Total - US\$ FOB 2020
<b>Total (sem duplicidade)</b>	<b>7.873</b>	<b>998</b>	<b>381.917.163</b>	<b>100,0%</b>
SP	2286	394	99.880.264	26,15%
RS	865	168	71.329.711	18,68%
MG	606	129	64.674.583	16,93%
ES	289	32	40.199.219	10,53%
PR	996	106	25.481.533	6,67%
SC	574	68	19.853.396	5,20%
RN	161	11	15.800.946	4,14%
RJ	454	69	10.094.567	2,64%
PA	217	12	9.332.466	2,44%
TO	57	3	5.489.604	1,44%
PE	262	13	3.648.014	0,96%
MS	123	6	3.235.172	0,85%
BA	203	20	2.727.133	0,71%



UF	MPEs Apoiadas 2021	MPEs Exportadoras 2021	Valor de exportação - US\$ FOB 2021	% Valor Total - US\$ FOB 2020
<b>Total (sem duplicidade)</b>	<b>7.873</b>	<b>998</b>	<b>381.917.163</b>	<b>100,0%</b>
MT	87	7	1.869.662	0,49%
PI	47	5	1.856.783	0,49%
GO	219	19	1.831.581	0,48%
AM	101	12	1.541.441	0,40%
AC	41	2	1.201.361	0,31%
CE	115	15	879.529	0,23%
PB	69	3	517.818	0,14%
RR	25	3	191.363	0,05%
DF	199	6	107.325	0,03%
SE	41	1	101.173	0,03%
AL	37	2	40.523	0,01%
AP	49	1	30.200	0,01%
RO	55	2	1.796	0,00%
MA	67	2	0	0,00%

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

### Distribuição Setorial das Empresas Apoiadas e Exportadoras de 2021

A distribuição setorial das empresas apoiadas e exportadoras, com base no Código Nacional de Atividade Econômica (CNAE) das empresas, mostra predomínio de atuação no setor de Indústrias de Transformação: 46% das apoiadas e 72% entre as exportadoras. Olhando apenas as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), tem-se: 44% das apoiadas e 56% das exportadoras.

Tabela 15 – Distribuição setorial

Setor	Empresas Apoiadas 2021	MPEs Apoiadas 2021	Exportadoras 2021	MPEs Exportadoras 2021
Indústrias de transformação	6.815	3.503	2.635	562
Serviços	3.190	1.952	134	43
Comércio	3.080	2.173	724	368
Agropecuária	462	134	105	14

Setor	Empresas Apoiadas 2021	MPEs Apoiadas 2021	Exportadoras 2021	MPEs Exportadoras 2021
Construção	98	61	3	1
Indústrias extrativas	96	50	35	10
Outros	1.000	0	24	0
<b>Total Geral</b>	<b>14.741</b>	<b>7.873</b>	<b>3.660</b>	<b>998</b>

### Projetos Setoriais

Os 49 projetos apoiaram 4.291 empresas. Eles foram realizados em parceria com 43 entidades setoriais (16 do segmento de agronegócios e 27 do segmento de indústria e serviços), apoiando combos de produtos setoriais. Assim, registrou-se um total de 2.397 exportadoras, que, juntas, venderam US\$ 38,2 bilhões para o exterior, em 2021.

Tabela 16 – Projetos Setoriais

Variável	Todos os Projetos Setoriais 2021	Agronegócios 2021	Indústria e Serviços 2021
Qtd. de entidades	43	16	27
Qtd. de projetos	49	20	29
Qtd. de apoiadas	4.291	977	3.336
Qtd. de exportadoras	2.397	516	1.897
Valor exportado - US\$ FOB	38.227.141.223	28.599.147.311	10.161.209.512

### Empresas Qualificadas em 2021 (exceto projetos da inteligência de mercado)

Das empresas qualificadas, 41% são consideradas novas por não terem consumido produtos estruturantes nos três anos anteriores. Os estados com maiores taxas de renovação de empresas em qualificação são Mato Grosso, Alagoas e Ceará.

Tabela 17 – Empresas Qualificadas/Novas Empresas

UF	Empresas Qualificadas 2021	Novas Empresas 2021	Novas Empresas/ Total de Empresas Qualificadas 2021
<b>Total (sem duplicidade)</b>	<b>6647</b>	<b>2721</b>	<b>41%</b>
MT	139	116	83%
AL	44	34	77%
CE	150	113	75%
RR	36	23	64%



UF	Empresas Qualificadas 2021	Novas Empresas 2021	Novas Empresas/ Total de Empresas Qualificadas 2021
<b>Total (sem duplicidade)</b>	<b>6647</b>	<b>2721</b>	<b>41%</b>
MG	420	256	61%
AC	62	37	60%
GO	260	154	59%
DF	215	127	59%
SC	598	343	57%
PB	77	44	57%
SP	1732	989	57%
AM	128	71	55%
MA	91	45	49%
PI	79	38	48%
RN	199	89	45%
RJ	461	204	44%
RS	806	350	43%
BA	264	113	43%
ES	334	132	40%
RO	84	32	38%
PE	392	134	34%
MS	181	58	32%
SE	69	19	28%
PA	248	65	26%
PR	1156	299	26%
TO	72	14	19%
AP	65	11	17%

**Nota:** A quantidade de empresas qualificadas está listada por CNPJ 8. Não são contabilizados os projetos de inteligência de mercado.





### Distribuição Setorial das Empresas Qualificadas

Por setor (baseado no CNAE), o segmento de serviços apresenta a maior taxa de renovação de empresas qualificadas.

Tabela 18 – Distribuição das Empresas Qualificadas

Setor	Empresas Qualificadas 2021	Novas Empresas 2021	Taxa de Renovação
<b>Total Geral</b>	<b>6.647</b>	<b>2.721</b>	<b>41%</b>
Indústrias de transformação	3.473	1.050	30%
Comércio	1.398	576	41%
Serviços	1.197	776	65%
Agropecuária	201	55	27%
Construção	32	15	47%
Indústrias extrativas	18	8	44%
Outros	328	241	73%







# apexBrasil



SAUN, Quadra 5, Lote C, Torre B, 12°  
a 18° andar Centro Empresarial CNC  
Asa Norte, Brasília - DF, 70040-250



[apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)



+55 61 2027-0202