

EXPORTA BRASIL

FEVEREIRO 2024

apex
Brasil

PRESTAÇÃO DE
CONTAS 2023



O BRASIL DE VOLTA AO JOGO

2023 foi o ano em que a ApexBrasil ajudou o país a retomar o espaço perdido no cenário internacional e a avançar





Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil)

Jorge Viana
Presidente

Ana Paula Repezza
Diretora de Negócios

Floriano Pesaro
Diretor de Gestão Corporativa

Helena Chagas
Gerente de Comunicação, Marketing e Clientes e Editora Chefe

Fernanda Cornils Monteiro Benevides
Coordenadora de Comunicação

Produção:
in.Pacto Comunicação e equipe de Comunicação da ApexBrasil

Redação:
in.Pacto Comunicação (Gilberto Evangelista, Lorena Quintas, Natália Melo e Ricardo Miranda); equipe de Comunicação ApexBrasil (Luiza Olmedo, Lukas Desconzi, Ricardo Bastos e Sâmia Bechelane); estagiários da ApexBrasil (Arthur Lourenço, Bruna Neri, Débora Rodrigues, Luana Prado, Samara Batista e Stefany Serra)

Edição:
in.Pacto Comunicação e equipe de Comunicação ApexBrasil

Projeto gráfico/diagramação:
in.Pacto Comunicação (Chica Magalhães, Hugo Pereira e Vanessa Farias)

Revisão:
in.Pacto Comunicação (Daniela Neu)

ApexBrasil - Sede:
AUN, Quadra 5, Lote C, Torre B, 12º a 18º andar Centro Empresarial CNC
Asa Norte, Brasília - DF, 70040-250 - Telefone +55 (61) 2027 - 0202

www.apexbrasil.com.br

apexBrasil



CARTA AO LEITOR

O BRASIL DE VOLTA AO JOGO

O Brasil voltou a ser protagonista no cenário internacional em 2023, obtendo resultados históricos no comércio exterior, reassumindo papel de liderança entre os países do Sul Global e articulando a defesa de soluções sustentáveis para enfrentar a crise climática mundial. A ApexBrasil teve participação importante nessas conquistas. Em sua missão de promover as exportações e atrair investimentos para o País, e numa associação decisiva com o setor produtivo e com o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva – que retomou a diplomacia presidencial –, a Agência trabalhou intensamente pela reconquista de espaços perdidos nos últimos anos. Nesse esforço, o País se reaproximou de antigos parceiros comerciais e criou novos laços, abrindo mercados no mundo todo.

Um ano depois do início dessa reconstrução, temos muito a comemorar – o Governo, a ApexBrasil e todos os brasileiros. Afinal, por trás de cada novo empreendimento exportador, está a geração de empregos, renda e desenvolvimento.

No Exporta Brasil, este informativo que preparamos para detalhar as principais ações que resultaram no retorno do País ao jogo do comércio mundial, vamos contar como foi essa trajetória. Em textos, gráficos e fotos, você conhecerá os programas, os números, o alcance e o potencial de nossas exportações, além das boas perspectivas que temos para o futuro. Vai ver ainda exemplos inspiradores de quem não sabia que poderia exportar e agora vê seu negócio prosperar.

O Brasil nunca exportou tanto quanto em 2023. Nós, da ApexBrasil, também batemos nosso próprio recorde: foram mais de 17 mil empresas apoiadas, 21% a mais do que no ano anterior. Nesse último ano, participamos de mais de 1.000

eventos no Brasil e no exterior. Também organizamos eventos empresariais em todo o mundo, abrindo frentes de comércio e de investimentos.

Além de caminhar junto com a nova diplomacia presidencial, nosso trabalho contou com o fundamental apoio do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e de seu titular, o vice-presidente da República Geraldo Alckmin. É preciso destacar a importância da recriação da pasta, à qual a ApexBrasil voltou a ser vinculada. Ao longo do último ano, foram ainda decisivas as parcerias com o Ministério das Relações Exteriores (MRE) e com o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA).

Não podemos esquecer, por fim, que nossas conquistas se devem sobretudo ao comprometimento e à dedicação do time de colaboradores da Agência, a quem vão nossos maiores agradecimentos. O empenho, o companheirismo e a enorme capacidade de trabalho do Diretor de Gestão, Floriano Pesaro, e da Diretora de Negócios, Ana Paula Repezza, foram também cruciais para chegarmos a esses resultados.

A reconquista de territórios em 2023 é apenas o início. Nós, da ApexBrasil, sabemos que ainda há muito a desbravar no comércio internacional, e que há empresas que precisam apenas de um empurrãozinho para entrar na atividade exportadora, gerando empregos e melhorando a vida de brasileiros e brasileiras em todas as regiões.

A ApexBrasil convida a todos para continuar acompanhando seus planos e ações em 2024. Boa leitura!

JORGE VIANA
Presidente da ApexBrasil,

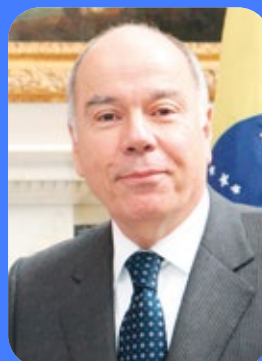


“Quem diria que a ApexBrasil ganharia tanta importância na política de desenvolvimento e de comércio exterior brasileiras. A Apex é um filho que eu ajudei a criar em 2003 e que já está maior do que o pai. Meus parabéns, Apex!”

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Presidente da República

“A ApexBrasil tem sido uma instituição chave para a internacionalização da economia brasileira, promovendo competitividade, apoiando a neoindustrialização e o desenvolvimento sustentável. Nesse último ano, apesar dos desafios impostos pelo mercado internacional, juntos alcançamos valores recordes de exportações com abertura de novos mercados e número inédito de empresas exportadoras”.

GERALDO ALCKMIN
Vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC)



“O Brasil é ator incontornável em importantes agendas internacionais da atualidade, como a segurança alimentar e a transição energética. Nesse sentido, a promoção comercial brasileira e a atração de investimentos, com foco no interesse nacional, são tarefas compartilhadas. A continuada parceria entre o Itamaraty e a ApexBrasil é essencial para garantir a sinergia nesse intento, proporcionando uma ampla capilaridade no exterior para os agentes econômicos nacionais”.

MAURO VIEIRA
Ministro das Relações Exteriores (MRE)

“A agropecuária brasileira já é gigante, mas ainda temos potencial para crescer muito além das nossas fronteiras. A ApexBrasil tem sido uma parceira fundamental na promoção do agronegócio ao redor do globo. Nesse esforço conjunto, em um ano, já abrimos quase 80 novos mercados internacionais, que geram oportunidades para os produtores de todos os portes”.

CARLOS FÁVARO
Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)



.06

APEXBRASIL E O RECORDE DA BALANÇA COMERCIAL



.38

COP 28: APEXBRASIL É DESTAQUE EM MAIOR EVENTO CLIMÁTICO DO MUNDO



.46

DE VOLTA AO JOGO DO COMÉRCIO MUNDIAL



.14

BRASIL NA VITRINE MUNDIAL

.20

NOVOS MERCADOS E ARRANCADA DO AGRO BRASILEIRO



.22

SUSTENTABILIDADE ALÉM DA FRONTEIRAS: AS BOAS PRÁTICAS DO AGRO BRASILEIRO PARA O MUNDO



.74

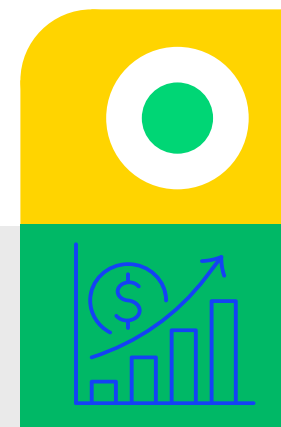
APEXBRASIL DIGITAL: PLATAFORMAS APOIAM EMPRESAS QUE QUEREM EXPORTAR

.32

EQUIDADE DE GÊNERO NA PRÁTICA

.79

O FUTURO DA EXPORTAÇÃO ESTÁ NO E-COMMERCE



US\$ 339,7 BILHÕES:
RESULTADO RECORDE DA
BALANÇA COMERCIAL
EM 2023

US\$ 240 BILHÕES:
IMPORTAÇÃO

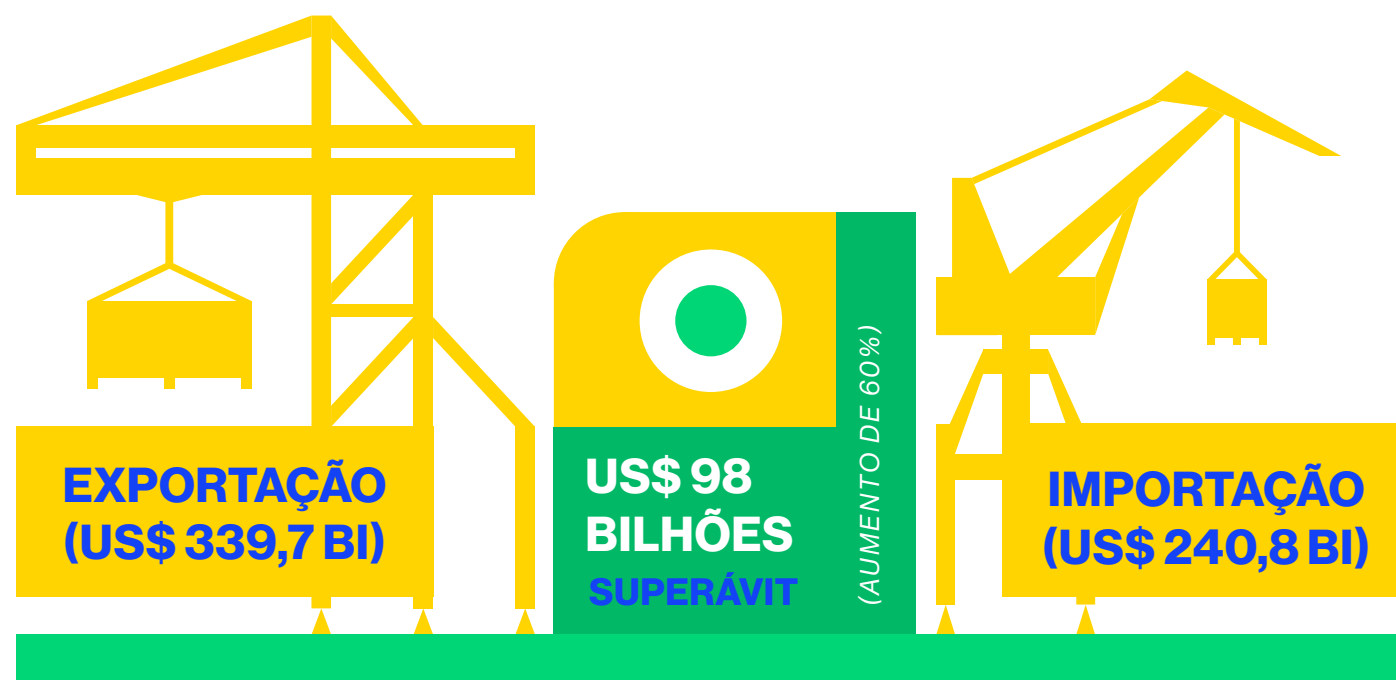
US\$ 98 BILHÕES:
SUPERÁVIT RECORDE
DE 2023, MAIOR VALOR
DA SÉRIE HISTÓRICA
(AUMENTO DE 60%)

APEXBRASIL E O RECORDE DA BALANÇA COMERCIAL

O Brasil nunca exportou tanto quanto em 2023, somando **US\$ 339,7 BILHÕES** em sua balança comercial. ApexBrasil contribuiu para o resultado

Anote este número: **US\$ 339,67 BILHÕES**. Esses são os resultados da nossa balança comercial em 2023, superando todas as expectativas com um superávit recorde de **US\$ 98,8 BILHÕES** – o número é **60%** maior que aquele registrado em 2022 e representa recorde, também, na série histórica. O Brasil nunca exportou tanto quanto no último ano.

BALANÇA COMERCIAL EM 2023



Os números grandiosos, divulgados pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), mostram o acerto da política externa e comercial no primeiro ano do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Mesmo com o país vindo de um quadro recessivo herdado do governo anterior, registramos um aumento de 8,7% no volume das exportações e de 1,7% nas importações – uma expansão 10 vezes maior do que a média mundial. Em um ano

cheio de recordes, emerge mais um dado incontestável: em 2023, o país contabilizou mais de 28,5 mil empresas exportadoras.

O número atesta o sucesso também do trabalho da ApexBrasil, que, em 2023, bateu seu próprio recorde: nada menos do que 17.061 empresas foram apoiadas em ações como o Programa de Qualificação para Exportação (Peiex), Mulheres e Negócios Internacionais e Exporta Mais Brasil. O último recorde da Agência havia sido em 2018, com 15.737 empresas atendidas.



Jorge Viana no lançamento do programa Exporta Mais Amazônia

Joel de Sant'Anna Braga Filho, titular da Secretaria de Estado de Indústria, Comércio e Serviços de Goiás, participou de um seminário do Programa Exporta Mais Brasil voltado para o setor de cosméticos. Ele destaca a importância de iniciativas como essa não apenas para o seu estado, mas para todo o país. "Tem sido um momento extremamente importante com a ApexBrasil, que potencializa as exportações nacionais e que, junto com as secretarias estaduais, faz a promoção de negócios entre empresas goianas e o mercado internacional", resume.

O presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, complementa a análise do secretário, destacando que os resultados das exportações no país são "fruto do esforço do setor produtivo e da dedi-

cação do governo federal, em especial do presidente Lula, em abrir mercados, melhorar as relações com parceiros e incentivar uma cultura exportadora". Viana usa o exemplo de China e Taiwan para argumentar que, seja na Venezuela de Nicolás Maduro ou na Argentina de Javier Milei, o relacionamento comercial precisa ser cuidado como um ativo para além de discordâncias políticas. O vice-presidente e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, também mostrou seu entusiasmo com o "boom" da balança comercial brasileira. "O comércio exterior é fundamental para a economia, para o emprego, para a renda, para o desenvolvimento brasileiro."

Ele ainda ressaltou o papel do presidente Lula no incremento dos negócios com outros países e citou a

relevância da ApexBrasil na colheita de bons resultados. Não por acaso, a previsão é que o Brasil se posicione neste ano como a nona maior economia mundial, contra o ranking de 11ª em 2022. Para 2024, também são altas as expectativas: só na primeira semana de janeiro, o Brasil já registrou um superávit de US\$ 2,2 bilhões na balança comercial, apresentando crescimento de 434,5% na média diária do saldo, quando comparado com o mesmo período de 2023. Já as exportações cresceram 48,5% no período, somando US\$ 6,15 bilhões. Segundo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), neste ano, as exportações devem continuar crescendo, e não será surpresa se ultrapassarmos a marca dos US\$ 340 bilhões.

Números da ApexBrasil

RESULTADOS APEXBRASIL EM 2023

17 MIL EMPRESAS

apoiadas de alguma forma pela ApexBrasil em 2023 – um aumento de **18%** em relação a 2022

8.137 EMPRESAS

de micro e pequeno porte (48% do total)

EMPRESAS ATENDIDAS

Ao trabalhar incansavelmente, qualificando as empresas para o mercado internacional e promovendo os produtos brasileiros no comércio exterior, em 2023, a ApexBrasil mostrou, mais uma vez, a sua força: foram mais de 17 mil empresas apoiadas pela Agência, registrando um aumento de 18% em relação ao ano anterior.

Dessas, 12.587 assinaram termo de adesão com a Agência em 2023, entre as quais 4.181 passaram a exportar. Foram US\$ 140,7 bilhões em vendas, superando em US\$ 1,1 bilhão o valor exportado em 2022. Com isso, o número arrecadado pelas empresas exportadoras apoiadas pela ApexBrasil em 2023 passa a representar 41% do total exportado pelo Brasil no ano.

Firme no seu propósito de promover o Norte e o Nordeste brasileiros, a

ApexBrasil também registrou aumento expressivo no número de empresas apoiadas nas regiões.

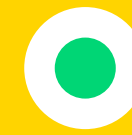
No Norte, foram 965 empresas atendidas, 79 a mais do que no ano anterior. Dessas, 262 passaram a exportar e 786 foram atendidas em ações de qualificação para exportação, como estudos e painéis de inteligência, webinars, atendimentos dos Escritórios da ApexBrasil (EAs) e Peiex.

Já no Nordeste, a Agência atendeu 2.279 empresas – 54 a mais do que em 2022. Um total de 714 empresas apoiadas na região exportaram no ano, enquanto 1.723 delas foram atendidas por ações de qualificação e outras 1.028 por ações de promoção comercial, como participação em rodadas e feiras internacionais.

EMPRESAS QUE ASSINARAM O TERMO DE ADESÃO COM A APEXBRASIL



- **12.587** empresas assinaram termo de adesão
- **1.038** são micro e pequenas empresas (aumento de **25%**)
- **4.181** passaram a exportar (**US\$ 140,7 BILHÕES** em vendas, 41% do total exportado pelo Brasil)
- **983** empresas apoiadas pela gerência de Agronegócio (**US\$ 89,3 BILHÕES** em vendas)
- **2.588** empresas apoiadas pela gerência de Indústria e Serviços (**US\$ 30 BILHÕES** em vendas)



REGIÃO NORTE **965 EMPRESAS**

atendidas (79 a mais que em 2022)

786 atendidas em ações de qualificação para exportação

262 passaram a exportar



REGIÃO NORDESTE **2.279** empresas atendidas (54 a mais que em 2022)

1.723 atendidas em ações de qualificação para exportação

714 exportaram



RESULTADOS GERAIS DA APEXBRASIL EM 2023

- **+ 21%** empresas apoiadas
- **+ 7,5%** empresas exportadoras
- **+ 35%** no valor exportado pelas empresas que receberam nosso apoio
- **+ 44%** em investimentos no Brasil

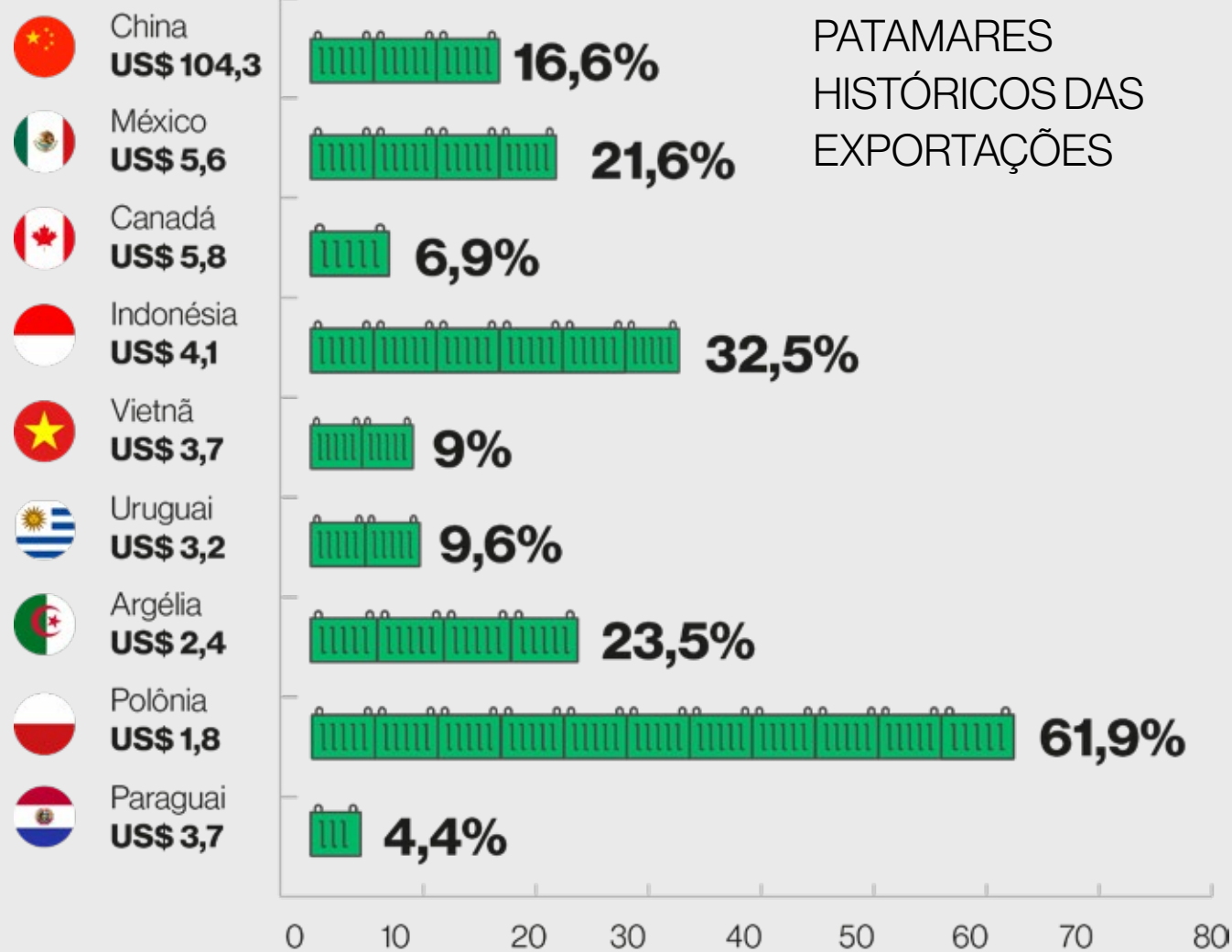


PRINCIPAIS DESTINOS E PRODUTOS

Em 2023, como era de se esperar, o principal destino dos produtos brasileiros foi a China. Desta vez, porém, as exportações para o gigante asiático alcançaram US\$ 105,75 bilhões –

aumento de 16,5% sobre 2022. É a primeira vez na história do comércio exterior brasileiro que as exportações para um único parceiro comercial ultrapassam a casa dos US\$ 100 bilhões. Destaque também para as exportações para a Argentina, que aumentaram 8,9% em relação a 2022, totalizando US\$ 16,72 bilhões. Para dois outros parceiros de grande porte, EUA e União Europeia, houve queda de 1,5% e 9,1%, respectivamente, fruto das conjunturas locais.

O crescimento das exportações no ano passado foi puxado principalmente pela agropecuária (9%) e pela indústria extrativa (3,5%), enquanto as vendas totais da indústria de transformação registraram queda de 2,3%. Nos três setores, os produtos que mais se destacaram em termos de crescimento de vendas externas foram animais vivos, milho, soja, minérios, açúcares, alimentos para animais e instalações e equipamentos de engenharia civil.



PATAMARES HISTÓRICOS DAS EXPORTAÇÕES

RECORDES DA EXPORTAÇÃO BRASILEIRA EM 2023

Soja
US\$ 53,2 BILHÕES

Açúcares e melaço
US\$ 15,8 BILHÕES

Milho não moído
US\$ 13,6 BILHÕES

Farelo de soja
US\$ 12,2 BILHÕES

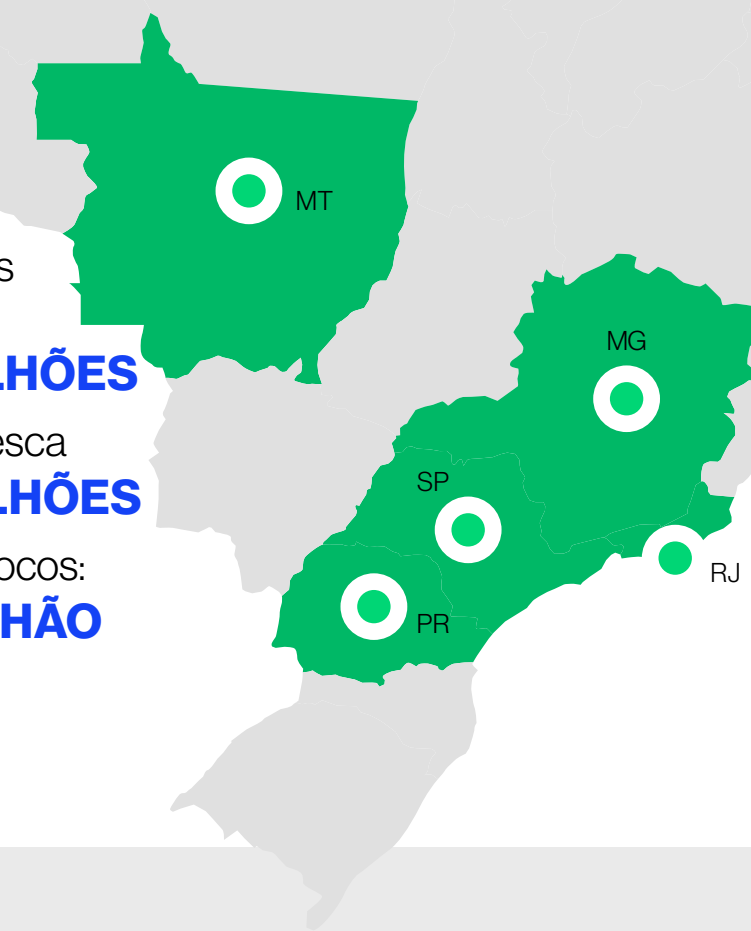
Instalações e equipamentos de engenharia civil
US\$ 3,6 BILHÕES

Minérios de cobre
US\$ 3,5 BILHÕES

Sucos de frutas ou de vegetais:
US\$ 2,7 BILHÕES

Carne suína fresca
US\$ 2,6 BILHÕES

Tubos e perfis ocios:
US\$ 1,2 BILHÃO



Estados que mais exportaram em 2023, acumulando **63,6%** das exportações brasileiras:
SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, MINAS GERAIS, MATO GROSSO E PARANÁ

O BRASIL DE VOLTA AO MERCADO INTERNACIONAL

O recorde brasileiro nas exportações se deve, sobretudo, à retomada das relações e parcerias com países como China, Indonésia, México, Vietnã, Argélia, Uruguai e Paraguai. Também foi fundamental a retirada de restrições contra a exportação de tubos de aço brasileiros por parte dos Estados Unidos, vigentes desde 1992. O conti-

nente asiático, maior comprador dos produtos brasileiros em 2023, importou principalmente soja, milho, açúcar, minério de ferro e óleos brutos de petróleo. Os principais recuos foram nas compras de trigo e centeio, milho, látex, batata, carvão, petróleo, gás natural, combustíveis e adubos e fertilizantes, entre outros.

Em números gerais, entre os 300 grupos de produtos exportados pelo Brasil em 2023, 61 categorias alcançaram desempenho recorde, como soja, açúcares e melaços, milho não moído e farelo de soja. Agropecuária e indústria

extrativa puxaram o crescimento, mas também tivemos destaques positivos na indústria de transformação. No total, as vendas desses itens para o exterior geraram US\$ 108,4 bilhões para o Brasil.

E, falando em agronegócio, aí vai mais um recorde trazido pelo MAPA: em 2023, foram 78 aberturas de mercados de agronegócio em 39 países. São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Mato Grosso e Paraná foram os maiores estados exportadores, representando 63,6% das exportações brasileiras. A ordem agora é seguir crescendo e superando recordes.

BRASIL NA VITRINE MUNDIAL

Brasil Investment Forum (BIF) e Corporate Venture in Brasil: eventos da ApexBrasil atraem investimentos para o país

- **BIF e CV in Brasil** – O Brasil Investment Forum (BIF), em novembro, e o Corporate Venture in Brasil, em outubro de 2023, ambos em parceria com a ApexBrasil, foram dois dos maiores eventos de atração de investimentos internacionais para o Brasil.
- **O BIF** contou com mais de 6 mil participantes inscritos, de mais de 100 países. Já o **Corporate Venture in Brasil** teve recorde de 800 participantes, 630 reuniões de negócios e presença de 26 corporações internacionais.
- **US\$ 85 bilhões** – Esses são os números do Investimento Estrangeiro Direto (IED) em 2022 no Brasil. O país foi o terceiro maior receptor de investimento estrangeiro direto no mundo e o maior da América Latina, um aumento de quase 70% em relação aos US\$ 50 bilhões registrados em 2021.
- **R\$ 1 trilhão** – Isso é o que podem render as parcerias público-privadas no país.
- **12 mil** – É o número de startups no Brasil. O país se tornou a economia mais inovadora da América Latina em 2023, de acordo com o Índice Global de Inovação, com enorme potencial de startups, entre elas mais de 30 unicórnios e mais de 300 hubs de inovação.
- **800%** – É o aumento, entre 2016 e 2021, no número de corporações investindo em tecnologia de ponta no Brasil, passando de 13 para 104 novos players, com novos entrantes a cada ano.
- **Mulheres nos negócios** – Dados de 2022 da Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital, junto com ApexBrasil, mostram que as mulheres compõem até 50% das equipes em 78,8% dos Corporate Ventures no país.



Foto: divulgação

Entre as várias ações da agenda da ApexBrasil em 2023, desbravando mercados globais para o Brasil em reuniões de negócio, seminários, painéis, pitch sessions, workshops, mesas-redondas e viagens internacionais, depois do retrocesso da política diplomática e comercial do governo anterior, destacaram-se dois megaeventos: o Brasil Investment Forum (BIF), maior evento de atração de investimentos estrangeiros da América Latina, e o Corporate Venture in Brasil, com o objetivo de investir em startups e empresas inovadoras ou em fundos que realizam a gestão dessas operações. A 6ª edição do BIF ocorreu nos dias 7 e 8 de novembro, no Palácio Itamaraty, em Brasília, com a presença do presidente Lula e do vice-presidente e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, além do presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, e autoridades. Já a 7ª edição do Corporate Venture in Brasil, maior evento de Corporate Venture Capital (CVC) da América Latina, ocorreu de 23 a 25 de outubro, em São Paulo.



Cerimônia de abertura do BIF 2023
Foto: divulgação APEXBRASIL



Presidente Lula e vice-presidente Geraldo Alckmin na cerimônia de abertura do BIF 2023
Foto: Divulgação ApexBrasil

BIF: fórum de atração de investimentos

O BIF 2023, que durou dois dias e teve 12 painéis temáticos, serviu para mostrar que o Brasil – maior economia latino-americana, um mercado atraente e próspero e sob nova direção – merece um olhar renovado de seus parceiros. O BIF 2023 foi, por isso mesmo, uma reconciliação da política externa e comercial do Brasil com seus vizinhos, traumatizados pela diplomacia ideológica e discricionária do último governo. No evento, com palestrantes como Embraer, Prumo Logística, Jaguar Land Rover, XP Investimentos, Microsoft, Raízen, Bayer e Hospital Israelita Albert Einstein, foram apresentadas oportunidades de negócio em diversos setores brasileiros, com destaque para projetos inclusivos e sustentáveis e a participação do setor privado. Isso no país que é o terceiro maior receptor de investimento estrangeiro direto no mundo (OCDE 2022) e o maior da América Latina, com US\$ 85 bilhões, um aumento de quase 70% em relação aos US\$ 50 bilhões registrados em 2021.

Para o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, o BIF 2023 se beneficiou do reencontro do Brasil com a democracia, após a posse do presidente Lula para o seu terceiro mandato. “O Brasil está voltando a disputar o mundo e a se apresentar como parceiro confiável para quem quer realizar investimentos seguros e inovadores”, afirmou Viana. De olho em um dos maiores parceiros comerciais do planeta, a ApexBrasil costura, paralelamente, a realização de um fórum reunindo todos os Setores de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores instalados nos EUA e no Canadá. A ideia é reafirmar a empresários e investidores norte-americanos que o Brasil não é um samba de uma nota só, e valorizar a parceria estratégica com a Casa Branca.

Em 2023, além de apresentar grandes oportunidades de investimentos e abordar o ambiente de negócios brasileiro, o BIF 2023 apresentou propostas da nova gestão e os projetos

em andamento, especialmente aqueles que se preocupam com sustentabilidade e industrialização, além de temas diversos, como tecnologia, inovação e iniciativas de investimento em ações. O BIF é resultado de uma parceria entre o Governo Federal Brasileiro, a ApexBrasil e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), presidido pelo brasileiro Ilan Goldfajn.

O Brasil também dispõe de diversas oportunidades de investimento em infraestrutura para escoamento de produção, com uma das maiores malhas rodoviárias do mundo (mais de 1,7 milhão de quilômetros), e possibilidade de participação estrangeira no setor de transporte aéreo. Com o lançamento do Novo Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), abriram-se novas concessões e projetos para parcerias público-privadas, que podem chegar a R\$ 1 trilhão. O país ainda desponta em oportunidades de in-

vestimento em transição energética e soluções sustentáveis, já que as fontes renováveis representam cerca de 85% da capacidade nacional de geração de energia.

No setor de petróleo e gás, combinando maturidade e modernização, o Brasil é o maior produtor da América Latina, figurando como o oitavo maior produtor global. Quando se trata de inovação, o Brasil é comumente conhecido por estar aberto a novas tecnologias. O país tornou-se a economia mais inovadora da América Latina em 2023, segundo o Índice Global de Inovação. Temos mais de 12 mil startups, entre elas, mais de 30 unicórnios (startups avaliadas em mais de US\$ 1 bilhão). Os mais de 300 hubs de inovação, distribuídos por todo o território nacional, englobam múltiplos setores, desde mercado financeiro e imobiliário até agronegócio e saúde.



Painel Woman in Venture durante o CV IN BRASIL
Foto: divulgação APEXBRASIL



Rodada de negócios durante o
CV in Brasil 2023
Foto: Divulgação ApexBrasil

Corporate Venture in Brasil

Já o Corporate Venture in Brasil, que ocorre desde 2015, visa ao desenvolvimento da indústria e do ecossistema de venture capital brasileiro por meio da expansão de fundos de CVC no país, que atrai justamente investidores externos interessados em financiar empresas inovadoras com o intuito de alinhar seus interesses estratégicos com o desenvolvimento de startups e tecnologias emergentes. Dados da pesquisa World of Corporate Venturing 2023, do Global Corporate Venturing (GCV) – think tank britânico parceiro da ApexBrasil no evento, que trabalha com mais de 7 mil corporações por todo o mundo –, mostram que o Brasil está entre os Top 10 do ranqueamento de países com maior quantidade de transações (Deals) de CVC, sendo o primeiro país latino-americano a entrar nessa lista, que relaciona dados desde 2011. Ademais, de acordo com a edição de 2023 do Global Innovation Index, publicada no final de setembro, o Brasil agora está posicionado como a economia mais inovadora da América Latina.

Desde 2015, segundo a Gerência de Investimentos da ApexBrasil, o CV in Brasil já atraiu mais de US\$ 550 milhões em novos investimentos de CVCs internacionais para startups e fundos brasileiros. Em 2023, o Corporate Venture in Brasil teve recorde de 800 participantes, 630 reuniões de negócios e presença de 26 corporações internacionais, – entre elas, AC Ventures, ADM Ventures, Banco del Estado de Chile, Banco Galicia (Galicia Ventures), Basf Venture Capital, BAT (Btomorrow Ventures), Japan Post Silicon Valley Office, Mitsubishi Minerals, Porsche Ventures & Porsche Digital, Techint Group (TechEnergy Ventures), Thomson Reuters Ventures (TR Ventures) e Toyota Ventures, além de dezenas de brasileiras. “Com encontros como esse, a ApexBrasil busca o desenvolvimento da indústria e do ecossistema de venture capital brasileiro por meio da expansão de fundos Corporates Internacionais no país, além de estimular o desenvolvimento de atividades empresariais corporativas, de inovação aberta e de inves-

timentos por parte de empresas brasileiras”, disse o diretor de Gestão Corporativa, Floriano Pesaro.

O Corporate Venture Capital é uma ferramenta essencial para as empresas que desejam se aproximar de startups e tecnologias do seu mercado, ao mesmo tempo que buscam obter retornos financeiros. Essa estratégia permite que as grandes empresas se envolvam com as inovações desenvolvidas por startups, beneficiando-se de melhorias no controle da safra, mudanças na cadeia de consumo e facilitação dos processos logísticos.

Segundo levantamento realizado pela ApexBrasil, entre 2016 e 2021, houve um salto de 800% no número de corporações investindo dessa forma no Brasil, passando de 13 para 104, com novos entrantes a cada ano. No mundo todo, de acordo com dados do GCV, eram 356 fundos de CVC ativos e, em 2022, esse número havia saltado para 2.604, totalizando 7.019 corporações investindo no mundo. “Isso tem chamado a atenção das grandes corporações e fundos de investimento nacionais e

estrangeiros”, explica o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana.

Essa foi a segunda edição do CV in Brasil com um evento voltado para mulheres investidoras. O “2nd Women in Venture” contou com nomes de peso da indústria de investimentos e sessão de pitch de startups lideradas por mulheres, além de um almoço exclusivo para relacionamento entre as mais de cem participantes. Segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital (ABVCAP) e GCV, em parceria com a Elo Group, Fundação Dom Cabral e ApexBrasil, na média, as mulheres compõem até 50% das equipes em 78,8% dos CVCs no país, com fatia representativa (21,2%) sem participação nenhuma nas equipes. O Brasil se destaca nesse quesito, dado que em outros países a média é de 61% das equipes sendo majoritariamente lideradas por homens, de acordo com dados do GCV. A pauta sobre presença feminina no mercado internacional tem sido prioritária para a ApexBrasil.

NOVOS MERCADOS E ARRANCADA DO AGRO BRASILEIRO

Brasil reconquista parceiros e amplia rede global de exportações. Só no agronegócio, houve a abertura de **78 NOVOS MERCADOS**

Agronegócio abre

78 NOVOS MERCADOS
em **39 PAÍSES**

31

AMÉRICAS

- Argentina
- Bolívia
- Canadá
- Chile
- Colômbia
- Equador
- México
- Panamá
- Paraguai
- República Dominicana
- Uruguai

11

ÁFRICA

- África do Sul
- Angola
- Argélia
- Egito
- Marrocos
- Quênia

3

EUROPA:

- Belarus
- Rússia
- Turquia

27

ÁSIA

- Arábia Saudita
- Armênia
- Butão
- China
- Índia
- Indonésia
- Israel
- Japão
- Malásia
- Quirguistão
- Singapura
- Tailândia
- Uzbequistão
- Vietnã

6

OCEANIA:

- Nova Caledônia
- Nova Zelândia
- Polinésia Francesa
- Vanuatu

Ajudar o país a desbravar novos mercados enquanto recupera outros menosprezados pela gestão anterior. Em 2023, a ApexBrasil se lançou na missão de retomar o relacionamento do Brasil com o mundo, mapeando oportunidades e definindo estratégias de programas e projetos para voltar a incrementar relações comerciais país a país, sem deixar de lado os grandes parceiros globais. Atualmente, o fluxo de comércio bilateral entre o Brasil e os 40 países que for-

mam a América Central e o Caribe, mais o México, por exemplo, está em US\$ 19,7 bilhões, enquanto o comércio desses países com os Estados Unidos chega a US\$ 828 bilhões – 55,4% do total.

Há, por exemplo, demanda por proteína animal no Caribe – que recebe cerca de 50 milhões de turistas por ano – atualmente suprida, sobretudo, pelo mercado norte-americano. Apenas no setor de carne, o mercado movimentava cerca de US\$ 2 bilhões anualmente, com a predominância dos americanos. O Brasil tem total potencial para aumentar sua participação.

Na busca da ApexBrasil pela diversificação de mercados, em parceria com os Ministérios da Agricultura e Pecuária (MAPA) e das Relações Exteriores (MRE), o agronegócio conquistou, em 2023, 78 novos mercados em 39 países. É o maior número em quatro anos. Destaque para a abertura de um mercado até então inexplorado para as exportações brasileiras de carnes e aves: de acordo com anúncio do MAPA, vamos exportar também para o Butão, reino budista no extremo leste do Himalaia localizado entre a China e a Índia.

Também em 2023, as exportações brasileiras do agronegócio atingiram recorde de US\$ 166,55 bilhões, representando quase metade de toda a pauta exportadora brasileira (49%). O aumento é de 4,8% em comparação a 2022.

Com isso, o recorde das exportações impactou positivamente a geração de empregos e a expansão da renda, possibilitando o escoamento de parcela expressiva dos produtos agropecuários, inclusive os previamente estocados, como a soja, além da produção da indústria extrativa. O país conquistou novos mercados, suprimindo a demanda

que antes era atendida por outros concorrentes, em um ano que registrou superávit agrícola e expansão da produção do petróleo acima do esperado.

O embaixador Laudemar Aguiar, secretário de Promoção Comercial, Ciência, Tecnologia, Inovação e Cultura do Ministério das Relações Exteriores, resumiu bem o novo momento das relações exteriores do país:

“O Brasil voltou, e os países voltaram ao Brasil”.

SUSTENTABILIDADE ALÉM DAS FRONTEIRAS:

*as boas práticas do agro
brasileiro para o mundo*

Com 22 projetos setoriais, ApexBrasil promove as boas práticas do setor para o comércio exterior

APEXBRASIL E O AGRONEGÓCIO EM 2023:

983 EMPRESAS

apoiadas pela Gerência de Agronegócio

US\$ 89,3 BILHÕES

gerados em exportações

660 AÇÕES DE NEGÓCIOS

em parceria com entidades setoriais

MAIS DE 50 MIL

reuniões entre exportadores brasileiros e compradores internacionais

Expectativa de vendas de

US\$ 19 BILHÕES

em até 12 meses



Brasil é um dos maiores produtores e exportadores de alimentos do mundo. Além do agrobusiness, com elevada mecanização, irrigação computadorizada e grande produtividade, os agricultores familiares já têm um trabalho tão relevante, que, se formassem um país, este seria o oitavo maior produtor de alimentos do mundo, de acordo com o Anuário Estatístico da Agricultura Familiar 2023. O dado foi divulgado pela Confederação Nacional dos Trabalhadores Rurais Agricultores e Agricultoras Familiares (Contag), em parceria com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese).



Assinatura de convênio entre ApexBrasil e Consevitis-RS para o projeto setorial Wines Of Brazil
Foto: Emerson Ribeiro

OS RESULTADOS NÃO NEGAM

Em 2023, o agronegócio brasileiro exportou US\$ 166,55 bilhões. E as empresas apoiadas pela ApexBrasil contribuíram com mais de 50% desse total. Ainda em 2023, a Gerência de Agronegócio da Agência apoiou mais de 2,5 mil empresas, das quais 983 exportaram, atingindo um valor de vendas de US\$ 89,3 bilhões.

Esses valores representam um novo recorde para o setor e para a ApexBrasil – apesar da queda do preço das commodities, que se deu com a pressão nas cadeias produtivas globais, e da guerra entre Rússia e Ucrânia, que gerou forte incerteza quanto à oferta global. Portanto, promover o agronegócio brasileiro no exterior de forma sustentável e atrair investimentos para o setor estão entre os grandes desafios da ApexBrasil, que tem atuado em parceria com entidades representativas de diversos setores no desenvolvimento de projetos específicos.

Só no ano passado, foram registrados 22 projetos setoriais ligados ao

agronegócio entre ApexBrasil e entidades parceiras. As parcerias englobam setores como cafés especiais, pecuária, algodão, vinhos, sucos, frutas, além de soluções-chave no processo de transição energética, como o etanol.

Por meio dos projetos setoriais e de ações de promoção diretamente executadas pela Agência, foram realizadas 660 ações de negócios do agro, como feiras e rodadas com importadores estrangeiros. Essas iniciativas somaram mais de 50 mil reuniões de negócios entre exportadores brasileiros e compradores internacionais. A expectativa de vendas geradas só nesses eventos chega a US\$ 19 bilhões em até 12 meses.

Dos 22 projetos registrados em 2023, oito novos convênios foram assinados ou renovados, todos com os pilares ESG (Environmental, Social and Governance, ou, em português, meio ambiente, social e governança) incorporados em suas ações – a grande aposta da Agência diante dos desafios globais envolvendo sociedade e meio ambiente, e que já faz parte, inclusive, do seu lema

de campanha: “É do Brasil, é sustentável e é para o mundo todo”.

“Estamos totalmente comprometidos com a agenda da sustentabilidade, destacando a produção sustentável do Brasil e ouvindo nossos parceiros sobre as exigências dos consumidores”, explica o gerente de Agronegócios da ApexBrasil, Laudemir Müller.

Referência no desenvolvimento sustentável do agronegócio brasileiro, a ApexBrasil comemora os bons resultados no setor alcançados por sua gestão em 2023. No total, foram 983 empresas exportadoras apoiadas pela ApexBrasil, que venderam para o mundo, nesse período, US\$ 89,3 bilhões,

valor correspondente a mais da metade do total exportado pelo Brasil, que foi de US\$ 166,5 bilhões.

O apoio da ApexBrasil também tem ajudado a promover a energia limpa no país. Em 2023, empresas apoiadas pela Agência anunciaram quase R\$ 40 bilhões em investimentos para o setor durante a 6ª edição do Brasil Investment Forum (BIF), o maior evento de atração de investimentos estrangeiros da América Latina. Os aportes anunciados foram, respectivamente, de R\$ 20 bilhões em etanol de segunda geração, R\$ 750 milhões em energia limpa e R\$ 12 bilhões em novas plantas de biocombustíveis, além de R\$ 4,5 bi-

“É do Brasil, é sustentável e é para o mundo todo” é o novo lema de campanha da ApexBrasil para o agronegócio.



lhões para a descarbonização da indústria de fertilizantes.

Além dos convênios com entidades para impulsionar as exportações dos setores, a ApexBrasil também tem trabalhado para promover o agronegócio no exterior com ações que vão desde a capacitação das empresas até a promoção da participação brasileira em eventos internacionais relevantes e de grande porte, como a Anuga, a maior feira de alimentos e bebidas do mundo. Discussões sobre sustentabilidade, rastreabilidade e preservação ambiental permearam a participação brasileira na última edição, que ocorreu em outubro de 2023 em Colônia, na Alemanha. A Anuga gerou pelo menos US\$ 6 bilhões em negócios imediatos e contratos futuros a partir do comparecimento de mais de 170 empresas brasileiras.

Na China, maior economia de exportação do mundo, a participação do Brasil na 6ª edição da CIIE (China International Import Expo) movimentou mais de US\$ 271 milhões em negócios. A CIIE é a maior feira multissetorial do gigante asiático e, em 2023, abriu as portas para con-

Estande brasileiro na Anuga 2023, Alemanha.
Foto: divulgação APEXBRASIL



Degustação de açaí brasileiro durante a Anuga 2023
Foto: divulgação APEXBRASIL

solidar o Brasil como um dos principais exportadores mundiais de alimentos e bebidas. Também na China, a Agência viabilizou a montagem de dois pavilhões do Brasil na SIAL Shanghai, acolhendo, ao todo, 27 empresas dos segmentos de carnes, açaí, mel, nuts, feijões, pulses e bebidas, como sucos naturais, vinhos e espumantes. A participação brasileira na feira, promovida pela ApexBrasil, gerou 2,4 mil novos contatos comerciais, com quase US\$ 374 milhões previstos em negócios.

A Agência também apoiou, em 2023, entidades com iniciativas sustentáveis na maior feira de alimentos e bebidas do

Oriente Médio: a Gulfood. Nos Emirados Árabes, a ApexBrasil aproveitou para apresentar ações e divulgar as boas práticas e ações de governança ética do agronegócio brasileiro no setor.

“Para além da qualidade dos produtos, é a própria imagem das empresas que tem impactado definitivamente as opções de compra dos consumidores. Então, é fundamental comunicar as boas práticas das iniciativas que apoiamos para conquistarmos novos mercados e mantermos aqueles que já negociam com o Brasil”, disse a coordenadora de Agronegócio da ApexBrasil, Paula Soares.



Diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil, Floriano Pesaro, marca presença na retomada do Brasil na Feira Internacional de Havana (FIHAV), a maior feira multissetorial do Caribe.
Foto: divulgação APEXBRASIL

PROJETOS E CONVÊNIOS ASSINADOS E RENOVADOS EM 2023

Brazil. The Coffee Nation (ApexBrasil e BSCA): a parceria tem como objetivo principal a promoção dos cafés brasileiros no cenário global – ainda hoje, o café é um dos produtos mais associados à imagem internacional do Brasil. O acordo traz diversas inovações, entre elas, atenção especial à variedade robusta, certificações de qualidade e sustentabilidade e foco especial nos cafés produzidos por mulheres.

Brazilian Cattle (ApexBrasil e ABCZ): a ApexBrasil e a ABCZ atuam no projeto setorial Brazilian Cattle para promover a pecuária brasileira internacionalmente, abrindo novos mercados para a exportação e promovendo oportunidades comerciais para os criadores de zebu brasileiro. O novo convênio busca solidificar a determinação de ambas as organizações em impulsionar a pecuária brasileira no cenário internacional, focando em oportunidades, inovações e consolidando o Brasil como líder no setor.

Cotton Brazil (ApexBrasil e Abrapa): junto com a Abrapa, a ApexBrasil executa o Cotton Brazil, programa que promove o algodão brasileiro internacionalmente e apoia as produtoras

algodoeiras para alcançarem mercados estrangeiros. Nessa nova etapa do convênio, além da manutenção de todas as ações executadas até agora, o projeto englobará importantes inovações com foco em sustentabilidade, desenvolvimento regional, equidade de gênero e capacitação de pequenos produtores.

Brazilian Beef (ApexBrasil e Abiec): o projeto setorial tem o objetivo de fortalecer a imagem da carne bovina brasileira, melhorando a percepção de sua qualidade nos países importadores e ampliando, assim, a participação brasileira no mercado mundial de carnes. Em 18 anos, já foram firmados nove projetos, com investimentos de mais de R\$ 60 milhões e crescimento das exportações em mais de 500%.

Brazilian Seafood (ApexBrasil e Abipescas): a parceria tem como objetivo elevar o Brasil a uma referência mundial em excelência e sustentabilidade na exportação de pescados, promovendo novos produtos, capacitando indústrias, aumentando o valor exportado e acesso a mercados por meio de ações coordenadas público-privadas.

Projeto Setorial de Promoção das Exportações de Farelo de Milho (ApexBrasil e Unem): projeto setorial entre ApexBrasil e Unem que promove internacionalmente produto de nutrição animal, resultado da produção de etanol de milho. O projeto faz parte da estratégia do Brasil de promover o etanol como alternativa energética, agregar valor às exportações do agronegócio e aumentar a oferta de farelo de milho para produção de proteína animal.

Wines of Brazil (ApexBrasil e Consevitis-RS): visando promover os vinhos, espumantes e sucos de uva brasileiros no mercado internacional, a ApexBrasil e o Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul (Consevitis-RS) assinaram novo convênio para o projeto setorial Wines of Brazil. Com um aporte de mais de R\$ 10 milhões em investimentos – o maior da história para o projeto –, o acordo terá vigência entre 2024 e 2025 para fortalecer os esforços de promoção comercial internacional do setor vitivinícola brasileiro.

Brazilian Sugarcane Ethanol (ApexBrasil e Unica): no primeiro painel da ApexBrasil na 28ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP28), a Agência fir-

mou um acordo de cooperação técnica e financeira com a União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica). O convênio recebeu investimento de R\$ 19,5 milhões para impulsionar o etanol como uma solução-chave na transição para fontes de energia mais sustentáveis.

Brazilian Chicken, Brazilian Egg, Brazilian Breeders, Brazilian Pork e Brazilian Duck (ApexBrasil e ABPA): o Brasil já é o maior exportador de carne de frango do mundo e é o quarto maior de carne suína, mas ainda há mercados a conquistar. O novo convênio entre a ApexBrasil e a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA) vai promover as exportações do setor e ampliar a participação nos mercados em que a atuação ainda é pequena.

Brazilian Renderers (ApexBrasil e Abra): a ApexBrasil e a Associação Brasileira de Reciclagem Animal (Abra) firmaram novo convênio de R\$ 5,6 milhões para promover o setor de reciclagem animal brasileiro no exterior. Em um momento de abertura de novos mercados, a parceria entre as instituições busca diversificar os destinos de exportação, além de ampliar a presença de empresas do Norte e Nordeste no projeto.



Sustentabilidade, equidade de gênero, regionalização e imagem são as principais diretrizes que deverão nortear os projetos setoriais da ApexBrasil nos próximos anos.

Novas diretrizes para um futuro sustentável

Para 2024, a expectativa da ApexBrasil é de cinco novos convênios, resultando em **27 projetos setoriais** e mais de **US\$ 92 bilhões** em exportações

A partir desses projetos, um total de R\$ 240 milhões será destinado a ações voltadas para o agro, dos quais R\$ 150 milhões serão aportados pela ApexBrasil. O anúncio foi feito durante o I Encontro Nacional do Agro, promovido em novembro de 2023 pela

ApexBrasil, em Brasília. O evento serviu como espaço para um amplo diálogo entre entidades setoriais e representantes do governo – um marco na busca por estratégias estruturadas para potencializar o papel do agronegócio brasileiro no cenário global.

Café, arroz, massas, pães, frutas, doces, chocolates, laticínios, milho, carnes, etanol, vinho e algodão estão entre os produtos promovidos pelos projetos setoriais com a ApexBrasil em 2024.

A Agência também aproveitou a ocasião para anunciar as principais di-

retrizes que devem nortear seus projetos setoriais nos próximos anos. São eles: a sustentabilidade, a equidade de gênero, a regionalização e a imagem.

Isso significa a inserção de cada vez mais empresas do Norte e Nordeste no agronegócio, bem como a priorização dos empreendimentos liderados por mulheres. Além dessas iniciativas exclusivas, as ações da Agência têm contado com critérios de seleção que valorizam esses grupos, ainda sub-representados nas exportações brasileiras.

Reforçando seu compromisso com a produção limpa de alimentos, a ApexBrasil segue apoiando a produtividade alinhada à sustentabilidade. “Outros países conseguem aumentar

a produção de alimentos ou conseguem ter uma relação importante com a mudança climática, mas nós conseguimos fazer isso ao mesmo tempo. É isso que nos diferencia. Então, hoje, não tem solução para os desafios globais que não passe pelo Brasil”, ressaltou Laudemir Müller.

A ApexBrasil pretende, ainda, apoiar 2.254 empreendedores, produtores e cooperativados brasileiros do setor de agronegócio que desejem entrar no mercado internacional nos próximos anos. Além disso, 179 ações de promoção comercial e 82 ações de imagem devem ser realizadas nos próximos dois anos. As iniciativas visam fornecer uma ponte entre empresas, produtores e cooperativas apoiadas e

compradores de 38 países diferentes. Com isso, a ApexBrasil busca ofertar mais oportunidades de negócios para nossos produtores rurais, seja em formato de rodada ou feira de negócios, projeto comprador ou missão.

A ApexBrasil segue, assim, promovendo boas práticas do agronegócio brasileiro no exterior. “Quando falamos de imagem, estamos falando de projetar uma narrativa de um modelo de agricultura tropical único, produtivo e inovador. É o que temos no Brasil, e precisamos projetar isso, cada setor com a sua narrativa, a partir da sua realidade de produção. Mas também temos que ter essa narrativa comum, para cada um dos nossos produtos”, acrescentou Müller.



Conheça mais ações importantes da ApexBrasil rumo a um futuro mais sustentável no agro

PROMOÇÃO DE PRODUTOS COMPATÍVEIS COM A FLORESTA: lançamento do Exporta Mais Amazônia em novembro de 2023

ATENÇÃO ESPECIAL ÀS REGIÕES COM MENOR REPRESENTATIVIDADE (NORTE E NORDESTE) NO MERCADO INTERNACIONAL: com prioridade

para empresas dessas regiões no processo de seleção do Programa Exporta Mais Brasil.

CAPACITAÇÃO DE PEQUENOS PRODUTORES/AGRICULTURA FAMILIAR PARA EXPORTAÇÃO: o Programa de Qualificação para Exportação (Peiex) passou a ter uma frente específica para o setor, o Peiex

Agro, que começou a atender por CPF, não somente CNPJ.

DIVULGAÇÃO DE PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE E GOVERNANÇA ÉTICA NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO E DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS E BEBIDAS DURANTE FEIRAS INTERNACIONAIS: na Gulfood

2023, por exemplo, a maior feira B2B do ramo no Oriente Médio, uma das ações no estande montado com a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (Abiec), parceira da ApexBrasil no projeto setorial Brazilian Beef, divulgava, por meio de QR Code e peças audiovisuais, as ações sustentáveis empreendidas pelo setor pecuário.

SELEÇÃO DE EMPRESAS COMPROVADAMENTE COMPROMETIDAS COM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS PARA PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS: em setembro, a ApexBrasil e a Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas), do projeto setorial Frutas do Brasil, levaram 10 empresas exportadoras

para uma das maiores feiras de produtos frescos e agrícolas na Ásia, a Asia Fruit Logistica. Na ocasião, todas foram certificadas internacionalmente em boas práticas agrícolas, boas práticas ambientais e sociais.

PROMOVENDO A VISIBILIDADE DE AÇÕES SUSTENTÁVEIS DE ENTIDADES PARCEIRAS: durante a ExpoGenética 2023, a maior mostra de animais zebuínos do país, a ApexBrasil e a Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (do projeto setorial Brazilian Cattle) levaram jornalistas e formadores de opinião à fazenda experimental da entidade para mostrar os projetos de sustentabilidade desenvolvidos com as empresas participantes do projeto.



PARA 2024, A APEXBRASIL ESPERA:

- apoiar **2.254** empreendedores, produtores e cooperativados brasileiros do setor de agronegócio que desejem entrar no mercado internacional nos próximos anos;
- realizar **179** ações de promoção comercial e 82 ações de imagem;
- aumentar o número de convênios vigentes de **21** para **27**.

EQUIDADE DE GÊNERO NA PRÁTICA

Aproximar lideranças femininas das oportunidades comerciais em mercados estrangeiros é prioridade da nova gestão da ApexBrasil. Jornada está só começando

Empreendedoras acompanham o lançamento do Programa Mulheres e Negócios Internacionais
Foto: divulgação APEXBRASIL



Lançamento do programa Mulheres e Negócios Internacionais em junho de 2023 – ApexBrasil e representantes de entidades parceiras
Foto: divulgação APEXBRASIL

Com a nova gestão, em 2023, apoiar empresas lideradas por mulheres para se lançarem no mercado internacional consolidou-se como mais um compromisso da ApexBrasil na luta pela equidade de gênero. As mulheres têm representatividade crescente no empresariado brasileiro: em 2022, chegou-se ao recorde de mais de 10 milhões de donas de negócios no país. Esse volume, entretanto, ainda representa um terço do total. Quando falamos de acesso a mercados internacionais, foco principal da atuação da ApexBrasil, a participação feminina é ainda menor: de acordo com relatório do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), apenas 14% das empresas exportadoras brasileiras pertencem em sua maior parte a mulheres.

A secretária de Comércio Exterior (Secex) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Tatiana Prazeres, tem defendido com vigor a maior participação das mulheres no comércio exterior. "O comércio exterior é uma

maneira de inserção das mulheres no mercado internacional, uma maneira de fazer com que mais mulheres participem economicamente da sociedade e contribuam para a geração de emprego e renda no país", afirmou.

Determinada a mudar essa realidade, em março de 2023, a ApexBrasil realizou um primeiro evento para estabelecer um canal de diálogo com empresárias e instituições de apoio ao empreendedorismo feminino. Na ocasião, o compromisso da Agência com a equidade de gênero foi apresentado em um documento que detalhava seu engajamento com o tema e que previa a criação de um programa que ampliasse a participação de mulheres nos serviços prestados.

Três meses depois, com o apoio de 17 instituições parceiras e com a meta de, até 2026, pelo menos metade das empresas atendidas pela ApexBrasil serem lideradas por mulheres, nasceu o Mulheres e Negócios Internacionais, programa que foi oficialmente lançado em junho de 2023, com o compromisso de aproximar mais lideranças femininas das oportunidades comerciais em

Ana Paula Repezza discursa em cerimônia de assinatura do compromisso da ApexBrasil com a equidade de gênero
Foto: divulgação APEXBRASIL



mercados estrangeiros. Desde então, o apoio a essas mulheres tem sido evidenciado por meio de ações de inteligência comercial, qualificação para desenvolvimento de competências e competitividade para exportação, promoção comercial, expansão internacional e investimentos.

O lançamento do Programa Mulheres e Negócios Internacionais parte do princípio de que mulheres e homens igualmente inseridos na economia do país e do mundo é um dos importantes pilares para uma economia sustentável.

Esse desafio exige colaboração e atuação coordenada e em rede com outras instituições. A boa notícia é que a ApexBrasil tem contado com uma ampla rede de parceiros: Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Ministério das Mulheres, Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), Rede Mulher Empreendedora (RME), Mulheres no Comex (MoC), Women Inside Trade (WIT), International Women's Coffee Alliance (IWCA), Clube de Mulheres de Negócios de Portugal (CMNPT), Femmes Chefs d'Entreprises Mondiales (FCEM), Organização Brasileira das Mulheres Empresárias (OBME), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), Sebrae, Banco do Brasil, Confederação Nacional da Indústria (CNI), Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), Correios e Pacto Global. O trabalho de engajamento de mais instituições continua em andamento.

A diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza, fala da força que pro-

gramas como este representam não apenas na vida das mulheres, mas em toda a sociedade. "Quem trabalha com comércio exterior sabe do impacto que a internacionalização pode gerar nas firmas e na economia como um todo. Os

empreendimentos que exportam protegem-se de crises no mercado doméstico, obtêm mais lucros, pagam maiores salários e crescem com mais dinamismo do que os não exportadores. Quando mais mulheres participam desse pro-

"Quando mais mulheres participam desse processo, o círculo se torna ainda mais virtuoso, já que quanto maior a renda delas, maior o investimento em saúde e educação nas suas comunidades. Ou seja, a participação de mais lideranças femininas na exportação representa um vetor valioso de desenvolvimento nacional."

ANA PAULA REPEZZA, DIRETORA DE NEGÓCIOS DA APEXBRASIL

cesso, o círculo se torna ainda mais virtuoso, já que quanto maior a renda delas, maior o investimento em saúde e educação nas suas comunidades. Ou seja, a participação de mais lideranças femininas na exportação representa um vetor valioso de desenvolvimento nacional."

Sob o escopo do Mulheres e Negócios Internacionais, foi desenvolvida uma série de programas, como o Elas Exportam, em parceria com o MDIC. O projeto foi o piloto na estruturação de atividades de mentoria para mulheres. Entre agosto e novembro, 40 empresárias – 20 mentoras e 20 mentoradas – engajaram-se ativamente em 15 sessões coletivas e individuais para tratar de diferentes temas relacionados a exportação.

Além da troca de experiências com quem já atua no comércio exterior por meio de mentorias, as empreendedoras que participam do Elas Exportam recebem atendimentos individuais e coletivos e têm acesso a seminários, oficinas e atividades que pretendem ajudar no desenvolvimento de competências e habilidades técnicas e socioemocionais. A ideia é que aquelas que já trilharam o caminho da internacionalização possam guiar as iniciantes, abordando não só aspectos técnicos desse processo, mas também as ferramentas socioemocionais que fazem muita diferença na hora de negociar com um comprador estrangeiro. "Se a falta de confiança pode prejudicar a realização de uma venda, cabe também a nós contribuirmos para a superação das crenças limitantes e dos vieses inconscientes que frequentemente afligem as mulheres. O Programa Elas Exportam já se provou um sucesso, e estamos estruturando novas edições para 2024", explica Ana Repezza.

A segunda edição do programa em 2024 terá como foco os setores de cosméticos e vestuário.

Ana Repezza entende que incluir mulheres nos fluxos de comércio exterior e de investimentos estrangeiros diretos não apenas resulta em impactos imediatos, como a geração de mais riqueza e renda para essas companhias, mas também produz, no futuro, o que

"A transformação que buscamos não se limita à criação de atividades específicas para mulheres. Nosso intuito é desenvolver uma nova cultura, em que a busca pela paridade de gênero seja incorporada como pressuposto inescapável em todas as atividades da Agência".

ANA PAULA REPEZZA

chamamos de "impactos intergeracionais". Segundo dados das Nações Unidas, quando mulheres têm acesso a trabalhos que pagam melhor por suas habilidades e, portanto, aumentam sua renda, tendem a investir parte disso em nutrição e educação para os filhos. Então, a inclusão de mais mulheres nos negócios internacionais impacta as próximas gerações ao aumentar a chance de que essas crianças acessem empregos melhores no futuro.

"Mas a transformação que buscamos não se limita à criação de atividades exclusivas para mulheres", complementa. "Nosso intuito é desenvolver uma nova cultura, em que a busca pela paridade de gênero seja incorporada como pressuposto inescapável em todas as atividades da Agência", destaca. Por isso, desde junho de 2023, uma resolução da diretoria executiva determina a adoção de mecanismos inclusivos para empresas lideradas e/ou de propriedade de mulheres em todas as ações executadas diretamente pela ApexBrasil e recomenda que isso também seja aplicado em projetos realizados em parceria.

A partir daí, foram desenvolvidas ações específicas para empresas lideradas por mulheres, bem como essa condição foi considerada como fator para pontuação extra, reserva de vagas e/ou desempate em regulamentos de participação em feiras, cursos e eventos. Nesse mesmo documen-

to, foi instituído um Grupo de Trabalho para a gestão do Programa Mulheres e Negócios Internacionais que conta com representantes de todas as áreas de ApexBrasil, de forma a favorecer a governança transversal, o ganho de agilidade e a otimização de esforços. Só em 2023, foram mais de 30 eventos sob essa nova orientação. Até dezembro desse ano, mais de 3 mil empresas da base da ApexBrasil já foram identificadas como lideradas por pessoas do sexo feminino – e em 2024, claro, serão muitas mais.

A ApexBrasil conclui 2023 com a satisfação de ver que a aspiração de trazer mais mulheres para os negócios internacionais está se concretizando em ações efetivas, impactando centenas de empresárias e ecoando no trabalho de diferentes entidades e parceiros governamentais.

Para o futuro, Repezza compartilhou um desejo: que o Programa Mulheres e Negócios Internacionais possa terminar um dia. Para ela, o principal indicador de sucesso da iniciativa será justamente quando ela não for mais necessária. "Sei que é um objetivo de longo prazo, mas meu desejo é que um dia o programa não seja mais necessário, e que as empresas lideradas por mulheres sejam selecionadas para as nossas ações como quaisquer outras. Que em 2024 possamos, juntas, fazer ainda mais", finaliza Repezza.

Empresárias de Norte a Sul



Empreendedoras relatam suas experiências em painel promovido pela ApexBrasil
Foto: divulgação APEXBRASIL

OUTRAS AÇÕES

Confira outras ações da ApexBrasil que reforçam o compromisso da Agência com a equidade de gênero

RODADA DE NEGÓCIOS: uma rodada de negócios específica para mulheres iniciantes na exportação. A iniciativa ocorreu dentro do festival organizado pela Rede Mulher Empreendedora (RME), parceira da ApexBrasil que promove anualmente um grande evento para debater empreendedorismo feminino.

EXPORTA MAIS BRASIL: no Programa Exporta Mais Brasil, voltado para exportadores iniciantes, temos promovido diálogos que incluem o tema de mulheres na exportação. Nos encontros, empresárias foram convidadas a integrar painéis, abertos ao público, para falar sobre sua experiência na jornada exportadora. Das 487 empresas brasileiras que participaram das rodadas de negócio em 2023, 210 estão sob liderança de mulheres: mais de 40% do total.

CORPORATE VENTURE: em outubro de 2023, durante o Corporate Venture, importante evento que estimula a atração de investimentos estrangeiros, foi realizado o encontro "Women in Venture". Mais de 140 mulheres reuniram-se para compartilhar suas perspectivas sobre os desafios e as oportunidades no universo de inovação aberta e Corporate Venture Capital.

WEB SUMMIT: em novembro de 2023, no Web Summit Lisboa, maior evento de tecnologia do mundo, a ApexBrasil, em parceria com o Clube de Mulheres de Negócios em Língua Portuguesa, promoveu um seminário e sessão de networking exclusivos para empresárias brasileiras e portuguesas. Elas discutiram a assimetria de gênero nos ecossistemas de inovação, já que, no Brasil, as mulheres representam menos de 10% dos fundadores de startups.

E-COMMERCE: para apoiar mais mulheres a atravessar fronteiras no comércio digital, incentivamos a participação de empresárias no Programa e-Xport da ApexBrasil. Em setembro 2023, no evento anual "e-Xport meeting", um painel foi organizado com lideranças femininas, com a participação da CNI. Em outubro, essa parceria se solidificou no Mulheres Globais, programa que promove workshops gratuitos para a promoção do comércio eletrônico como estratégia de expansão de negócios liderados por mulheres.

Histórias que inspiram

Veja o depoimento das mulheres beneficiadas pelo Programa Mulheres e Negócios Internacionais



LEANDRA GOES
Criadora do Amazon Tasty, que exporta polpa de frutas e produtos feitos do açaí

"Eu não sabia o caminho, era obscuro, até que encontrei o Peiex e fui muito bem orientada. Porém, na época, eu queria exportar polpa de açaí. Muitas vezes, você tem uma visão limitada do desempenho do seu produto a nível mundial. Nós somos os maiores produtores de açaí do mundo, mas as empresas exportam apenas a polpa do açaí, que é a matéria-prima. Com o Peiex e com o Elas Exportam, pude ver, ainda, que existe um leque de novos produtos que eu posso desenvolver."



MARIA EDIVANGELA
Fundadora da empresa Carne de Jaca, de Palmas (TO)

"A gente transforma as jacas, que viravam resíduos, em alimento. Ela verde se transforma numa carne vegetal, que serve para alimentar as pessoas. Eu sei da potencialidade do alimento para suprir e para colaborar com os sistemas alimentares sustentáveis e saudáveis. Compramos jacas de pequenos produtores, que conseguem aumentar suas rendas com a comercialização dos frutos. A gente, então, consegue oferecer para o mercado um produto vegano, vegetariano, que é muito versátil. Com o Elas Exportam, eu venho para me firmar no meu propósito de expandir a carne de jaca até o infinito."



FABIANA MACEDO
Líder da empresa Cachaça Triumpho

"Geralmente (o mercado de bebidas) é um mercado mais masculino, a gente lida mais com homens. Uma coisa que acontece muito é que, quando você vai negociar, sempre parece que você não está no mesmo nível de competência, ao olhar do outro lado, masculino. Mas a gente vai quebrando isso, nunca foi nenhum impeditivo para mim (...) Ela (mentora do Programa Elas Exportam) deu dicas valiosíssimas, especialmente na parte de pesquisa no mercado de feiras. Foi uma parceria muito bacana. Para 2024, a minha missão dentro da Triumpho é realizar a exportação e torná-la sustentável."

COP 28: APEXBRASIL É DESTAQUE EM MAIOR EVENTO CLIMÁTICO DO MUNDO

Desde 2016, a Agência desempenha um papel fundamental no suporte à presença do Brasil na conferência



Em Dubai, local da Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP 28)



Quando o assunto é sustentabilidade, a ApexBrasil emerge como uma fornecedora de oportunidades de negócios e investimentos em setores relacionados à economia verde e à sustentabilidade, dedicada a promover práticas mais responsáveis do Brasil no mundo. Referência também no viés ambiental, em 2023 a Agência ressur-

giu como protagonista na Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP 28), em Dubai, reforçando seu compromisso com o planeta durante o maior evento global dedicado ao combate das mudanças climáticas.

Coprodutora do pavilhão nacional na conferência, a ApexBrasil viabilizou o espaço que se tornou crucial para

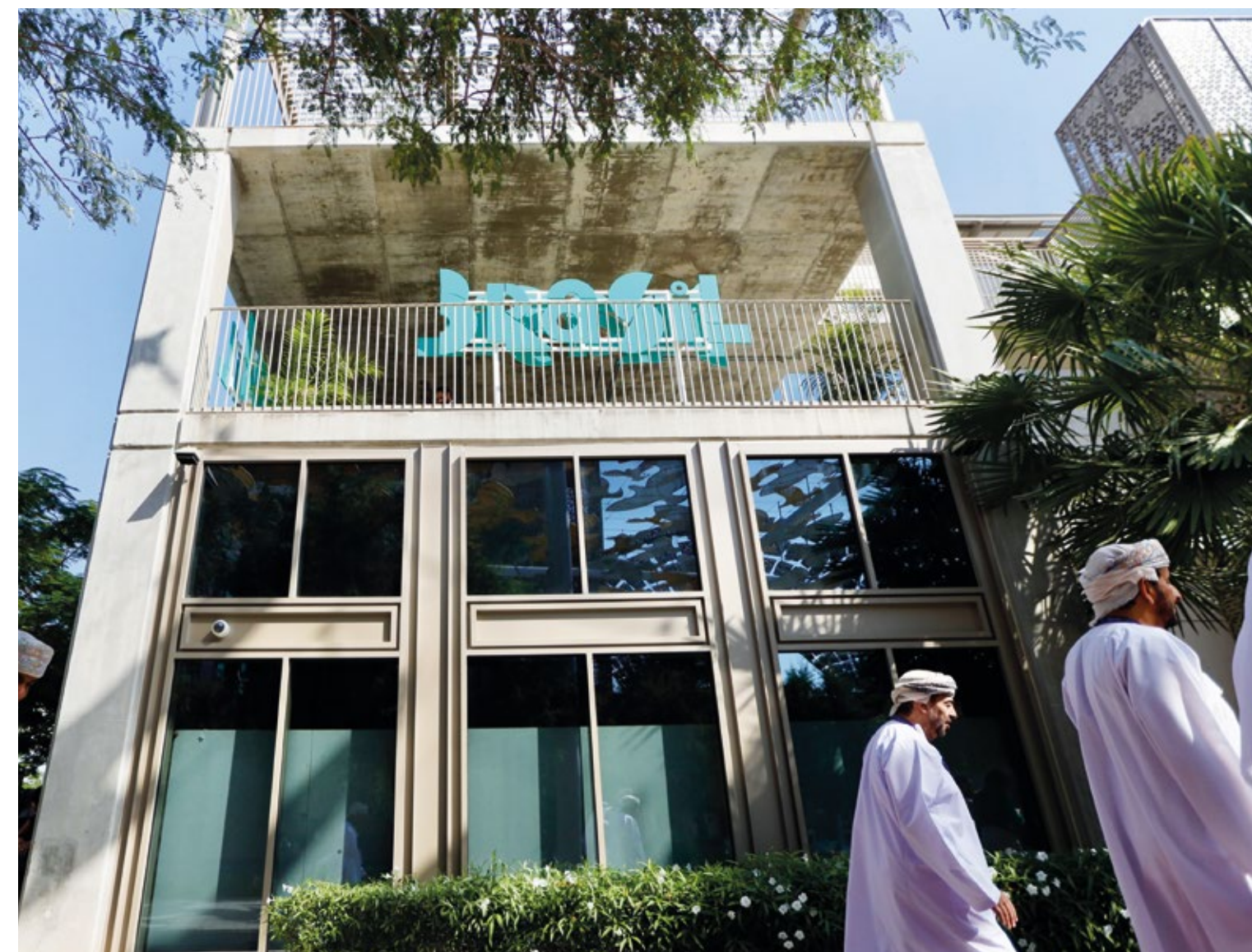
debates internacionais e apresentação de soluções e projetos desenvolvidos pelo país. Nesse sentido, a Agência vem, cada vez mais, atuando para destacar as oportunidades de negócios e investimentos em setores relacionados à economia verde e à sustentabilidade, apresentando práticas sustentáveis adotadas por empresas brasileiras, bem como as oportunidades de um país que tem capacidade de oferecer produtos e serviços alinhados com as metas de combate à crise climática global.

Iniciativas como essas são fundamentais para atrair parcerias estratégicas com investidores e compradores in-

ternacionais interessados em soluções que contribuam para o desenvolvimento sustentável, sempre de olho no cumprimento dos compromissos firmados no Acordo de Paris, em 2015, cujo objetivo é a redução das emissões de gases de efeito estufa.

No Pavilhão Brasil, ocorreram debates e eventos culturais. Com a mensagem central “Brasil unido em sua diversidade a caminho do futuro sustentável”, foram apresentadas soluções climáticas promovidas pelo país em três eixos: tecnologias setoriais, instituições e instrumentos de Estado resilientes e promoção da sociodiversidade.

Pavilhão Brasil na COP 28 - DUBAI, 2023
Foto: Fernando Donasci





No Pavilhão Brasil, painel com participação da ministra dos Povos Indígenas, Sônia Guajajara, e outras lideranças
Foto: Fernando Donasci

A programação foi dividida em dois painéis, em uma agenda que consolidou painéis a partir de 10 diferentes eixos temáticos:

1. Adaptação e Perdas e Danos
2. Financiamento Climático e Mercado de Carbono
3. Florestas e Bioeconomia
4. Governança Climática Compartilhada: Entes e Poderes
5. Indústria e Gestão de Resíduos
6. Justiça Climática, Juventudes, Igualdade de Gênero e Racismo Ambiental
7. Oceanos, Gestão Costeira e Recursos Hídricos
8. Povos Indígenas, Povos e Comunidades Tradicionais
9. Segurança Alimentar e Agricultura de Baixa Emissão de Carbono
10. Transição Energética e Transportes

É fundamental ressaltar a contribuição do Ministério das Relações Exteriores (MRE) e do Ministério do Meio Ambiente (MMA) nas negociações e na estruturação da participação brasileira.

“Aqui no BIF, nós tratamos das oportunidades associadas à inserção do Brasil na economia global. Nós falamos das oportunidades associadas à ampliação da rede de acordos comerciais do Brasil, falamos, por exemplo, das negociações sobre Mercosul e União Europeia, das negociações entre Mercosul e Singapura, nós falamos de como expandir as oportunidades do comércio para que mais empresas possam se beneficiar do acesso a outros mercados e nós falamos das grandes oportunidades do Brasil”, afirmou a secretária de Comércio Exterior do MDIC, Tatiana Prazeres. Para ela, encontros como esses auxiliam a reinserir o Brasil na economia internacional nas bases da sustentabilidade, do compromisso com o multilateralismo e com o engajamento global.



Jorge Viana em painel no Pavilhão Brasil
Foto: Fernando Donasci

Comitiva Presidencial

Na COP 28, a ApexBrasil compôs a comitiva presidencial focada na apresentação de resultados alcançados pelo Governo Federal em 2023 – entre eles, a redução do desmatamento na Amazônia, bem como das emissões de gases de efeito estufa, estimulando e promovendo sua matriz energética limpa.

Em seu discurso de abertura, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva enfatizou a necessidade de ações concretas diante dos desafios ambientais. “Precisamos de atitudes e práticas concretas para uma economia menos dependente de combustíveis fósseis.”

Já o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, exaltou o país como um protagonista ativo no combate às mudanças climáticas: “O Brasil está de volta, não apenas como parte da solução, mas como o próprio protagonista na agenda ambiental global”.

Carlos Fávaro, ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, aproveitou para destacar o papel da Agência na união entre setor público e privado. “A ApexBrasil desempenhou um papel crucial, unindo o governo do presidente Lula e a iniciativa privada, fortalecendo a posição brasileira perante o mundo”, afirmou Fávaro.

Já entre as reuniões bilaterais promovidas no Pavilhão Brasil, teve destaque a realizada entre o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, e o enviado presidencial especial para o clima dos Estados Unidos, John Kerry, que apoiou integralmente a realização da COP 30 em Belém: “Acho fantástico uma COP na Amazônia”. A discussão sobre a Amazônia e sua preservação também foi destaque na COP 28, reunindo governo, sociedade civil e empresas para debater estratégias essenciais para combater a pobreza e o desmatamento na região



Painel "Estratégia para uma Amazônia sustentável e livre da pobreza" no Pavilhão Brasil durante a COP 28

Juízes unidos pela proteção da Floresta Amazônica

Entre os diversos painéis promovidos no Pavilhão Brasil, um deles merece destaque: pela primeira vez na história da Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, houve um debate sobre Estado de Direito Ambiental e o papel dos juízes na proteção da floresta amazônica.

Figuras públicas, como o presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), Luís Roberto Barroso, o ministro do Superior Tribunal de Justiça (STJ), Herman Benjamin, e a ministra dos Povos Indígenas, Sônia Guajajara, debateram na COP 28 a importância do Judiciário diante das emergências climáticas.

"As pessoas estão começando a sentir os efeitos concretos do aquecimento global. Agora, precisamos reduzir a utilização de combustíveis fósseis e fazer a transição energética", alertou Barroso.

O painel "Estado de Direito Ambiental e o papel dos juízes na proteção da floresta amazônica" contou ainda com a presença do embaixador extraordinário para a Mudança do Clima, do Ministério das Relações Exteriores do Brasil, Luiz Alberto Figueiredo Machado, da advogada da Advocacia-Geral da União Mariana Cirne e a diretora-executiva do Instituto Clima e Sociedade, Maria Netto Schneider.

Parte da programação do Pavilhão Brasil, o "Painel Brasil" encerrou sua participação na COP 28 com a exibição do filme Amazônia Viva, em realidade virtual e com cheiro digital.

Neoindustrialização e sustentabilidade em foco

O Pavilhão Brasil na COP 28 também teve um dia dedicado inteiramente à indústria. Os debates giraram em torno da agenda de "Neoindustrialização, trabalho, emprego e renda", que se alinha às missões da política industrial definidas pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Industrial (CNDI) e também envolve políticas de promoção de trabalho digno, emprego e renda.

Com o duplo desafio de recuperar seu dinamismo e avançar na redução de emissões e na adaptação, o governo brasileiro pretende, com a neoindustrialização, priorizar o enfrentamento às mudanças climáticas por meio de uma nova indústria, erguida sobre bases tecnológicas, inovadoras e sustentáveis.

O presidente da ApexBrasil destacou a correlação entre neoindustrialização e promoção comercial. "Não tem como disputar protagonismo internacional sem a estrutura do Estado brasileiro junto. A volta da diplomacia presidencial, a recriação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), o projeto de neoindustrialização em execução pelo vice-presidente, Geraldo Alckmin, são exemplos disso", afirmou Jorge Viana.

Pacto Global e Agenda 2030

Em paralelo à programação da COP 28, o Pacto Global, iniciativa da ONU, organizou uma agenda exclusiva para dar visibilidade às iniciativas promovidas no país. O evento reuniu um público de mais de 300 participantes, entre relevantes lideranças nacionais e internacionais dos setores público e privado, para debater a agenda de descarbonização, justiça climática e "finanças verdes".

Convidado para ser o keynote speaker do painel "Finanças sustentáveis para a economia de baixo carbono e combate ao desmatamento na Amazônia", Jorge Viana enfatizou a necessidade de uma política eficaz para preservar a floresta, que leve em conta a diversidade cultural e étnica da região e contribua para mudar a imagem internacional do Brasil.

Um dos destaques desse painel foi a ideia de transição justa, em que trabalhadores e comunidades devem estar integrados na transição para novas indústrias e empregos sustentáveis. Viana ressaltou ainda a necessidade de se desenvolver uma economia que promova o uso sustentável dos recursos amazônicos, beneficiando a população local.

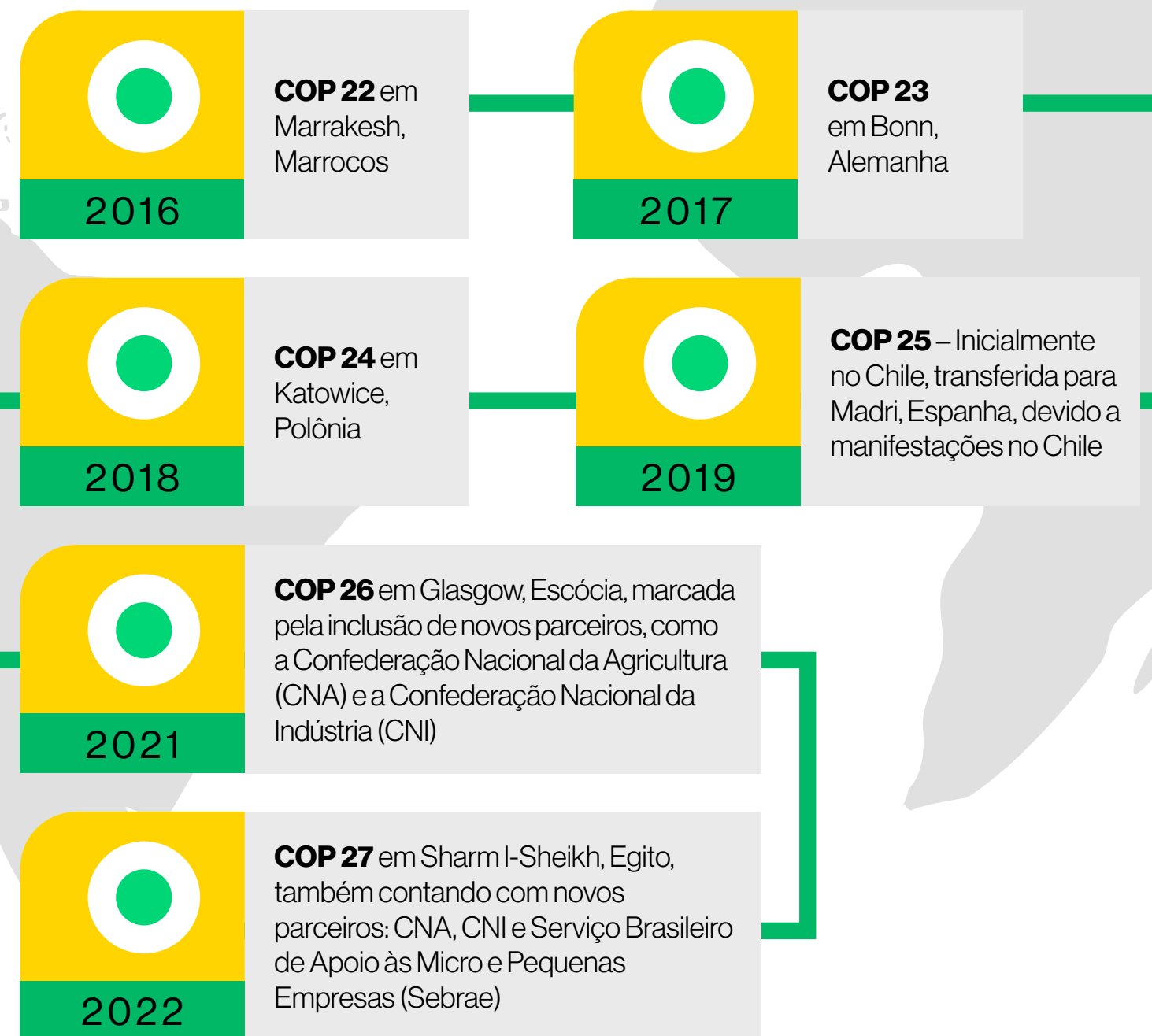




Representatividade feminina no Pavilhão Brasil da COP 28
Foto: Fernando Donasci

Histórico de participação da ApexBrasil nas COPs

A ApexBrasil tem desempenhado um papel consistente e ativo nas Conferências das Partes (COPs) sobre mudança climática desde 2016, participando das seguintes edições:



Convênios

Já no primeiro dia da 28ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP 28), a Agência firmou um acordo de cooperação técnica e financeira com a União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica) para impulsionar o etanol como uma solução-chave na transição para fontes de energia mais sustentáveis. O investimento foi de R\$ 19,5 milhões. Dentre as ações planejadas, estão o monitoramento legislativo, relações públicas com tomadores de decisão para a defesa da imagem do etanol e apoio às medidas de aumento de mistura. Além disso, está englobada a participação em feiras e missões técnicas para promover a solução tecnológica do etanol, tanto o biocombustível quanto os motores flex.

Sobre o Pavilhão Brasil

O Pavilhão Brasil foi dedicado a debates internacionais e à exibição de projetos e soluções desenvolvidas pelo país, destacando o comprometimento brasileiro com o futuro comum e o protagonismo do país como exportador de soluções climáticas. Em mais de 120 painéis, foram apresentados casos de sucesso sobre agendas verdes, novas tecnologias para redução do efeito estufa, proteção ambiental e cumprimento das metas climáticas. A ApexBrasil coordenou o pavilhão brasileiro em parceria com o Ministério do Meio Ambiente e Mudança Climática e o Ministério das Relações Exteriores. O pavilhão contou com o patrocínio da Confederação Nacional da Indústria (CNI), do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e do Banco do Brasil (BB).

Startups

Na COP 28, a ApexBrasil, em colaboração com o Sebrae, lançou um regulamento específico para a participação de startups no evento. Entre as 61 inscritas, seis foram escolhidas para integrar um grupo seletivo de cem startups que apresentam soluções inovadoras, tecnologias e produtos voltados para um futuro sustentável. O foco está na redução das emissões de carbono e no fortalecimento da resiliência.



Missão presidencial no Qatar
Foto: divulgação Presidência da República

DE VOLTA AO JOGO DO COMÉRCIO MUNDIAL

2023 foi o ano em que a ApexBrasil ajudou o país a retomar o espaço perdido no cenário internacional e a avançar

O Brasil nunca exportou tanto quanto no último ano. Entre janeiro e dezembro de 2023, as vendas brasileiras para o mundo alcançaram o valor recorde de US\$ 339,7 bilhões e o país chegou a um saldo comercial de US\$ 98,8 bilhões, valor 60% maior que o registrado em 2022 e também recorde da série histórica. Os dados acumulados da balança comercial brasileira no período, apresentados pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços

(MDIC), demonstram que, em 2024, a tendência é que o setor externo mantenha o dinamismo e siga batendo recordes.

As perspectivas positivas refletem a soma de esforços para reinserir o Brasil no mundo e em mercados estratégicos, na avaliação do presidente da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), Jorge Viana. “Os números falam por si sós. Os recordes em exportações e saldo são fruto do esforço do setor produtivo e da dedicação do governo federal, em especial



Presidente Lula discursa na cerimônia de encerramento do Fórum Empresarial Alemanha-Brasil, em Berlim.
Foto: divulgação Presidência da República

do presidente Lula, em abrir mercados, melhorar as relações com parceiros e incentivar uma cultura exportadora. A ApexBrasil desempenha um papel fundamental nesse processo, qualificando as empresas para o mercado internacional e promovendo os produtos brasileiros em todo o mundo.”

Um dos principais eixos de ação da ApexBrasil, vinculada ao MDIC, para o estímulo à exportação e aos investimentos no Brasil em 2023 foi investir na reaproximação com o mundo. Após apostas equivocadas da gestão anterior, o governo federal constatou que o país perdera espaços significativos e

oportunidades de negócios com novos e velhos parceiros internacionais nos últimos tempos. Diante desse cenário, o governo brasileiro retomou a diplomacia presidencial e, com a colaboração da ApexBrasil, fez esforços efetivos para expandir as relações comerciais com muitos países dos quais nos havíamos distanciado, entre eles, as nações da África, a China – principal parceiro comercial –, a Alemanha, a Arábia Saudita e outros países do Oriente Médio, além dos vizinhos das Américas do Sul e Central e do Caribe.

Em 2023, os fóruns econômicos e os encontros com Setores de Promoção

Comercial (SECOMs) promovidos pela Agência marcaram os primeiros passos rumo a essa reaproximação do Brasil com mercados importantes, restaurando sua credibilidade e mostrando ao mundo a potência de nossa presença no comércio exterior. Os fóruns empresariais, realizados ao longo de visitas presidenciais oficiais, contaram com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e foram essenciais para atrair investimentos ao país. Ao lado disso, as reuniões promovidas pela Agência com os SECOMs na África, na América do Sul e no Caribe traçaram o mapa para negócios e investimentos do país.



Presidente Lula durante abertura do Fórum Econômico Brasil-Angola
Foto: Divulgação Presidência da República

África

A movimentação para reinserir o Brasil no mercado internacional começou pelo berço da humanidade, a África. Em Joanesburgo, na África do Sul, em junho de 2023, os presidentes da República, Luiz Inácio Lula da Silva, e da ApexBrasil, Jorge Viana, em companhia de representantes dos ministérios das Relações Exteriores, do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e da Agricultura e Pecuária (MAPA), estiveram reunidos com autoridades africanas. O intuito foi retomar e aprofundar parcerias iniciadas nos primeiros mandatos do presidente Lula e interrompidas nos últimos anos.

“Da África viemos e para a África voltaremos”, disse Jorge Viana, na ocasião, lembrando o local de onde surgiram os primeiros hominídeos. Segundo o presidente da ApexBrasil, “a ausência do

Brasil na África, ocorrida nos últimos sete anos, foi uma tragédia porque significou um retrocesso para a diplomacia brasileira e um atraso no nosso fluxo comercial com a região”. Autoridades brasileiras e africanas que participaram do evento entenderam o recado: chegou a hora de retomar e aprofundar as relações do Brasil com os 54 países daquele continente. Afinal, como ressaltou Viana, “o futuro da humanidade passa pelas relações Sul-Sul”.

Já o Fórum Econômico Angola-Brasil foi o primeiro de uma série de fóruns internacionais com a comitiva presidencial organizados pela ApexBrasil em 2023. Ocorrido na capital Luanda, principal porto e centro econômico do país, em agosto, o evento reuniu cerca de 500 empresários de diversos setores da economia das duas nações, além dos presidentes do Brasil, Lula, de



Presidente da ApexBrasil, Jorgae Viana, e o presidente do Conselho de Administração da AIPEX, Lello Francisco, durante missão presidencial em Angola. Ao fundo, presidente Lula. Foto: divulgação APEXBRASIL

Angola, João Lourenço, e da ApexBrasil. No encontro, ficou ainda mais evidente que a região é crucial para o futuro próximo do comércio mundial. “Este país tem ouro, este país tem petróleo, este país tem gás. E este país tem oportunidade. Esse país tem um potencial agrícola extraordinário”, elogiou Lula.

Em contrapartida, o presidente angolano deixou claro que seu país pode ser a porta de entrada do Brasil para as regiões austral e central do continente africano, esperando reciprocidade do Mercosul. “Vamos reforçar os nossos laços de cooperação, queremos desenvolver os domínios da agropecuária, da educação, saúde, turismo e outros que são importantes para ambas as nações. Queremos ver o investimento brasileiro em Angola, mas também queremos ver investimento angolano no Brasil”, arrematou Lourenço.

Angola apresenta grandes potencialidades para o Brasil, com uma população de 35,6 milhões de habitantes

e um PIB de US\$ 125,7 bilhões. Em 2022, a corrente de comércio foi de US\$ 1,41 bilhão, patamar abaixo dos US\$ 2,4 bilhões alcançados em 2014, o que também mostra o espaço para recuperação do tempo perdido e crescimento.

A volta do Brasil à África agradou investidores. “A presença das marcas brasileiras, assim como o apoio dos nossos parceiros, da equipe das embaixadas e o interesse dos visitantes em nossos produtos, demonstra que estamos construindo um novo caminho para a ampliação de nossas exportações, encarando todos os desafios já enfrentados no comércio internacional para abrir novos mercados, além de nos adequarmos aos hábitos culturais locais para o fomento das nossas indústrias”, disse Tiago Milani, coordenador de Negócios Internacionais da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), parceira da ApexBrasil em projeto para o setor.



Encontro de SECOMS na cidade do Panamá
Foto: divulgação APEXBRASIL



Gerente de Agronegócio da ApexBrasil, André Müller, no Encontro dos SECOMs na capital colombiana, Bogotá.
Foto: divulgação ApexBrasil

América Central, Caribe e México

Outra iniciativa exitosa da ApexBrasil foram os encontros com Setores de Promoção Comercial (batizados de SECOMs) no continente americano. O primeiro deles ocorreu no Panamá, país situado entre a Costa Rica e a Colômbia – cortado pelo canal artificial de navios que liga o Oceano Atlântico ao Oceano Pacífico, travessia-chave para o comércio marítimo internacional –, na capital homônima. O encontro, ocorrido entre 18 e 20 de outubro, também contou com a participação dos adidos agrícolas das embaixadas brasileiras na região. Em parceria com o Itamaraty, o evento buscou apresentar oportunidades e desa-

vios para o comércio exterior brasileiro na América Central, Caribe e México, demonstrando a urgência de dinamizar as relações comerciais. Afinal, são mais de 13 mil oportunidades oferecidas pela região, de acordo com estudos recentes de inteligência de mercado produzidos pela ApexBrasil.

Atualmente, o fluxo de comércio bilateral entre o Brasil e os 40 países dessa região, mais o México, está em US\$ 19,7 bilhões, enquanto o comércio desses países com os Estados Unidos chega a US\$ 828 bilhões – 55,4% do total. Na avaliação do governo brasileiro, isso mostra que há um amplo caminho aber-

to para expandir essa participação, intensificando uma relação que pode incluir também o incremento das compras brasileiras dessas nações. Em sintonia com as diretrizes do presidente Lula e do vice-presidente e chefe do MDIC, Geraldo Alckmin, o compromisso com o retorno à América Central e ao Caribe foi reafirmado como estratégico.

O Panamá desempenha um papel crucial como importante hub global, proporcionando acesso a diversos mercados em todo o mundo. “Estar no Panamá significa, em outras palavras, estar mais próximo de mercados promissores”, resumiu o presidente Jorge Viana.

A partir das informações e dos cenários desenhados pelos embaixadores, secretários e adidos das embaixadas, a ApexBrasil já começou a mapear oportunidades e definir estratégias de programas e projetos para colaborar com essas relações comerciais país a país.

“A Apex Brasil e o Itamaraty, no governo Lula, têm dado grande apoio ao trabalho de nossas embaixadas, consulados e missões empresariais”, conta o embaixador Laudemar Aguiar, secretário de Promoção Comercial, Ciência, Tecnologia, Inovação e Cultura do Ministério das Relações Exteriores. Em 2023, foram três reuniões de setores de promoção comercial e ciência e tecnologia em três continentes: na África do Sul, no Panamá e em Bogotá. “Ampliamos nossa visão estratégica de como trabalhar esses continentes, trazendo, junto com a ApexBrasil, mais investimentos, turismo e novas atividades bilaterais e regionais”, acentuou. Além do Itamaraty e da secretaria presidida por Laudemar, os encontros ocorreram em parceria com o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), bem como com representantes das Secretarias de Educação Profissional Tecnológica (Setecs) das embaixadas.

América do Sul

Constatação estratégica: é hora de traçar um novo mapa de oportunidades de investimento na América do Sul. Nossa proximidade geográfica e laços culturais fortalecem as relações comerciais na região, oferecendo grandes oportunidades de expansão para nossas empresas. Para o presidente Jorge Viana, investir em parcerias estratégicas também na América do Sul não apenas impulsiona a economia, mas solidifica nossa imagem como parceiros de negócios. E são excelentes as perspectivas para o Brasil em seu próprio continente: o mapeamento das relações comerciais entre o país e a América do Sul – que inclui países como Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela –, feito pela ApexBrasil, identifica mais de 13 mil oportunidades de negócios.

Por isso mesmo, o segundo encontro com os SECOMs ocorreu na capital colombiana, Bogotá, de 23 a 25 de outubro. Mais uma vez, a reunião foi promovida pela ApexBrasil em parceria com o Ministério das Relações Exteriores e contou com a presença de secretários de comércio e adidos agrícolas das embaixadas brasileiras na região, bem como de representantes de empresas exportadoras brasileiras. “O retorno do Brasil à sua própria região significa o engajamento e o diálogo com todos os países, para que possamos recuperar a capacidade de defender nossos interesses e contribuir para o desenvolvimento”, afirmou Jorge Viana.

No encontro, tanto empresários quanto técnicos debateram a perda de espaço comercial entre o Brasil e demais países da América do Sul nos últimos anos. Em 2003, por exemplo, o

“O retorno do Brasil à sua própria região significa o engajamento e o diálogo com todos os países, para que possamos recuperar a capacidade de defender nossos interesses e contribuir para o desenvolvimento”

JORGE VIANA

Brasil participava com 17% das importações de bens na região, percentual que caiu para 12,7% em 2022, dado mais recente. Naquela ocasião, o país ocupava o primeiro lugar entre as origens de importações na região, colocação que caiu para o terceiro lugar. De lá para cá, a China, que está expandindo agressivamente a influência na América do Sul e no Caribe, passou a ter 26% de representatividade em todas as compras da América do Sul. De modo similar às ações realizadas na África, o novo encontro em Bogotá serviu para demonstrar o empenho do Brasil no fortalecimento de seus laços com a América Latina.

No caso da Colômbia, de quem já somos o terceiro maior fornecedor, a tendência de crescimento segue em alta desde 2003, com aumento de 51% nas exportações entre 2021 e 2022. Não por acaso, a ApexBrasil mantém um escritório na capital colombiana e 22 Projetos Setoriais. De acordo com estudos de inteligência da Agência,

existem mais de 1,5 mil oportunidades para o país andino, onde máquinas e equipamentos de transporte, artigos manufaturados, produtos químicos e alimentícios são os negócios mais proeminentes.

“O Brasil tem o maior mercado consumidor e o maior PIB da América Latina. Isso significa que somos um grande parceiro comercial, principalmente em função da nossa localização geográfica. Somos também o maior produtor de alimentos da região, e o terceiro do planeta, portanto, podemos contribuir com a segurança alimentar da América Latina”, destacou Jorge Viana. Segundo o Índice Global de Inovação (IGV) de 2023, pelo terceiro ano seguido, o país melhorou no ranking do índice e, desta vez, superou o Chile. “Somos o primeiro colocado na América Latina e Caribe, ou seja, temos inovação, temos tecnologia, temos bons produtos e serviços para oferecer”, completou.



AMÉRICA DO SUL

- Mais de **13 MIL** oportunidades comerciais
- **TERCEIRO MAIOR** parceiro comercial do Brasil
- Corrente de comércio com os países da região foi de **US\$ 73,7 BILHÕES** em 2022
- **ARGENTINA** é o principal parceiro sul-americano, com comércio bilateral de quase US\$ 30 bilhões

Fonte: Estudos de Inteligência de Mercado da ApexBrasil



MERCOSUL

- **BRASIL, ARGENTINA, PARAGUAI E URUGUAI** como membros plenos
- É o **QUARTO PRINCIPAL** destino das exportações brasileiras, representando 6,5% do total exportado em 2022
- Existem mais de **5 MIL** oportunidades para as exportações brasileiras no bloco
- Principais produtos exportados: **VEÍCULOS, PETRÓLEO, MÁQUINAS, ELETRÔNICOS, PLÁSTICOS, FERRO OU AÇO**

Fonte: Estudos de Inteligência de Mercado da ApexBrasil



Reunião de alto nível entre lideranças brasileiras e sauditas durante o Fórum Empresarial Arábia Saudita-Brasil
Foto: divulgação ApexBrasil

Fórum Empresarial Arábia Saudita

Em 2023, foram retomados os Fóruns Empresariais organizados pela ApexBrasil para estreitar os laços do Brasil com o restante do mundo. Aproveitando a missão presidencial do presidente Lula ao Oriente Médio, no final de novembro daquele ano, para participar da COP 28, em Dubai, a Agência sugeriu um momento estratégico para a realização do Fórum Empresarial Arábia Saudita-Brasil, principal parceiro comercial do Brasil na região. O evento, que contou com o apoio do Ministério de Investimentos do país árabe, recebeu uma delegação composta por 250 executivos e autoridades de governo, tanto brasileiros como sauditas. O setor empresarial foi representado por CEOs de grandes companhias, como BRF Brasil Foods S.A., Friboi (JBS), Minerva, Bom Futuro, Embraer, Vale, WEG Equipamentos Elétricos S.A., Banco BTG Pactual, Pátria Investimentos e XP Investimentos.

Na abertura do fórum, Jorge Viana lembrou que Lula foi o primeiro presidente do Brasil a visitar a Arábia Saudita, em 2009, e que, de lá para cá, o comércio bilateral entre os dois países sempre prosperou. No entanto, nos últimos anos, segue praticamente estagnado. “São cerca de US\$ 5 bilhões nos últimos anos, mas é um número conquistado há 12 anos. O desafio dessa missão é ampliar isso”, afirmou. O esforço faz parte da retomada empreendida pelo governo Lula, depois do retrocesso comercial de seu antecessor.

Durante o evento, Lula teve a oportunidade de conversar diretamente com o príncipe herdeiro da Arábia Saudita, Bin Salman, e reforçou a parceria dos dois países nos Brics (grupo formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) e no G20 (grupo que reúne os países com as maiores economias do mundo). O presiden-

Atualmente, a Arábia Saudita é o principal parceiro comercial do Brasil no Oriente Médio, com corrente de comércio de **US\$ 8,2 bilhões** em 2022. Com um Produto Interno Bruto de **US\$ 1,1 trilhão**, o país tem a maior economia do Oriente Médio e a 17ª do mundo.

te aproveitou para convidar o líder saudita para uma visita oficial ao Brasil durante a COP 30, em Belém, em 2025. “Nós estamos viajando na tentativa de construir parcerias. Não é apenas sobre quanto o fundo da Arábia Saudita pode investir no Brasil, mas também o quanto os empresários brasileiros podem investir na Arábia Saudita. É essa troca e esse novo modo de fazer política externa que pode mudar a face do comércio mundial”, destacou o presidente.

Graças ao formato do fórum, todos os empresários que estavam presentes puderam apresentar seus negócios, abrindo amplos diálogos entre as partes dos dois países. “Todo mundo sai daqui com a certeza de que as relações comerciais vão se abrir e se intensificar. Vemos muitas possibilidades na área da agricultura, em que o Brasil já é muito consolidado, mas também na área de logística, na área de industrialização dos dois países, com trocas de parcerias e tecnologias”, explicou Tatiana Riera, chefe do escritório da ApexBrasil em Dubai.

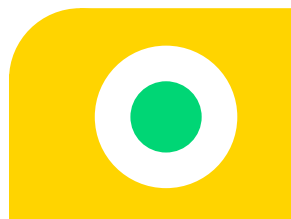
Fórum Empresarial Alemanha-Brasil

Depois de oito anos sem uma reunião de negócios de alto nível, foi realizado no dia 4 de dezembro o Fórum Empresarial Alemanha-Brasil, organizado pela ApexBrasil e pela Federação das Indústrias da Alemanha. O evento contou com a presença do presidente Lula e do chanceler alemão Olaf Scholz, além de outros 300 interlocutores interessados em discutir temas relacionados às relações econômicas entre os dois países. Apesar de enfrentar uma recessão recente, a Alemanha é conhecida como a locomotiva da Europa, terceira maior economia do mundo.

Ao abrir o evento, Jorge Viana defendeu a retomada da parceria entre os dois países para intensificar o fluxo de comércio, aumentar investimentos, reforçar a industrialização em diversos setores e promover a criação de empregos por aqui. “Brasil e Alemanha têm relações bilaterais há quase 200 anos. O novo governo do presidente Lula vai resgatar essa parceria. A Alemanha é o país mais industrializado



Fórum Empresarial Alemanha - Brasil. Em Berlim, o evento reuniu mais de 300 pessoas interessadas em discutir temas relacionados às relações econômicas entre os dois países. Foto: divulgação Presidência da República



ALEMANHA:

- 4ª posição no ranking de parceiros comerciais com Brasil
- **Importa:** commodities, como café, farelo de soja e minério de cobre
- **Exporta:** industrializados, como químicos, medicamentos, autopeças e fertilizantes
- Cerca de 1,6 mil empresas alemãs hoje instaladas no Brasil respondem por 8-10% do PIB industrial brasileiro
- São Paulo é uma das maiores concentrações industriais alemãs fora da Alemanha
- Oportunidades em setores de energia renovável, saúde, mobilidade e infraestrutura

e a maior economia da Europa. O Brasil está vivendo uma fase muito importante, tem o maior programa social do mundo e um grande programa de infraestrutura como o PAC”, afirmou Viana.

Para a diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza, que participou do Fórum Empresarial Alemanha-Brasil, o resultado do encontro foi muito positivo, sobretudo em relação às oportunidades na área de descarbonização das cadeias de produção, que é atualmente uma questão primordial para a Alemanha. “O Brasil é um país que naturalmente oferece essa competência, já que mais de 80% da nossa matriz energética é constituída por energias limpas. Então existe uma complementaridade natural entre as necessidades alemãs e brasileiras, e a nossa intenção é que isso se reflita em projetos de investimento no Brasil, contribuindo para uma maior agregação de valor aos produtos brasileiros”, explicou.

Perspectivas

Agora, a Agência segue focada em atrair investimentos para setores estratégicos para o Brasil, como agronegócio, pesquisa e desenvolvimento, inovação e infraestrutura e energia sustentável. Resultado do encontro de Joanesburgo, a Embrapa deve reabrir escritórios na África ainda no primeiro semestre de 2024. Já o Ministério da Agricultura e Pecuária vai ampliar o número de adidos agrícolas em missões brasileiras, com a desig-

nação de dois representantes da pasta para embaixadas brasileiras no continente. Brasil e Angola já têm acordos de cooperação estratégica e parcerias em diversas áreas, como agricultura, saúde pública e educação. O Brasil também se fará mais presente em território africano atuando no fortalecimento da política de prevenção, diagnóstico e tratamento da hanseníase, bem como no apoio à modernização da Aeronáutica e da Marinha

Diversificação

Para tornar regional, econômica e socialmente mais abrangentes as origens das exportações dentro do Brasil, 2023 foi um ano de fortes iniciativas para interiorizar programas e projetos da Agência por região, além de atrair novos setores e empreendedores. Esses movimentos serão cada vez mais prioritários para a ApexBrasil, com programas como Exporta Mais Amazônia, Mulheres

e Negócios Internacionais e o Exporta Mais Brasil. Por meio deste último, por exemplo, o país busca uma aproximação ativa com todas as suas regiões para potencializar suas exportações, trazendo compradores ao Brasil para negociar diretamente com empresas de diferentes setores produtivos, de todas as regiões do país. Com R\$ 275 milhões em negócios gerados, a ApexBrasil encerrou a edição



de 2023 do Exporta Mais Brasil com mais de três mil reuniões de negócios entre 143 compradores internacionais e 487 empresas brasileiras de 13 diferentes setores produtivos

Para 2024, a Agência segue convicta no cumprimento de sua missão: ampliar a presença do Brasil na economia global, promovendo as exportações e, portanto, atraindo investimentos.

No caso da Colômbia, por exemplo, um dos desafios é diversificar a pauta de produtos industrializados nas exportações para além de veículos e suas partes. Já no caso do Panamá, embora o Brasil registre histórico de superávit comercial com o país, a participação brasileira na pauta de importações do país pode crescer ainda mais – hoje, é de 2,2%. Há espaço para expansão a partir de produtos como máquinas e equipamentos, móveis e calçados. No Mercosul, o principal desafio de acesso aos demais mercados do bloco econômico refere-se à internalização dos instrumentos recentemente assinados, como aqueles sobre comércio eletrônico e contratações públicas. Em termos extrarregionais, é necessário avançar em acordos com diferentes parceiros – em especial, no Acordo de Associação Mercosul-União Europeia.

Também os desafios de gestão dos recursos naturais acabaram unindo os países da América Latina, sobretudo no que se refere ao desenvolvimento sustentável da Amazônia – região que inclui mais sete países além do Brasil. Como espaço multinacional, a Amazônia exige cooperação e integração entre os vizinhos para seu desenvolvimento integral, com respeito ao meio ambiente e à sobrevivência digna das populações que a habitam. Segundo dados do IBGE, a Amazônia Legal (que abrange os estados do Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Roraima, Rondônia, Mato Grosso, Maranhão e Tocantins) ocupa aproximadamente 49,29% do território do Brasil e representa cerca de 13% do seu contingente, com uma população de mais de 28 milhões de habitantes.

Conquistando cada vez mais protagonismo no processo de transição energética, o Brasil pode fortalecer ainda mais sua liderança na produção e exportação de energia limpa para o mundo. Cabe lembrar que a ApexBrasil tem trabalhado para afirmar seu compromisso com o desenvolvimento sustentável do país, de modo a consolidá-lo como grande potência ambiental, a partir da criatividade e da biosocioeconomia.

No caso do Oriente Médio, a entrada da Arábia Saudita no grupo dos Brics – e seus investimentos no Plano Visão 2030 (plano estruturado do governo que quer diversificar a economia daquele país para além da indústria de petróleo) – deverá criar novas oportunidades que impactarão a expansão da economia e abrir novos mercados para o Brasil. A diversificação será a pauta central no planejamento do país, tendo em vista a sua alta dependência da indústria de petróleo e gás. Ademais, o PIF, fundo soberano da Arábia Saudita, tem ativos de mais de US\$ 700 bilhões espalhados pelo mundo e busca investimentos seguros e rentáveis.

Como resultado do encontro com a Alemanha, cabe ressaltar as enormes oportunidades apresentadas para os setores de mobilidade, infraestrutura, saúde e, claro, energia renovável, uma prioridade da economia alemã. São altas as expectativas a respeito de projetos recentemente anunciados: a empresa alemã Stadler, por exemplo, pretende construir a maior planta de triagem mecânica de reciclagem do Brasil, no valor de US\$ 105 milhões, possibilitando a criação de 150 novos empregos formais em Jaboatão dos Guararapes (PE). Outros 300 postos de trabalho deverão nascer com o projeto da nova fábrica de bombas helicoidais da Netzsch, empresa de soluções de bombeamento, com investimento no valor de US\$ 101 milhões em Ribeirão Souto (SC). Quanto aos projetos brasileiros anunciados em solo germânico, merecem destaque as aberturas de centros e projetos de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) pelas empresas WEG, J&F Investimentos, Zdrax e lochpe-Maxion, que, juntas, somam US\$ 243 milhões em investimentos.

O vice-presidente do Brasil e chefe do MDIC, Geraldo Alckmin, comemorou os resultados da balança comercial brasileira, destacando que o comércio exterior é fundamental para a economia e para o desenvolvimento brasileiro. Ele ressaltou o papel do presidente Lula no incremento dos negócios com outros países da balança comercial brasileira. “Quero destacar o esforço do presidente Lula indo aos principais mercados do mundo, na Ásia, na África, na Europa, nos Estados Unidos e aqui na América Latina.”

EXPORTA MAIS BRASIL ENCERRA 2023 COM R\$ 275 MILHÕES EM NEGÓCIOS

O programa consiste em trazer compradores internacionais para conhecer nossos produtos e fazer negócios no país

Artesãs durante o Exporta Mais Brasil em Fortaleza - CE



Em 2023, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) apostou em uma iniciativa inédita e um tanto ousada: em vez de priorizar levar empresas brasileiras para o exterior, por que não trazer o mundo para conhecer o que temos de melhor?

Assim nasceu o Exporta Mais Brasil, um programa com o objetivo de impulsionar as exportações brasileiras de diferentes setores da economia ao trazer compradores do mundo inteiro ao país. Com o slogan “Rodando o Brasil para as nossas empresas ganharem o mundo”, a primeira edição contou com 13 rodadas, realizadas em 13 estados e promovendo 13 setores produtivos. Para cada



Rodada de negócios durante o Exporta Mais Brasil dedicado ao setor audiovisual em Brasília –DF

uma das etapas, importadores trazidos pela ApexBrasil puderam conhecer de perto a produção local e ter contato direto com as empresas nacionais, além de, claro, receber o acolhimento e a receptividade dos brasileiros.

Sobram motivos para a ApexBrasil comemorar – e querer seguir em frente. Afinal, para um programa que começou em agosto passado, os resultados são impressionantes: R\$ 275 milhões em negócios gerados a partir de 3.496 reuniões entre 143 compradores internacionais de 44 países e 487 empresas brasileiras. Detalhe: para a realização do programa, o valor investido pela Agência foi de R\$ 5 milhões. Isso significa que cada R\$ 1 investido gerou R\$ 55 em negócios.

Mas qual seria o segredo do sucesso do Exporta Mais Brasil? Com certeza, apostar na descentralização regional e na diversificação dos setores econômicos foi uma estratégia bem eficaz. Assim, no lugar de os empresários internacionais visitarem polos de produção já conhecidos no exterior, a ApexBrasil os levou para conhecer:

- móveis na Paraíba;
- rochas ornamentais no Espírito Santo;
- café robusta amazônico em Rondônia;
- pescados no Paraná;
- artesanato no Ceará;
- cervejas especiais no Rio de Janeiro;
- cosméticos em Goiás;
- mel em São Paulo;
- cafés arábicas em Minas Gerais;
- calçados no Rio Grande do Sul;
- produtos amazônicos compatíveis com a floresta no Acre;
- frutas em Pernambuco;
- setor de audiovisual no Distrito Federal.



Sessão de cuppings durante rodada do programa dedicada aos cafés arábicas em MG

Veja mais detalhes sobre as rodadas e os países visitantes abaixo.

EXPORTA MAIS BRASIL 2023

SETOR	LOCALIDADE	DATA	RESULTADOS
Móveis	João Pessoa (PB)	16 a 18/08	94 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 6 compradores de 5 países • 22 empresas brasileiras • 11 lideranças femininas • 10 UFs • R\$ 1 milhão em negócios gerados*
Rochas ornamentais	Vitória e Cachoeiro de Itapemirim (ES)	21 a 24/08	150 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 9 compradores de 7 países • 24 empresas brasileiras • 15 lideranças femininas • 4 UFs • R\$ 15 milhões em negócios gerados*
Café robustas amazônico	Cacoal (RO)	28/8 a 1º/09	460 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 20 compradores de 11 países • 23 empresas brasileiras • 12 lideranças femininas • 2 UFs • R\$ 4,4 milhões em negócios gerados*
Pescados	Foz do Iguaçu (PR)	19 a 21/09	36 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 8 compradores de 4 países • 15 empresas brasileiras • 3 lideranças femininas • 8 UFs • R\$ 80 milhões em negócios gerados*
Artesanato	Fortaleza (CE)	24 a 29/09	323 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 10 compradores de 8 países • 58 artesãos e empresas brasileiras • 41 lideranças femininas • 17 UFs • R\$ 1,7 milhão em negócios gerados*

SETOR	LOCALIDADE	DATA	RESULTADOS
Cervejas especiais	Rio de Janeiro (RJ)	9 a 11/10	44 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 4 compradores de 4 países • 11 empresas brasileiras • 7 lideranças femininas • 4 UFs • R\$ 1,5 milhão em negócios gerados*
Cosméticos	Goiânia (GO)	17 a 19/10	120 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 9 compradores de 7 países • 31 empresas brasileiras • 18 lideranças femininas • 11 UFs • R\$ 9 milhões em negócios gerados*
Mel	São Paulo e Botucatu (SP)	23 a 27/10	146 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 7 compradores de 4 países • 25 empresas brasileiras • 12 lideranças femininas • 8 UFs • R\$ 12,2 milhões em negócios gerados*
Café arábica	Belo Horizonte, Santo Antônio do Amparo e Araxá (MG); São José do Rio Pardo e Franca (SP)	8 a 15/11	1.548 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 24 compradores de 19 países • 129 empresas brasileiras • 40 lideranças femininas • 2 UFs • R\$ 36 milhões em negócios gerados*
Calçados	Porto Alegre (RS)	21 a 23/11	137 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 12 compradores de 6 países • 72 empresas brasileiras • 14 lideranças femininas • 8 UFs • R\$ 25,6 milhões em negócios gerados*
Produtos amazônicos	Rio Branco (AC)	27/11 a 1º/12	262 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 20 compradores de 15 países • 35 empresas brasileiras • 16 lideranças femininas • 4 UFs • R\$ 50 milhões em negócios gerados*

SETOR	LOCALIDADE	DATA	RESULTADOS
Frutas	Petrolina (PE)	4 a 8/12	90 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 6 compradores de 6 países • 18 empresas brasileiras • 5 lideranças femininas • 5 UFs • R\$ 14,7 milhões em negócios gerados*
Audiovisual	Brasília (DF)	11 a 13/12	86 reuniões de negócios <ul style="list-style-type: none"> • 8 compradores de 6 países • 24 empresas brasileiras • 16 lideranças femininas • 7 UFs • R\$ 9,7 milhões em negócios gerados*

* em até 12 meses

PAÍSES COMPRADORES DO EXPORTA MAIS BRASIL 2023

- 
1. África do Sul
 2. Alemanha
 3. Arábia Saudita
 4. Argentina
 5. Armênia
 6. Austrália
 7. Áustria
 8. Bélgica
 9. Canadá
 10. Catar
 11. Chile
 12. China
 13. Colômbia
 14. Dinamarca
 15. Egito
 16. Emirados Árabes Unidos
 17. Equador
 18. Espanha
 19. Estados Unidos
 20. Geórgia
 21. Grécia
 22. Holanda
 23. Índia
 24. Irlanda
 25. Itália
 26. Japão
 27. Jordânia
 28. Malta
 29. Moçambique
 30. Omã
 31. Países Baixos
 32. Panamá
 33. Paraguai
 34. Peru
 35. Polônia
 36. Portugal
 37. Reino Unido
 38. República Tcheca
 39. Rússia
 40. Singapura
 41. Suécia
 42. Suíça
 43. Uruguai



Rodada de negócios voltada para o setor de cosméticos, em Goiânia

Inclusão e representatividade

A 1ª edição do Exporta Mais Brasil possibilitou a participação de empresas de todo o Brasil nas rodadas de negócios. “Fizemos questão de dedicar atenção especial às empresas das regiões Norte e Nordeste, bem como àquelas lideradas por mulheres. É prioridade da ApexBrasil dar mais oportunidades para essas produtoras que, geralmente, têm menos acesso ao comércio exterior, apesar do grande potencial, como podemos ver com os resultados obtidos”, explica o presidente da Agência, Jorge Viana.

Isso revela mais dois prováveis fatores de êxito do programa. O primeiro deles envolve a abertura de mais espaço para localidades que têm potencial exportador e precisam de divulgação,

como é o caso da Região Amazônica, que inclusive ganhou um programa somente seu: o Exporta Mais Amazônia (com direito à matéria especial que você confere nas próximas páginas). O segundo fator passa pela valorização do protagonismo feminino, uma vez que, das 487 empresas brasileiras que participaram das rodadas de negócio, 210 estão sob liderança de mulheres: mais de 40% do total.

“Nós fomos quase que disciplinadas para não ocupar esse lugar, que é majoritariamente masculino e branco. A gente vê poucas mulheres à frente de indústrias, poucas mulheres à frente de franquias e menos ainda mulheres internacionalizando os seus produtos e exportando. Então, não só é impor-

Visita técnica dos compradores internacionais à empresa moveleira durante o Exporta Mais Brasil voltado para o setor de móveis em João Pessoa – PB

tante desenvolver esse trabalho, mas mostrar para outras mulheres que eu estou nesse lugar, que é possível, e que elas podem ocupar esse lugar também”, avaliou Elaine Moura, CEO do Grupo PopCorn Gourmet, empresa que conta hoje com 50 franquias em 18 estados brasileiros, além de uma indústria nos Estados Unidos. Depois de participar do seminário “Diálogos para Exportação”, realizado por meio do Exporta Mais Brasil está agora em processo de expandir suas operações para diversos destinos internacionais.

Os diálogos fazem parte das atividades realizadas durante as rodadas

de negócio, reunindo técnicos e especialistas da Agência para apresentar iniciativas da ApexBrasil que auxiliam empresas interessadas em começar a exportar ou avançar no processo de exportação. As empresas que já exportam podem compartilhar, por meio dos diálogos, suas experiências com o público.

O Exporta Mais Brasil também promove as chamadas visitas técnicas, nas quais os compradores estrangeiros visitam os locais de produção de empresas do setor em questão. Com isso, os importadores podem acompanhar de perto os processos produtivos, garantindo, assim, maior segurança e transparência nas vendas diretas para o exterior.





Rodada de Negócios do Exporta Mais Brasil de Calçados, em Porto Alegre (RS), durante a BFSHOW. Foto: Fábio Winter/BFSHOW

Interesse mútuo

A qualidade dos nossos produtos e a preocupação com o meio ambiente no processo de sua produção foram, certamente, fatores que contribuíram para os bons resultados do Exporta Mais Brasil em 2023. A portuguesa Elisabete Barbosa, da empresa MarmiStore, é apenas um exemplo entre os tantos compradores que superaram suas expectativas a respeito do programa. Ela esteve na 10ª rodada do Exporta Mais Brasil, dedicada ao setor calçadista em Porto Alegre (RS), e disse que ficou encantada com o bom gosto do design brasileiro. “Chamaram atenção a beleza dos produtos, a inovação e a qualidade do couro, que para nós precisa vir de uma cadeia sustentável”, afirmou, na ocasião. “Em Portugal, assim como no mundo todo, estamos cada vez mais atentos à questão da sustentabilidade nos produtos que consumimos”, concluiu.

Jean-Pierre Pieterse, representante da empresa JP Marble Classic, da África do Sul, endossa a opinião de Elisabete. Ele integrou o time de compradores que participou da segunda rodada do Exporta Mais Brasil, em Vitória

e Cachoeiro de Itapemirim (ES), voltada para o setor de rochas ornamentais. “Tive uma ótima experiência aqui no Brasil. Eu não esperava a grande variedade de cores disponíveis. Gratidão à ApexBrasil e à Cachoeiro Stone Fair por nos trazerem aqui e nos mostrarem uma realidade maravilhosa. Estamos ansiosos para nos envolver com as rochas brasileiras e as empresas que tivemos a honra de visitar aqui”, admitiu.

Diante de resultados tão significativos, percepções externas tão favoráveis e trocas de experiências tão ricas, a ApexBrasil, é claro, já está preparando a segunda edição do Exporta Mais. Em 2024, outros 14 estados brasileiros serão visitados pelo programa, que contemplará mais 14 setores produtivos, diferentes daqueles que participaram inicialmente. A exemplo da primeira edição do programa, as expectativas para essa segunda etapa não poderiam ser melhores. Afinal, por aqui, é consenso que as empresas que exportam empregam mais gente e pagam melhores salários. Ao impulsionar as exportações de diferentes setores de todas as regiões do país, uma iniciativa como o Exporta Mais só pode promover impactos pra lá de positivos na economia. De tudo aquilo que leva o selo Made in Brazil, o mundo não pode ficar de fora.



Compradores internacionais conhecem a Floresta Amazônica durante visita técnica

EXPORTA MAIS AMAZÔNIA COLOCA REGIÃO NORTE SOB FAROL GLOBAL

Lançado em novembro de 2023, novo programa da Agência foi inspirado no Exporta Mais Brasil e vai beneficiar empresas amazônicas

Fomentar as exportações de setores compatíveis com a floresta e com alto valor agregado da Amazônia brasileira: 2023 foi o ano que marcou importantes passos para mostrar ao mundo a potência do Norte brasileiro. O Exporta Mais Amazônia é o mais novo programa da Agência inteiramente focado em promover empresas e produtos da Região Norte, que abriga quase 18 milhões de ha-

bitantes e representa nada menos que 45% do território brasileiro.

Na mesma linha do Exporta Mais Brasil, que rodou o País ao longo de 2023 conectando nossos empreendedores com compradores do mundo inteiro, a ApexBrasil pretende, com o novo programa, aproximar o mercado internacional do empresário amazônico.



Empresa de cacau da Região Amazônica participa de rodada de negócios

“Nós temos 64 produtos compatíveis com a floresta que poderiam fazer a economia da Amazônia avançar. Estou falando de castanha, borracha, açaí, artesanato, pimenta-do-reino, cupuaçu. São 64 produtos com os quais toda região do mundo que tem floresta tropical trabalha”, detalhou o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana.

O Exporta Mais Amazônia vai promover encontros de alto nível com especialistas em economia amazônica e mercado internacional, rodadas de negócios e visitas técnicas. Além disso, haverá ainda as Mesas Executivas de Exportação, montadas com o objetivo de atender às peculiaridades das

cadeias produtivas da Região Norte. A ApexBrasil entende que essas iniciativas são essenciais para ajudar no processo de organização de empresas de setores específicos e destravar gargalos nas exportações, com o apoio da Agência e de parceiros.

Novembro de 2023 foi o mês que marcou o lançamento do Exporta Mais Amazônia, em Rio Branco, no Acre. No evento, setores de açaí, cacau & chocolate, castanha-do-brasil, peixes amazônicos e carnes bovina, suína e de frango estiveram representados por empreendedores da região. Foram 35 empresas brasileiras que puderam apresentar sua oferta exportadora para 20 comprado-

res internacionais, de 16 nacionalidades diferentes.

“Isso é muito importante para as empresas, principalmente da Região Norte, que tinham menos oportunidade por estar num lugar mais difícil, onde a logística é mais difícil. A gente entende que é excelente esse programa, essa iniciativa, e vai dar muito certo para nós cooperados e para os outros também. A gente está recebendo pessoas de outros países na nossa rede de cooperativa, visitando nossas indústrias, e, com certeza, vamos ampliar nossa venda tanto no mercado local quanto no mercado externo”, destacou Manoel Monteiro, diretor-superintendente da Cooperativa Central de



Manoel Monteiro, Extrativista da COOPERACRE
Foto: Andryo Amaral/Rede Amazônica Acre

Comercialização Extrativista do Estado do Acre (Cooperacre). Ele ainda disse que essa é uma iniciativa que fortalece a economia no estado e incentiva a exploração sustentável dos produtos florestais.

Priorizar a Amazônia tem sido uma das grandes bandeiras da nova gestão da Agência. Na avaliação de Jorge Viana, que tem profundas afinidades com a região, inclusive como ex-governador do Acre e ex-prefeito da capital Rio Branco, o País voltou ao centro das atenções na agenda internacional e tem oportunidade não apenas de liderar as discussões em torno de um novo modelo de desenvolvimento, baseado na exploração sustentável da floresta, com respeito à fauna e à flora, mas pode ganhar mais espaço no mercado internacional de produtos florestais. Viana entende que o programa vai ao encontro de um dos grandes objetivos da nova gestão da Agência, que é descentralizar as exportações brasileiras enquanto valoriza a Região Norte, que hoje corresponde a apenas 8,5% do total exportado pelo País.

“Esse programa busca aproximar o empresariado amazônico dos mercados internacionais, organizando o setor produtivo em torno de desafios comuns e trazendo os compradores do mundo todo para conhecer o potencial dos produtos da floresta, que apresentam alto valor agregado.”

JORGE VIANA, PRESIDENTE DA APEXBRASIL

As Mesas Executivas e os diálogos com foco no crescimento sustentável

Pouca gente sabe, mas os produtos compatíveis com a floresta amazônica, como cacau, pimenta-do-reino, açaí e castanha-do-brasil, representam um mercado de cerca de US\$ 200 bilhões no mundo. No entanto, apesar de abrigar 30% das florestas tropicais do planeta, a Região Norte contribui com menos de 0,2% das exportações globais desses bens – uma desconexão que agora está sendo cuidada.

As Mesas Executivas de Exportação foram pensadas justamente para divulgar produtos brasileiros neste cenário. A

iniciativa é mais uma forma de capacitar as empresas e cooperativas da região para conquistarem suas presenças no mercado internacional. A ideia é identificar, priorizar e remover gargalos que dificultam as exportações de setores compatíveis com a floresta amazônica. Para tanto, as mesas de diálogos seguirão se desenvolvendo como fóruns permanentes, com encontros mensais, que reunirão empresas e cooperativas, representantes da ApexBrasil e parceiros. Assim, os participantes poderão

contribuir coletivamente para resolver problemas que precedem a exportação.

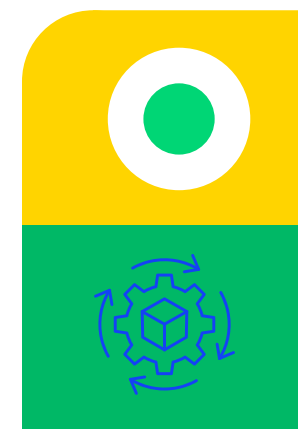
Com o mesmo objetivo, a ApexBrasil também contará com o apoio dos parceiros do projeto, como o Ministério da Agricultura e Pecuária, o Serviço Florestal Brasileiro, o projeto Amazônia 2030, o Observatório da Castanha da Amazônia, Embrapa, Sebrae, Sistema CNA/Senar, Sistema OCB (Organização das Cooperativas do Brasil) e universidades, que buscarão corrigir os entraves com soluções de curto e médio prazo.



Rafael Ferreira, diretor comercial da paraense Petruz Fruity

“Estamos aqui no meio da Amazônia trabalhando com um produto que mantém a floresta de pé.”

RAFAEL FERREIRA, DIRETOR COMERCIAL DA PARAENSE PETRUZ FRUITY



RESPONSABILIDADES DAS PARTES ENVOLVIDAS

EMPRESAS E COOPERATIVAS: as empresas e cooperativas terão um papel de protagonismo nas Mesas Executivas, não apenas apontando gargalos e sugerindo melhorias para o setor produtivo, mas também participando ativamente das reuniões, compartilhando suas experiências e visões. Além disso, é esperado que elas se preparem e invistam na exportação, garantindo que sua equipe esteja apta a enfrentar os desafios do mercado internacional.

Além de terem voz ativa e protagonismo na busca por soluções para o setor, as empresas participantes do projeto receberão pontuação adicional para participar de feiras, missões e ações de capacitação selecionadas da ApexBrasil. Do mesmo modo, elas não precisarão pagar contrapartida para participação em ações da Agência.

APEXBRASIL: a Agência exercerá um papel de mediadora. Será responsável por garantir a frequência das reuniões, criando um ambiente propício para a troca de ideias e experiências. Além disso, atuará como catalisadora de ações conjuntas, engajando os parceiros no enfrentamento de entraves identificados. A Agência desempenhará um papel estratégico na organização de ações de promoção de exportação.

PARCEIROS: os parceiros nas Mesas Executivas de Exportação participarão de reuniões específicas, esclarecerão questões técnicas e regulatórias e poderão sugerir e implementar soluções inovadoras. A capacitação das empresas será uma meta compartilhada, assim como as ações de promoção de exportação.



BRASILIDADE:

1. Caráter ou qualidade peculiar, individualizadora, do que ou de quem é brasileiro.
2. Sentimento de afinidade ou de amor pelo Brasil.

Sustentabilidade combina com brasilidade

Quem participou da primeira rodada do Exporta Mais Amazônia quer agora alcançar novos mercados com uma estratégia cada vez mais atrelada à ideia de “brasilidade”: no conceito clássico, o caráter ou qualidade peculiar, individualizadora, do que ou de quem é brasileiro. Ou, simplesmente, o sentimento de afinidade ou de amor pelo Brasil.

Pelo menos é o que espera Rafael Ferreira, diretor comercial da Petruz Fruity, empresa de açaí com sede em Belém (PA) e que está presente hoje em 44 países. Ao longo das rodadas, Rafael aproveitou para se reconectar com importadores com quem já havia realizado negócios no passado, como de Singapura, Dubai e Espanha, e para

conquistar novos potenciais compradores. Sintonizada com a “brasilidade”, a Petruz adentra 2024 reforçando seu posicionamento como uma marca brasileira, associando, ainda, as frutas tropicais diretamente à defesa da floresta. “A gente mudou toda a nossa comunicação pensando nisso. As embalagens terão animais da Amazônia, que são os defensores da floresta”, explicou. “Estamos aqui no meio da Amazônia trabalhando com um produto que mantém a floresta de pé”, completou.

Outra exportadora defensora da floresta é Fernanda Favaro, sócia-proprietária e COO da Elements Brazil, empresa sediada em Vancouver, no Canadá. A empresária trabalha há sete anos com



Fernanda Favaro, sócia-proprietária e COO da Elements Brazil

“A gente vê como esse povo se agarra em manter a Amazônia. Às vezes, as pessoas têm poucos poderes, mas tanta força de luta para manter a floresta em pé, é impressionante.”

FERNANDA FAVARO



Compradores internacionais conhecem a produção de castanhas do Brasil na Amazônia

a importação de produtos brasileiros, com foco na conhecida “cesta da saudade” – palavra carregada de “brasilidade” –, ou seja, aquelas mercadorias de que as comunidades de imigrantes e expatriados costumam sentir falta, como é o caso do açaí, um dos produtos mais populares.

Agora, a empresa está interessada não apenas em adicionar novos artigos a sua cesta para brasileiros, mas também em apresentar as iguarias da floresta amazônica ao mercado canadense, que está em forte expansão para produtos considerados exóticos.

“O canadense é muito aberto para produtos de outros lugares. Ele tem essa curiosidade, essa mente aberta para provar outras coisas. Isso é o primeiro passo. Ao trazer esse lado da Amazônia, a gente ainda pode contar a história do produto dentro do mercado canadense. Então, a gente vê muitas possibilidades de negócios”, explica. Para ela, a experiência de estar frente a frente com os produtores foi enriquecedora.

“Normalmente, nessas rodadas de negócios, a gente acaba falando com representantes de empresas, mas (dessa vez) foram realmente as pessoas que produzem. E a gente vê como esse povo se agarra em manter a Amazônia. Às vezes, as pessoas têm poucos poderes, mas tanta força de luta para manter a floresta em pé, é impressionante”, relembrou.

O lançamento do Exporta Mais Amazônia contou com mais de 260 reuniões e uma intensa agenda de visitas técnicas. O foco das rodadas foram os setores de açaí, cacau & chocolate, castanha-do-brasil, peixes amazônicos e carnes bovina, suína e de frango, com expectativa de vendas de pelo menos R\$ 50 milhões em até um ano.

Participaram da ação compradores de Singapura, China, Países Baixos, Espanha, Emirados Árabes Unidos, Reino Unido, Canadá, Estados Unidos, Catar, Egito, Peru, Argentina, Colômbia, Índia e Equador.

Produtos da Amazônia para o mundo

A Amazônia é um dos maiores ativos naturais do Brasil e do mundo. Além de abrigar uma rica biodiversidade, a floresta é fundamental para garantir que o Brasil atinja a neutralidade climática, em cumprimento às metas estabelecidas em acordos ambientais globais, como o Acordo de Paris. A conservação do bioma depende, contudo, da valorização econômica dos produtos compatíveis com a floresta. Por isso, o Programa Exporta Mais Amazônia torna-se peça fundamental para estimular a exportação dessas cadeias produtivas.

Segundo estudo desenvolvido pelo Amazônia 2030, entre 2017 e 2019, os 64 produtos brasileiros compatíveis com a floresta geraram uma receita anual de US\$ 298 milhões para o país. Apesar de parecer um valor considerável, que remunera atividades compatíveis com a floresta, esse montante é apenas uma pequena fatia do total global movimentado por esses produtos, que chega a US\$ 176,6 bilhões por ano.

APEXBRASIL DIGITAL: PLATAFORMAS APOIAM EMPRESAS QUE QUEREM EXPORTAR

Conheça o Brasil Exportação e o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras



BRASIL
EXPORTAÇÃO
Tudo para você exportar

PARCERIA



EXECUÇÃO



MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES
EXTERIORES

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

IDEALIZAÇÃO



GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Uma inovação disruptiva, ou seja, sem paralelos, capaz de transformar a realidade atual em um novo paradigma que trará resultados sentidos a longo prazo. Essa é a natureza do Brasil Exportação: uma plataforma de acesso gratuito criada pela ApexBrasil que integra todos os caminhos que uma empresa preci-

sa percorrer ao longo do processo de exportação. Sua proposta é conectar, de forma rápida e fácil, empresários a prestadores de serviços de comércio exterior, incentivando essa prática, principalmente, entre micro, pequenas e médias empresas – as MPMEs. Uma iniciativa, portanto, de grande impacto social e econômico.

Com outro aplicativo digital estratégico (leia mais adiante), o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras, a ApexBrasil disponibiliza duas ferramentas essenciais, e complementares, para o exportador brasileiro ter novas chances de negócios no comércio internacional.



Lançamento da plataforma Brasil Exportação durante o Web Summit Lisboa, em Portugal

Brasil Exportação

O Brasil Exportação tem sido um sucesso desde seu lançamento, em novembro de 2023, durante a maior conferência de tecnologia do mundo – o Web Summit Lisboa, em Portugal. A plataforma já contabilizou mais de 22 mil usuários únicos (sendo 1.765 deles com perfis cadastrados), além de quase 400 serviços prestados, todos conectando empresários brasileiros a países das Américas, África, Ásia, Europa e Oceania. E é fácil entender o porquê: além de ter custo zero, seu acesso é prático e rápido, oferecendo serviços que realmente fazem a dife-

rença para toda e qualquer pessoa jurídica que esteja de olho no comércio fora das fronteiras brasileiras.

“Nela, as empresas poderão se preparar para fazer negócios internacionais, criar uma estratégia de marketing, promover seus produtos nos melhores eventos de negócios no exterior e em marketplaces digitais, selecionar a melhor forma de embarcar as mercadorias e financiá-las de maneira ágil”, explica Juarez Leal, gerente da plataforma Brasil Exportação. “Certamente, ela reduzirá os custos de prospecção e preparação, agilizará a contratação de

fornecedores de serviços, permitindo maior eficiência, alcance global e inovação, gerando novas oportunidades de negócios de exportação para as empresas brasileiras no cenário internacional”, completa.

Em termos práticos, o Brasil Exportação oferece um ambiente totalmente similar ao de um marketplace, acessado por seu endereço eletrônico (www.brasilexportacao.com.br), com performance responsiva aos diferentes tipos de tela. Ali, o usuário cadastrado pode pesquisar, avaliar e favoritar suas experiências preferidas, além de inte-



Pavilhão Brasil no Web Summit Lisboa 2023: Missão da ApexBrasil levou 85 startups e 100 empresas brasileiras inovadoras à mais importante conferência de TI do mundo

ragir com os prestadores de serviço para tirar dúvidas, por exemplo. A navegação simples é permitida a toda e qualquer pessoa, mas, para funcionalidades mais complexas, interações, salvar pesquisas e jornadas, é preciso fazer um cadastro na plataforma, utilizando apenas seu CPF. Assim, a plataforma consegue atingir seu objetivo principal: estimular a criação de uma verdadeira comunidade do comércio internacional.

O serviço, plural e democrático, fura a bolha dos negócios tipicamente digitais, beneficiando até mesmo o agronegócio brasileiro.

A plataforma Brasil Exportação é resultado de uma cooperação entre os governos brasileiro e britânico, no âmbito do Programa de Facilitação de Comércio Brasil-Reino Unido. Desde março de 2023, a ApexBrasil é a entidade responsável pela sua operação. O projeto, liderado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e pela Embaixada do Reino Unido no Brasil, tem ainda como participantes o Ministério das Relações Exteriores (MRE), o Sebrae, a Confederação Nacional da Indústria

(CNI) e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA). Todos disponibilizam seus serviços de comércio exterior a empresas de diversos portes e setores, como o acesso aos Setores de Promoção Comercial e Investimentos (SECOMs) de cerca de cem países, a nata do mercado internacional. Em suma, a missão é uma só: incentivar e facilitar o caminho do exportador para que ele possa alcançar o sucesso internacional.

Para o vice-presidente da República e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, a plataforma é inovadora em nível mundial e tem o potencial de expandir a participação das empresas no comércio exterior brasileiro, sendo um dos principais instrumentos da recém-lançada Política Nacional de Cultura Exportadora (PNCE). "Na PNCE, estamos buscando um comércio exterior mais inclusivo, em que mais MPMEs sejam beneficiadas pelas vantagens de fazer parte do mercado internacional. A plataforma Brasil Exportação será uma ferramenta importante para alcançarmos esse objetivo", destaca o vice-presidente.

A avaliação de Alckmin se faz ainda mais precisa quando percebemos que, ao acessar a plataforma, ela é prática, funcional e amigável no cotidiano. O usuário Edson Rhodes, por exemplo, avaliou o SECOM de Liubliana, capital da Eslovênia, pela qualidade dos esclarecimentos sobre as oportunidades para a fécula de mandioca: "Gostaria de parabenizar o SECOM Liubliana pela excelência de serviços prestados. Em caso de sucesso de nossas negociações no mercado esloveno, será em grande parte decorrente do apoio da equipe local de Liubliana. Parabéns a todos!".

Esse cenário estimula todos que trabalham nesse projeto ao cumprimento das metas para 2024, como a totalização de 126 SECOMs com a articulação do Itamaraty ao Brasil Exportação. Outra medida é englobar todas as unidades da federação por meio da PNCE, envolvendo as secretarias de indústria e comércio, federações estaduais de indústria e de agricultura, associações, cooperativas, arranjos produtivos, bem como toda a cadeia de instituições

públicas e privadas relacionadas com serviços para exportação. Em breve, empresas privadas que trabalham diretamente com comércio internacional também poderão fazer parte da plataforma.

Vale ressaltar ainda que, em seu DNA, também está atender e promover as diretrizes de ESG (sigla para parâmetros ambientais, sociais e de governança), por meio do estímulo aos

micro e pequenos negócios e ao empreendedorismo sustentável, feminino e de minorias. De fato, a plataforma está 100% integrada com a estratégia de Agência Digital, que é um dos objetivos contemplados no novo Plano Estratégico 2024-2027 da ApexBrasil. Para o presidente da Agência, Jorge Viana, o Brasil Exportação deve ser fiel aos seus papéis de curadoria e de moderação, garantindo serviços relevantes

para o comércio exterior e um ambiente profissional e ético. "O Brasil tem potencial para ampliar significativamente sua participação no comércio internacional, dando mais oportunidades a empresas menores, empresas das regiões Norte e Nordeste, com modelos de negócios inovadores. A plataforma Brasil Exportação é nossa resposta a esses desafios, de forma moderna e eficiente", avalia Viana.

#DICA AO EXPORTADOR

Entre os diversos serviços que o Brasil Exportação oferece, um deles é ideal para quem acabou de criar o login na plataforma e fará o seu primeiro acesso. O serviço "Acesse o Mundo" é uma ferramenta que ajuda as empresas brasileiras (principalmente de micro, pequeno e médio porte) a direcionarem seus produtos e serviços para o mercado externo. Sua principal função é realizar um diagnóstico para o usuário, criando uma lista personalizada de ações, com a identificação de serviços úteis para iniciar ou expandir vendas em mercados internacionais.

A iniciativa foi desenvolvida pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e se enquadra nos objetivos da Política Nacional de Cultura Exportadora (PNCE), da qual a plataforma Brasil Exportação também faz parte.

Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais

Já o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras busca apoiar cada vez mais as empresas brasileiras na busca por mercados prioritários e na diversificação de destinos e produtos exportados – uma ferramenta da ApexBrasil completa e 100% nacional. A ideia é criar um radar global para nossos exportadores a partir do cruzamento de dados de competitividade do Brasil e de demanda dos mercados internacionais, abrindo novos caminhos de vendas.

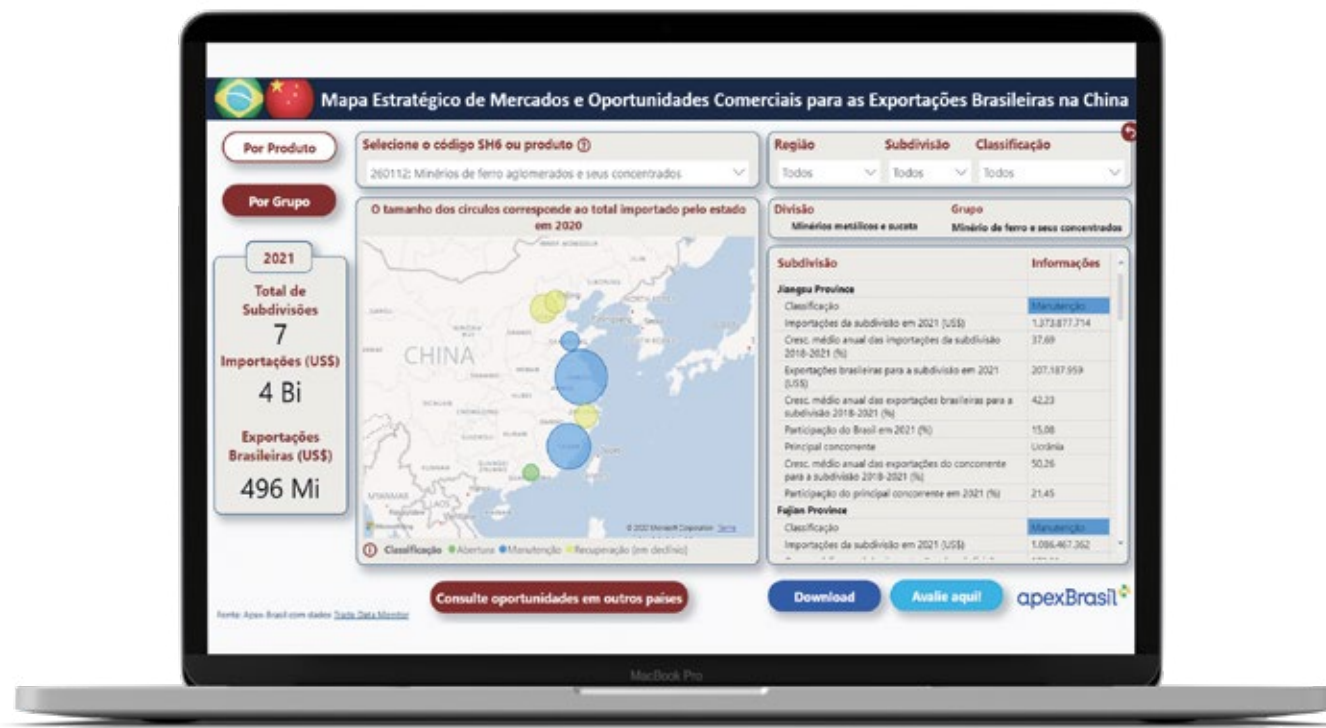
"Essa ferramenta é um ponto de partida para o atendimento de empre-

sas. Com nossa última versão, praticamente nenhuma empresa exportadora de bens ficará sem informações de mercado. O atendimento será rápido, georreferenciado e automatizado pela ApexBrasil", explica Igor Celeste, gerente de Inteligência de Mercado da Apex.

Iniciado em 2015, mas em constante aperfeiçoamento e atualização de dados, o Mapa de Oportunidades da ApexBrasil, online e gratuito, já permite a visualização geográfica das oportunidades em 135 mercados internacionais para produtos da oferta exportadora brasileira, destino de aproximadamen-

te 95% das exportações brasileiras para o mundo.

Essa ferramenta inovadora não só habilita o usuário a consultar as exportações e oportunidades por país-alvo, mas apresenta os setores e as respectivas estratégias de atuação em cada um desses mercados. É possível fazer, por exemplo, uma pesquisa por produto, que permite a consulta pelo nome de cada empresa por meio de painéis com análises exclusivas e detalhadas sobre o atual cenário do comércio exterior brasileiro. Por meio do cruzamento de dados de competitividade do Brasil



E-COMMERCE
Foto: divulgação)

e demandas dos mercados internacionais, é possível identificar novas oportunidades para as exportações brasileiras e avaliar o posicionamento estratégico por mercados de produtos já exportados. Ou seja, obter informações valiosas sobre mercado, concorrência e clientes, que orientam a tomada de decisões estratégicas e a implementação de ações mais eficazes.

Navegando na ferramenta digital, o usuário pode identificar oportunidades de exportação para o mercado chinês, com acesso a dados de exportações brasileiras e de importações chinesas – desagregados para 31 subdivisões do território da China. A partir daí, identificam-se oportunidades para uma grande variedade de produtos e setores. A plataforma traz, inclusive, dados por estado americano, além de filtros por setor. Na África, algumas das maiores economias do continente fazem parte do portfólio, como Tanzânia, República Democrática do Congo e Sudão. O mesmo serve para América do Sul, América do Norte, América Central e Caribe, Europa, África, Ásia (até mesmo

o Oriente Médio) e Oceania. Para que se perceba a variedade de oportunidades, os destinos que devem apresentar recorde nas exportações são – além, claro, da China – México, Indonésia, Vietnã, Argélia e Polônia.

O mapa identifica e compara os tamanhos dos mercados, sua classificação estratégica para o posicionamento das vendas (“Abertura”, “Consolidação”, “Manutenção”, “Recuperação”), as exportações brasileiras por destino, o principal concorrente no mercado, as barreiras tarifárias e não tarifárias, entre outros aspectos. Empresas em estágios iniciais do processo de exportação podem concentrar seus esforços em países classificados como “Manutenção” ou “Consolidação”, por exemplo. São países em que o produto brasileiro já tem entrada e não está perdendo espaço para os concorrentes.

Vale ressaltar que os mercados considerados prioritários para as exportações brasileiras de produtos são extensíveis também às exportações de serviços brasileiros, uma vez que a metodologia aplicada leva em conta variá-

veis macroeconômicas e aponta para grandes mercados consumidores que estão entre os principais parceiros do país no comércio exterior.

Em um mundo tão conectado como o de hoje, o Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras é um verdadeiro achado. Afinal, qualquer empresa pode ter acesso, em poucos minutos, a informações qualificadas sobre o mercado internacional para seus produtos, o que contribui para aprimorar a economicidade e o planejamento de exportação da empresa. A ferramenta também permite fazer o download dos dados. Em tempo, o Mapa de Oportunidades foi reconhecido pelo International Trade Centre, entidade internacional que promove a internacionalização de pequenas e médias empresas, como um dos 20 destaques mundiais de respostas digitais à pandemia de covid-19.

Saiba mais em
www.apexbrasil.com.br

O FUTURO DA EXPORTAÇÃO ESTÁ NO E-COMMERCE

Diante de projeções de crescimento de US\$ 1,4 trilhão no comércio eletrônico global, a ApexBrasil investe em programas de e-commerce para impulsionar as exportações no país

Em uma realidade em que 62% da população mundial – ou seja, 4,9 bilhões de pessoas – está conectada à internet, é difícil imaginar uma forma essencial de consumir que não seja online – cada vez mais prioritariamente. De acordo com as projeções da Euromonitor, empresa inglesa especializada em pesquisa de mercado, o comércio eletrônico varejista deve alcançar a marca de US\$ 1,4 trilhão dentro de três anos – e mais de 64% dessas oportunidades virão de mercados emergentes, como

o Brasil. Outra previsão é que, em 2027, o consumo online de bens e serviços ultrapasse US\$ 16 trilhões, em um mundo no qual as gerações Z (nascidos entre 1995 e 2009) e alfa (nascidos entre 2010 e 2014) ditarão cada vez mais os padrões de consumo.

Entre as principais tendências de perfis de consumo para o mercado online, estão: poupadores digitais, criação colaborativa com o público via redes sociais, e-customização, gamificação e compras sensoriais (visualização de produtos por meio de vídeos e visualização personificada).



GASTOS TOTAIS NO VAREJO E-COMMERCE DE BENS NO BRASIL EM 2022

bebidas e tabaco

(56,3%)

alimentos

(44,9%)

saúde e beleza

(33,3%)

moda

(28,6%)

produtos para casa

(25%)

eletroeletrônicos

(17,9%)

Diante desse cenário, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) acredita que estimular o e-commerce será determinante na promoção das exportações brasileiras. A ideia é auxiliar os empreendedores que querem atuar nesse gigantesco universo do comércio online, em que operam grandes e médias corporações e há excelentes oportunidades para pequenos empreendedores. As micro e pequenas empresas também podem operar com quantidades menores para consumidores em outros países, fazendo uso de serviços logísticos especializados que simplificam e desburocrizam o processo de exportação. Uma coisa é certa: quando uma empresa exportadora aposta no e-commerce, independentemente de seu tamanho, ela ganha mais autonomia para realizar vendas, seja por meio do próprio site, das redes sociais ou de plataformas especializadas.

Para o gerente de Inteligência de Mercado da ApexBrasil, Igor Celeste, o e-commerce internacional é uma janela de oportunidade para quem busca expandir seus negócios pelo mundo, principalmente no que se refere às pequenas e médias empresas brasileiras, "que devem levar em consideração não só a inovação nos formatos de vendas para atingir novos mercados, mas também as necessidades dos consumidores digitais que focam cada vez mais no consumo consciente e sustentável".

Desse modo, a ApexBrasil vem desenvolvendo uma série de ações para auxiliar os empreendedores que querem se inserir no e-commerce internacional. Um exemplo é o Programa e-Xport, que, desde 2017, atua com o objetivo de fortalecer a presença digital das empresas brasileiras no mundo, seja por meio de operação própria ou utilizando a estrutura dos marketplaces globais. Com isso, a Agência atua por meio de parcerias para levar o seu negócio ao ambiente online internacional, promovendo programas de acelera-

ção de negócios em plataformas de e-commerce internacionais, eventos com especialistas, entre outras ações listadas abaixo.

AUTODIAGNÓSTICO DE E-COMMERCE

Ferramenta inovadora gratuita, de inteligência artificial, que auxilia empresas brasileiras no mapeamento de suas competências e na identificação de oportunidades no mercado global. Totalmente automatizada, funciona como uma conversa em um chatbot. De acordo com as respostas do usuário, serão sugeridos os serviços adequados para o aperfeiçoamento das suas vendas online internacionais. A indicação é instantânea, com os links de inscrição para programas específicos da ApexBrasil. Conheça mais em apexbrasil.com.br/diagnosticoecommerce

ACELERAÇÃO EM NEGÓCIOS DIGITAIS

Programas desenvolvidos em parceria com outras instituições públicas, como o Projeto Aterrissagem com Foco em E-Commerce, com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), que apoia e prepara empreendedores rurais para a exportação por meio do comércio eletrônico, ou ainda o Programa Mulheres Globais, com a Confederação Nacional da Indústria (CNI), em que empresárias recebem apoio para elaborar um plano de e-commerce internacional. Os programas de aceleração também contemplam plataformas de marketplaces, como Amazon, eBay, Alibaba.com e outras, com ações de preparação e de facilitação de negócios para promover exportações de empresas brasileiras utilizando essas plataformas de e-commerce internacional.



Painel "Mulheres no e-commerce" durante o e-Xport Meeting 2023
Foto: divulgação ApexBrasil

BRASIL EXPORTAÇÃO

A plataforma, que pode ser acessada pelo site braexp.com.br, é uma comunidade digital de acesso gratuito que integra todos os passos de uma empresa no processo de exportar. Sua proposta é conectar, de forma rápida e fácil, empresários a prestadores de serviços de comércio exterior. A meta é incentivar as exportações brasileiras de micro, pequenas e médias empresas promovendo impacto social e econômico.

E-XPORT

O programa tem como objetivo auxiliar empresas brasileiras, de todos os portes e setores, a conhecer as possibilidades de utilização de ferramentas digitais para iniciar ou incrementar seus

negócios internacionais. Por meio de cursos, oficinas, atendimentos e missões de imersão, as empresas exportadoras poderão ter acesso a informações sobre e-commerce (comércio eletrônico) nos negócios internacionais, desde a importância da inclusão das estratégias digitais até a seleção das ferramentas mais adequadas para seu negócio. As empresas poderão, ainda, participar de ações de promoção de negócios em mercados selecionados.

E-XPORT MEETING

O encontro anual sobre e-commerce internacional realizado pela ApexBrasil já soma quatro edições. O evento foi criado para conectar as empresas brasileiras aos maiores especialistas em e-commerce do mundo, trazendo tecnologias, tendências e melhores

práticas para que empresários brasileiros possam conquistar novos mercados. Em 2023, os conteúdos do E-Xport Meeting foram transmitidos ao vivo pelo Zoom.

MARKETING INTERNACIONAL DIGITAL

Curso EAD desenvolvido em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), direcionado para favorecer a aceleração do processo de internacionalização, por meio de um Plano de Marketing Internacional Digital (reconhecimento de oportunidades e ameaças no mercado externo, análise de mercado, de posicionamento, de proposta de valor, de vantagem competitiva, bem como dos pontos fortes e fracos das empresas, suas ofertas e sua marca).



apexBrasil 

MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES
EXTERIORES

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO