

EXPORTA BRASIL

#3
FEV • 2026

PRESTAÇÃO
DE CONTAS
2025

apexBrasil

BRASIL SOBERANO E ABERTO AO DIÁLOGO COM O MUNDO

Em 2025, o país ampliou sua presença internacional com o apoio da ApexBrasil, fortalecendo investimentos, diversificando mercados e reafirmando sua credibilidade no cenário mundial.





**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

Fernanda Cornils Monteiro Benevides
Coordenadora de Comunicação

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

Redação:
Equipe in.Pacto Comunicação (Adriana Reis, Graziella Nunes, Lorena Quintas, Ricardo Miranda, Viviane Danin);
Equipe de Comunicação da ApexBrasil (Anna Emília Arend, Bernardo Torelly, Maria Eduarda Silva Carvalho, Nayara Silveira, Paula Roberta da Silva Souza); estagiários da ApexBrasil (Gabriel Borges Oliveira; Henrique Gomes Caichiolo; Isabela Britto; Luisa Helena Menezes)

Edição:
Equipe de Comunicação ApexBrasil
in.Pacto Comunicação

Projeto gráfico/diagramação:
in.Pacto Comunicação (Vanessa Farias)

ApexBrasil / Sede:
SGAS 903, Lote 80
Asa Sul – Brasília-DF – CEP 70.390-030
Telefone: +55 (61) 2027 – 0202
WhatsApp: +55 (61) 2027-0202
E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

ACESSE NOSSAS REDES SOCIAIS

 @apexbrasil

 /apexbrasil

 /apexbrasil

 @apex_brasil

 @ApexBrasil

 @ApexBrasil

apexbrasil.com.br

O ANO EM QUE DEMOS A VOLTA POR CIMA

Não foi fácil. Em 2025, tivemos que superar enormes desafios decorrentes da conjuntura internacional, mas demos a volta por cima e chegamos vitoriosos a 2026. Sob a liderança do presidente Lula, o Brasil enfrentou com altivez o tarifaço e reafirmou sua soberania perante o mundo. Exportamos mais e tivemos ótimos resultados na atração de investimentos. A ApexBrasil trabalhou muito nessas conquistas, em ações que você vai conhecer melhor nas páginas que seguem.

Percorremos o globo em missões que contribuíram para um crescimento de 3,5% nas exportações em 2025, que chegaram a US\$ 348,7 bilhões – apesar do tarifaço. O Brasil elevou seu fluxo de comércio em 5,7%, enquanto o comércio global tem uma projeção de crescimento de 2,4%. No atual governo, de 2023 a 2025, nosso país alcançou a marca de US\$ 1 trilhão em exportações. E abriu mais de 500 mercados internacionais.

A Agência continua batendo recordes: aumentou de 20 mil, em 2024, para mais de 23 mil o número de empresas atendidas. Um resultado que diz muito sobre as ações e programas da ApexBrasil: 66% dessas empresas são micro, pequenas e médias; 22% possuem liderança feminina; e 20% são oriundas das regiões Norte e Nordeste. E quase 60% do que o Brasil exporta passou por empresas atendidas por nós.

O Exporta Mais Brasil, programa que traz compradores estrangeiros para rodadas de negociação com empreendedores brasileiros, apresentou números robustos. Nas 41 edições realizadas em 26 estados desde 2023, tivemos a participação de 1.413 empresas e 441 compradores internacionais. Ao todo, foram 8.387 reuniões e quase R\$ 1 bilhão em negócios gerados.

O ano de 2025 foi marcado ainda por eventos de grande relevância para a imagem do Brasil. A ApexBrasil foi responsável pelo pavilhão brasileiro na Expo Osaka, um grande evento realizado a cada cinco anos com a presença de países do mundo todo para apresentar inovações, cultura e soluções para os desafios globais. De abril a outubro, mais de 1,5 milhão de visitantes foram ao espaço brasileiro, idealizado pela diretora Bia Lessa, que destacou nossa identidade cultural, visão de futuro e temas de sustentabilidade. A criatividade do pavilhão foi premiada pela Expo com a medalha silver na categoria Conceito.

Os fóruns empresariais organizados pela Apex nas missões internacionais presidenciais e vice-presidenciais também foram decisivos para a conquista de mais espaços no comércio exterior. De 2023 a 2025, foram 24 (19 com Lula e 5 com Alckmin), reunindo mais de 8 mil empresários. Além disso, encerramos o ciclo de encontros com Secretários de Comércio e de Tecnologia e com Adidos

Agrícolas das embaixadas brasileiras. Com essa troca de informações, aprimoramos o mapa das oportunidades para empresas brasileiras no exterior.

Acompanhando o crescimento das exportações, a Apex abriu novos escritórios na Bahia e no Mato Grosso, essenciais para estar mais perto de quem quer nosso apoio para exportar. O próximo será em Belo Horizonte. Em Brasília, realizamos finalmente o sonho de ter uma sede própria. Já estamos em atividade no novo prédio, uma construção sustentável e, principalmente, um presente para a cidade: temos um auditório/teatro aberto a espetáculos e estamos montando o Espaço Cultural Sebastião Salgado para exposições.

Esta revista será pequena para mostrar tudo o que fizemos nesse extraordinário 2025 de desafios enfrentados e vencidos. Agradeço a todos que estiveram ao nosso lado nessa travessia. Ao presidente Lula e ao vice-presidente e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, pelo apoio e confiança. Ao MAPA, ao MRE e ao Sebrae, pela parceria fraterna e generosa. Por fim, minha homenagem ao nosso Time Apex, que jogou unido, comprometido e garantiu a vitória no jogo.

JORGE VIANA
Presidente da ApexBrasil



“Se tem uma coisa que eu tenho orgulho é de ter criado a Apex, em 2023. O resultado foi excepcional. Quero dar parabéns ao corpo de funcionários e à direção da Agência. Sinto muito orgulho por essa história dos mais de 500 novos mercados, e a gente pode muito mais. Temos que trabalhar mais, melhorar nossos produtos, porque não existe ninguém capaz de competir com a fartura de possibilidades que o Brasil tem. A gente produz para atender o mercado interno e produz tão bem que consegue atender às necessidades do mercado externo. Essa é a coisa mais perfeita que poderia acontecer.”

Luiz Inácio Lula da Silva,
Presidente da República



“Não há país que tenha crescido de forma forte e duradoura sem priorizar o comércio exterior. O comércio exterior é emprego e renda. Muitas empresas não sobrevivem apenas com o mercado interno. Muitas atividades precisam da exportação para ganhar escala e competitividade. Ao mesmo tempo, ela permite que pequenas empresas cresçam. Por isso, o foco no comércio exterior é fundamental e esse é o trabalho da Apex: promover os produtos brasileiros e atrair investimentos para o Brasil.”

Geraldo Alckmin,
Vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços



“Vivenciamos hoje um contexto de graves tensões geopolíticas e de crises múltiplas – de governança global, de comércio internacional, de crise climática e de segurança. A busca do diálogo e do entendimento nos temas de caráter econômico e comercial não podem prescindir de uma conversa séria e consequente sobre comércio, que deve ser feita com base em dados concretos e na realidade dos fatos. Sem jamais abrir mão da disposição para o diálogo naquilo que não confrontar com a nossa soberania.”

Embaixador Mauro Vieira,
Ministro das Relações Exteriores



“O trabalho da ApexBrasil tem sido um sucesso neste governo. Com a presença da Agência, estreitamos ainda mais as relações do Brasil com o mundo, impulsionando a agropecuária e a agroindústria. Em 2023, o presidente Lula colocou como meta abrir 200 novos mercados e restabelecer boas relações diplomáticas. E agora, três anos depois, chegamos a 500. Cada abertura traz mais renda para o campo, mais oportunidade para quem produz e mais reconhecimento para os nossos produtos.”

Carlos Fávaro,
Ministro da Agricultura e Pecuária

SUMÁRIO



- .06 RETRATO DO COMÉRCIO EXTERIOR
- .10 APEXBRASIL EM NÚMEROS
- .18 CONQUISTANDO O MUNDO COM INTELIGÊNCIA
- .22 EXPO OSAKA 2025
- .26 PROGRAMAS QUE LEVAM O BRASIL PARA O MUNDO
- .40 SOCIOBIOECONOMIA EM ALTA
- .44 MARCOS HISTÓRICOS PARA O AGRO
- .53 TARIFAÇÃO: TRANSFORMANDO A CRISE EM OPORTUNIDADE
- .58 UNIDOS PARA IR MAIS LONGE
- .61 DIPLOMACIA COMERCIAL E ECONÔMICA NA PRÁTICA
- .74 INVESTIMENTOS E PARCERIAS ESTRATÉGICAS
- .80 CONTEÚDOS QUE TRANSFORMAM NEGÓCIOS
- .83 MULHERES EXPORTADORAS
- .88 BRASIL NO E-COMMERCE GLOBAL
- .91 INDÚSTRIAS E SERVIÇOS DO BRASIL PARA O MUNDO
- .100 OS MELHORES DO COMÉRCIO INTERNACIONAL
- .104 APEXBRASIL DE CASA PRÓPRIA

RECORDES 2025: BRASIL PARA O MUNDO

Exportações

US\$ 348,7 bilhões

(+3,5%; +US\$ 11,6 bi), **maior valor da série histórica já registrado.**

Importações

US\$ 280,4 bilhões /

(+6,7%; +US\$ 17,5 bi), **maior valor da série histórica já registrado.**

Fluxo

US\$ 629,1 bilhões

(+4,9%; +US\$ 29,1 bi), **maior valor da série histórica já registrado.**

Saldo

US\$ 68,3 bilhões

(-7,9%; -US\$ 5,9 bi), **terceiro maior valor da série histórica já registrado.**

BRASIL CONSOLIDA DESEMPENHO RECORDE NO COMÉRCIO EXTERIOR

Em 2025, o Brasil bateu recordes na corrente de comércio, que alcançou US\$ 629,1 bilhões, e nas exportações, que somaram US\$ 348,7 bilhões. A balança comercial registrou ainda superávit de US\$ 68,3 bilhões

O comércio exterior foi central na estratégia do governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2025 e elemento-chave para o protagonismo do Brasil no cenário global. Mesmo em um contexto internacional marcado por instabilidades, como o “tarifaço” imposto pelos Estados Unidos e tensões geopolíticas, o país encerrou o ano com recorde de US\$ 629,1 bilhões na corrente de comércio internacional, o maior valor já registrado na série histórica, segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

As exportações alcançaram US\$ 348,7 bilhões. O resultado superou em US\$ 9 bilhões o recorde anteriormente registrado em 2023. As importações brasileiras também atingiram patamar recorde em 2025, totalizando US\$ 280,4 bilhões. O superávit da balança comercial encerrou o ano em US\$ 68,3 bilhões, consolidando-se como o terceiro maior já alcançado pelo país.

“Em meio às dificuldades geopolíticas, conseguimos conquistar novos mercados e ampliar os que já tínhamos”, afirmou o vice-presidente e Ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Geraldo Alckmin. “O resultado reflete também o conjunto de programas e ações do governo do presidente Lula para aumentar a produtividade e a competitividade de nossas empresas no exterior, sobretudo com a Nova Indústria Brasil (NIB) e com o Plano Brasil Soberano”.

“O volume das exportações brasileiras cresceu 6,3% no ano passado, mais que o dobro do previsto para o mercado global, que foi de 2,4%. Em valores, o crescimento foi de 3,5% num ano que não foi tão fácil. Mesmo com o tarifaço, o Brasil quebrou recorde.”

Para o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, este resultado reafirma a capacidade do país de ampliar sua presença internacional, conquistar novos mercados e fortalecer a competitividade das empresas brasileiras no exterior. “O volume das exportações brasileiras cresceu 6,3% no ano passado, mais que o dobro do previsto para o mercado global, que foi de 2,4%. Em valores, o crescimento foi de 3,5% num ano que não foi tão fácil. Mesmo com o tarifaço, o Brasil quebrou recorde”, comemorou o presidente da ApexBrasil.

O crescimento de 6,3% no volume das exportações em relação a 2024 é mais do que o dobro do previsto pela Organização Mundial do Comércio (OMC) para o crescimento global em 2025, estimado em 2,4%.

JORGE VIANA,
presidente da ApexBrasil

Ao longo de 2025, mais de 40 mercados registraram recordes de compras de produtos brasileiros, com destaque para países como Canadá, Índia, Turquia, Paraguai, Uruguai, Suíça, Paquistão e Noruega, evidenciando o avanço da diversificação da pauta exportadora brasileira para além dos destinos tradicionais, como China, Estados Unidos e Argentina.

Segundo o presidente da ApexBrasil, esses indicadores refletem um comércio exterior mais dinâmico e integrado às cadeias globais de valor, ao mesmo tempo em que demonstram a importância do fortalecimento das exportações como vetor de crescimento econômico sustentável.

“São números muito positivos, que nos estimulam a seguir trabalhando com ainda mais dedicação. Esse resultado é fruto do esforço conjunto do governo federal, do presidente Lula, do vice-presidente Alckmin, do Itamaraty, do Ministério da Agricultura e da Apex”, reforçou.

Em 2025, o país alcançou o marco de 525 mercados abertos em mais de 80 países desde o início do terceiro mandato do presidente Lula (leia mais na página 44) e registrou o maior volume de Investimento Estrangeiro Direto (IED) dos últimos dez anos, com US\$ 84,2 bilhões entre janeiro e novembro de 2025 (leia mais na página 74). Esses resultados são reflexo de um conjunto de ações coordenadas adotadas ao longo do período entre 2023 e 2025, entre as quais se destaca a realização de missões empresariais com a presença do presidente da República e do vice-presidente (leia mais na página 58), iniciativa que fortaleceu a imagem do Brasil como parceiro confiável e ampliou as oportunidades para empresas brasileiras no exterior.

Com o desempenho histórico em 2025, o Brasil consolida sua relevância no comércio internacional e reforça as bases para a expansão das exportações e atração de investimentos nos próximos anos, contribuindo para o desenvolvimento econômico, a geração de empregos e o fortalecimento da inserção do país na economia global. Na avaliação de Jorge Viana as previsões para 2026 são ainda melhores. “O Brasil pode ter um fluxo de comércio próximo de US\$ 700 bilhões, com crescimento nas exportações e, obviamente, uma presença maior no comércio internacional”, afirmou.

DESTAQUES DAS EXPORTAÇÕES POR SETOR

(valor e crescimento 2024-2025)



Indústria de transformação

US\$ 188,7 bilhões

↑ +3,8%

(carne bovina, suína, alumina, veículos automotivos, máquinas e aparelhos elétricos)



Indústria extrativa

US\$ 80,4 bilhões

↓ - 0,7%

(petróleo bruto, minérios de ferro e gás natural)



Agropecuária

US\$ 77,6 bilhões

↑ +7,1%

(soja, café não torrado, milho e algodão)

DESTAQUES DOS PRINCIPAIS DESTINOS DAS EXPORTAÇÕES

(valor e crescimento 2024-2025)



China

US\$ 100 bilhões

(↑ +6,0%)



União Europeia

US\$ 49,8 bilhões

(↑ +3,2%)



EUA

US\$ 37,7 bilhões

(↓ -6,6%)



Argentina

US\$ 18,1 bilhões

(↑ +31,4%)



Argentina

US\$ 18,1 bi

+31,4%
+US\$ 4,3 bi



Reino Unido

US\$ 4 bi

+30,5%
+US\$ 941,3 mi



Índia

US\$ 6,9 bi

+30,2%
+US\$ 1,6 bi



Itália

US\$ 5,4 bi

+20,4%
+US\$ 912,4 mi



Canadá

US\$ 7,3 bi

+14,8%
+US\$ 937,2 mi



Alemanha

US\$ 6,5 bi

+11,7%
+US\$ 683,5 mi



China

US\$ 100 bi

+6%
+US\$ 5,6 bi

DESTAQUES DOS PRINCIPAIS AUMENTOS PERCENTUAIS POR DESTINO

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS EM 2025



Ouro não monetário

+66,1%



Carne bovina

+42,5%



Veículos automotivos

+37,3%



Café não torrado

+31,1%



Minério de cobre

+20,5%



Ferro-gusa

+7,9%



Milho

+5%



Soja

+1,4%

APEXBRASIL EM NÚMEROS



Recorde de **23.386 empresas** apoiadas em 2025.

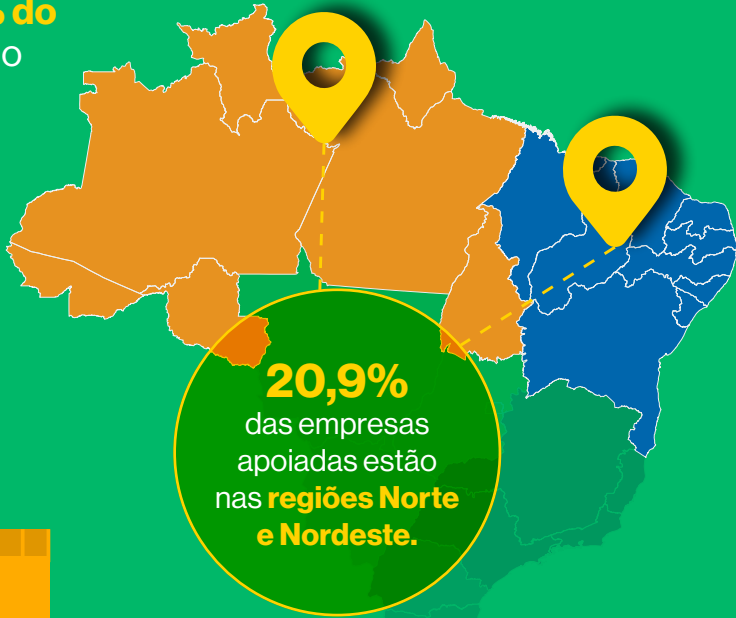
US\$ 153,2 bilhões exportados por empresas apoiadas pela ApexBrasil, representando **44% do total exportado** pelo Brasil no período.



↑ +8,2% de crescimento no atendimento a **empresas de micro e pequeno porte (MPEs)**.



↑ +29,4% de aumento no atendimento de **empresas lideradas por mulheres** por meio do programa MNI.



20,9% das empresas apoiadas estão nas **regiões Norte e Nordeste**.

4.859 empresas apoiadas exportaram. **↑ 4,6%** de crescimento em relação a 2024.

14 edições do programa **Exporta Mais Brasil** que geraram **R\$ 386,7 milhões** em negócios.

380 empresas brasileiras exportadoras participaram de **32 feiras internacionais** com o apoio da Agência.

69 projetos de investimento anunciados no Brasil com o apoio da Agência, totalizando **US\$ 9,92 bilhões**.

Um total de **365 atendimentos** a investidores.

EXPORTAÇÃO

APEXBRASIL FECHA 2025 COM NÚMEROS RECORDES

Agência alcança marco histórico de 23.386 empresas atendidas, sendo a maioria MPEs. Exportadoras apoiadas responderam por 44% das exportações do país

A ApexBrasil encerrou 2025 com resultados históricos, consolidando seu papel estratégico na inserção internacional das empresas brasileiras. Ao longo do ano, a Agência apoiou 23.386 empresas, um crescimento de 13,5% em relação a 2024, das quais mais da metade (51,7%) são micro e pequenas empresas (MPEs).

Do total de empresas apoiadas pela Agência, 4.859 exportaram a soma de US\$ 153,2 bilhões, o equivalente a 44% de tudo o que o Brasil exportou em 2025. O país fechou o ano com US\$ 348,7 bilhões em exportações, dentro de uma corrente de comércio recorde de US\$ 629,1 bilhões, o maior valor da série histórica, com superávit de US\$ 68,3 bilhões.

“Esses resultados mostram que a política de promoção comercial e atração de investimentos está chegando a mais empresas, em mais regiões do país, com impacto direto na competitividade da economia brasileira”, destacou o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana.

Empreendedoras de micro, pequenas e médias empresas do setor de moda participam do programa Jornada Exportadora em Miami (EUA), organizado pela ApexBrasil





Compradora internacional analisa artesanato amazônico durante rodada de negócios do programa Exporta Mais Amazônia, em Rio Branco (AC)



Compradores internacionais visitam produção de melão em Mossoró (RN) durante edição do programa Exporta Mais Brasil que movimentou US\$ 6 milhões em negócios

MAIS EMPRESAS, MAIS INCLUSÃO E MAIS REGIÕES ATENDIDAS

Das 23.386 empresas apoiadas em 2025, 12.828 participaram de ações da ApexBrasil como novos clientes, o que representa 54,9% do total de atendidas no ano. As micro e pequenas empresas apoiadas somaram 12.084, um crescimento de 8,2% em relação ao ano anterior, reforçando o foco da Agência na base do tecido produtivo nacional.

A agenda de inclusão também avançou de forma consistente. O número de empresas lideradas por mulheres chegou a 5.244, alta de 29,4% em comparação a 2024, resultado direto das ações do programa Mulheres e Negócios Internacionais (MNI). Já a estratégia de interiorização ampliou o alcance da Agência nas regiões Norte e Nordeste, que concentraram 4.892 empresas apoiadas, crescimento de 20,9% na comparação com o período anterior.

“Os resultados de 2025 demonstram a efetividade da estratégia da ApexBrasil de ampliar o acesso das empresas brasileiras ao comércio internacional, com foco especial nas micro e pequenas empresas, na diversificação de mercados e no fortalecimento da competitividade. Ao apoiar mais de 23 mil empresas e contribuir para quase metade das exportações do país, a Agência consolida seu papel como parceira estratégica do setor produtivo”, destaca a diretora de Negócios da Agência, Ana Paula Repezza.

PROGRAMA DE DESTAQUE

O programa Exporta Mais Brasil teve papel central nesse desempenho, com 14 edições realizadas em 2025, em todas as regiões do país, conectando 688 empresas brasileiras a 166 compradores internacionais de 52 países, com expectativa de negócios de R\$ 386,7 milhões. (Leia mais sobre o Exporta Mais Brasil na página 36)

Desde 2023, início do governo Lula, o programa realizou 42 edições, com 1.563 empresas participantes e 471 compradores internacionais de 76 países. No acumulado, as expectativas de negócios gerados somam mais de R\$ 940 milhões.

Para 2026, a ApexBrasil planeja realizar 85 novas edições do programa que tem como diferencial trazer potenciais compradores de diferentes países ao Brasil para fazer negócios diretos com produtores locais.

“O programa Exporta Mais Brasil é o encontro perfeito entre quem quer comprar com quem está pronto para vender. Os números mostram que, em pouco tempo, o programa fez muito e fará ainda mais em 2026. São milhares de portas abertas para nossos empreendedores.”

JORGE VIANA,
presidente da ApexBrasil

Rodada de negócios do programa Exporta Mais Brasil voltado para o setor de Tecnologia da Informação (TIC), em Brasília-DF



FEIRAS INTERNACIONAIS

Ao longo de 2025, a Agência intensificou sua atuação no apoio à internacionalização viabilizando a participação das empresas brasileiras em 32 feiras internacionais de relevância estratégica. Ao todo, mais de 380 empresas exportadoras estiveram presentes em alguns dos principais eventos globais de seus setores, com destaque para as feiras voltadas ao agronegócio, alimentos e bebidas. As iniciativas conduzidas pela Agência possibilitaram o atendimento e a prospecção de 3.605 compradores internacionais, provenientes de 113 países. Estas conexões foram construídas em conjunto com os escritórios e representações da ApexBrasil no exterior num esforço integrado para ampliar as oportunidades comerciais e abrir novos mercados.

Estande da ApexBrasil na Offshore Technology Conference (OTC) 2025, nos Estados Unidos



Participar das feiras internacionais com o apoio da Agência é uma oportunidade estratégica para quem deseja promover seus produtos em mercados globais, ter contato direto com compradores internacionais, além de conhecer tendências e abrir o leque de oportunidades para novos negócios.



Estande brasileiro na Gulf Food 2025, a maior feira de alimentos e bebidas do Oriente Médio



Lançamento do escritório da ApexBrasil em Salvador

PRESENÇA EXPANDIDA

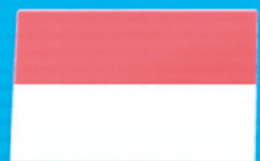
Outro avanço importante foi a expansão da presença da ApexBrasil em territórios nacionais e internacionais. No Brasil, a Agência passou de 5 para 8 escritórios, além de inaugurar uma nova estrutura em São Paulo (SP). Em 2025, foram abertos novos espaços em Mato Grosso (MT) e Bahia (BA). Para 2026, está prevista a inauguração de novo espaço em Minas Gerais (MG).

Já além das fronteiras, a expansão foi de 10 para 19 escritórios novos. No ano passado, foram inaugurados espaços de trabalho da Agência em Nova York, Washington, Lisboa, ASEAN, Nigéria, África Oriental e Shenzhen. Estão em processo de inauguração escritórios em Nova Deli e América Central e Caribe.

“O desempenho alcançado em 2025 reflete não apenas a expansão das ações da ApexBrasil, mas também o fortalecimento da sua governança, da gestão eficiente dos recursos e da capacidade de execução da Agência. Esses avanços criam uma base sólida para 2026, ano em que a ApexBrasil estará ainda mais preparada para apoiar a internacionalização das empresas, ampliar a atração de investimentos e responder aos desafios de um cenário global cada vez mais competitivo.”

FLORIANO PESARO,
diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil

INDONESIA-BRAZIL BUSINESS FORUM



FÓRUM EMPRESARIAL INDONÉSIA-BRASIL

apexBrasil

MINISTRY OF
FOREIGN
AFFAIRS

MINISTRY OF
DEVELOPMENT,
INDUSTRY, TRADE
AND SERVICES

BRAZILIAN GOVERNMENT
BRASIL
STANDING WITH THE BRAZILIAN PEOPLE



MINISTRY OF INVESTMENT AND DOWNSTREAM INDUSTRY/
INDONESIA INVESTMENT COORDINATING BOARD



Fórum Empresarial Indonésia-Brasil realizado na ocasião da missão presidencial ao país asiático em 2025

MISSÕES PRESIDENCIAIS E VICE-PRESIDENCIAIS

Entre 2023 e 2025, a ApexBrasil realizou, ao lado de parceiros, 19 missões presidenciais e cinco vice-presidenciais, que reuniram mais de 8 mil empresários brasileiros e estrangeiros em fóruns de negócios e encontros bilaterais em diferentes regiões do globo. As iniciativas percorreram países estratégicos da América Latina, América do Norte, Ásia, Europa, Oriente Médio e África, onde foram assinados mais de 30 instrumentos de cooperação e anunciados mais de R\$ 237 bilhões em atração de investimentos. Um resultado marcante, fruto do fortalecimento da confiança internacional no Brasil e dos esforços técnicos da ApexBrasil em estreita articulação com o governo federal.

Somente em 2025, foram 10 missões – sendo sete presidenciais e três vice-presidenciais –, além das missões lideradas pela própria ApexBrasil. Ao longo do ano, o Brasil se fez presente em países como Japão, Vietnã, China, França, Nigéria, México, Indonésia, Malásia, Moçambique e outros. Essas missões reforçaram a imagem do país como um parceiro confiável, aberto à cooperação, ao diálogo e comprometido com o crescimento compartilhado. (Leia mais sobre as Missões Internacionais da ApexBrasil na página 61).

INVESTIMENTOS

Na atração de investimentos, a ApexBrasil apoiou 69 projetos em 2025, totalizando US\$ 9,92 bilhões em anúncios, com destaque para os setores de serviços financeiros, infraestrutura, energia renovável, petróleo e gás e agronegócios. Ao longo do ano, 365 investidores em atendimento, número 30% superior à meta estabelecida.

Os projetos apoiados apresentaram distribuição em todas as regiões do país, reforçando o alcance nacional da atuação da ApexBrasil. Em 2025, os setores com maior número de projetos anunciados foram serviços financeiros, com oito projetos, seguidos por infraestrutura (sete), energia renovável (seis), petróleo e gás (cinco) e agronegócios (quatro). (Saiba mais sobre as ações da ApexBrasil com foco em atração de investimentos na página 74).



Presidente Jorge Viana, diretora de Negócios, Ana Paula Repezza, e diretor de Gestão Corporativa, Floriano Pesaro, no evento de Premiação dos Melhores dos Negócios Internacionais 2025, em São Paulo

PERSPECTIVAS PARA 2026

Para 2026, a ApexBrasil projeta a ampliação de sua atuação com foco na consolidação dos avanços alcançados e na abertura de novas oportunidades para as empresas brasileiras no comércio internacional. A Agência seguirá fortalecendo seus programas de qualificação, promoção comercial e atração de investimentos, ampliando mercados, diversificando destinos e aprofundando a presença internacional do Brasil. Nesse contexto, a ApexBrasil reafirma seu propósito de capacitar, preparar, orientar e conectar as empresas brasileiras aos compradores internacionais, contribuindo para uma inserção externa cada vez mais competitiva, sustentável e inclusiva.

CONQUISTANDO O MUNDO COM INTELIGÊNCIA

Em 2025, a área de Inteligência da ApexBrasil intensificou sua produção e ampliou o número de publicações que apoiam decisões estratégicas no comércio internacional

Para acessar mercados globais, informação qualificada é decisiva. Escolher destinos de exportação, identificar oportunidades e superar barreiras regulatórias exige conhecimento estruturado e dados confiáveis. Por isso, a ApexBrasil investe continuamente na produção e atualização de estudos de mercado, criando um panorama detalhado do comércio internacional para apoiar empresas que buscam expandir seus negócios. A iniciativa fortalece tomadas de decisões e aumenta a precisão das estratégias de exportação.

Gustavo Ribeiro, gerente de Inteligência de Mercado da ApexBrasil, apresenta estudo comercial entre Brasil e Canadá, durante missão empresarial ao país, liderada pela ApexBrasil



“A Inteligência de Mercado é um dos principais pilares do apoio que a ApexBrasil oferece às empresas brasileiras. Ao transformar dados em conhecimento estratégico, conseguimos reduzir riscos, identificar oportunidades reais e orientar decisões mais assertivas de internacionalização. Nosso papel é apoiar as empresas com informação qualificada, análises setoriais e leitura de tendências globais, para que elas cheguem aos mercados externos mais preparadas, competitivas e sustentáveis.”

GUSTAVO RIBEIRO,
gerente de Inteligência de Mercado da ApexBrasil

Para a produção e atualização desses materiais, a equipe de Inteligência de Mercado da Agência realiza visitas técnicas aos mercados e utiliza bases de dados confiáveis para produzir informações sobre macroeconomia, setores econômicos, investimentos estrangeiros, comércio exterior e acesso a mercados.

Entre os materiais produzidos estão o Mapa de Oportunidades, os Perfis de Comércio e Investimento de diferentes países e blocos, webséries, entre outros. Os conteúdos apresentam análises com indicadores de desempenho econômico, ambiente de negócios, perfil do consumidor, concorrência, regulações e barreiras tarifárias, formando uma radiografia completa do cenário global e orientando a atuação das empresas brasileiras no exterior.

Uma das publicações de destaque da área de Inteligência da ApexBrasil em 2025 foi o estudo ‘Diversificação de Mercados por Estados Brasileiros’, que analisou o impacto das tarifas impostas pelos Estados Unidos às exportações do Brasil. A publicação fez parte do esforço da Agência no apoio às empresas afetadas na ocasião do tarifaço e apresentou alternativas de mercados para os produtos mais afetados. Saiba mais sobre as ações da Agência no contexto do tarifaço na página 53.



Clique e acesse

MAPA DE OPORTUNIDADES: MAIS DE 45 MIL POSSIBILIDADES DE NEGÓCIOS IDENTIFICADAS EM 175 PAÍSES

Criada em 2015 e atualizada anualmente, o Mapa de Oportunidades é uma ferramenta de Inteligência que apresenta, atualmente, 45 mil oportunidades de exportação para produtos brasileiros, em 175 países. Segundo Gustavo Ribeiro, gerente de Inteligência de Mercado da ApexBrasil, a ferramenta é como uma bússola que permite identificar oportunidades de negócios em vários países do mundo. “É uma ferramenta que transforma dados em direcionamento estratégico, permitindo que as empresas brasileiras identifiquem mercados prioritários e ampliem sua competitividade no processo de internacionalização”, explica.

Somente na América do Sul, o Mapa identifica cerca de 14 mil oportunidades, com importações totais de aproximadamente US\$ 231 bilhões em 2024, concentradas na Argentina (1.960 oportunidades; US\$ 44,6 bilhões), Paraguai (2.056; US\$ 13 bilhões) e Chile (1.731; US\$ 49,8 bilhões).

Para a União Europeia, a ferramenta aponta 6.700 oportunidades (US\$ 771 bilhões), especialmente na Espanha (416; US\$ 77,2 bilhões), Alemanha (384; US\$ 151,8 bilhões) e França (374; US\$ 107,3 bilhões). Já a China reúne 385 oportunidades, com importações totais de US\$ 811,7 bilhões em 2024.

Entre os produtos com maior potencial identificados pelo Mapa de Oportunidades estão máquinas e equipamentos de transporte (9.931 oportunidades; US\$ 735,6 bilhões) e produtos alimentícios e animais vivos (7.133; US\$ 439,5 bilhões).



Clique e acesse o Mapa de Oportunidades da ApexBrasil e descubra para onde começar a exportar ou ampliar suas exportações:

WEBSÉRIE DIRETO DO MERCADO:
MAIS DE 12 MIL INSCRITOS EM 2025

A websérie Direto do Mercado é mais uma plataforma de informação qualificada e confiável realizada pela ApexBrasil para apoiar a internacionalização de empresas brasileiras. A ferramenta foi criada em 2021 pelas gerências de Competitividade e de Inteligência de Mercado visando apresentar aos empresários e empresárias informações pertinentes de mercados potenciais para as exportações brasileiras e, assim, auxiliá-los em suas prioridades e análises de mercado.

As 18 edições realizadas ao longo de 2025 receberam um total de 12 mil inscrições, em sessões que reuniram especialistas da Agência e representantes do governo brasileiro no exterior, apresentando um panorama atualizado das oportunidades comerciais e de investimento em cada país destacado com orientações práticas para quem busca ampliar sua presença no exterior. Também participam do bate-papo empresas convidadas, que compartilham suas experiências, desafios e estratégias no processo de internacionalização

“Nosso objetivo foi levar informações claras e atualizadas sobre os maiores e mais promissores mercados para as exportações brasileiras, mostrando às empresas que elas não estão sozinhas nesse processo. Há uma rede de apoio disponível, e queremos que cada empreendedor saiba como acioná-la quando decidir iniciar ou expandir seus negócios no comércio exterior” - Clarissa Furtado, gerente de Competitividade da ApexBrasil.

Entre os temas que mais chamaram a atenção do público e que ultrapassaram a marca de mil participantes foram as edições sobre Portugal, com 1.176 inscritos; Estados Unidos, com 1.043; e Chile, com 1.013. Alemanha, Itália, Reino Unido e México também apareceram entre os mercados mais procurados, mantendo uma média de mais de 700 inscrições em cada edição. Além desses, a programação contou com webinars dedicados aos mercados dos Emirados Árabes Unidos, Japão, Colômbia, Indonésia, Paraguai, Espanha, China, África do Sul, Guiana e Suriname, Coreia do Sul e Índia.

Todas as edições foram gravadas e estão disponíveis de forma online, por meio do portal da ApexBrasil. Segundo Clarissa Furtado, novas edições do Direto do Mercado estão previstas para 2026. “Vamos continuar trabalhando para ampliar ainda mais o acesso das empresas brasileiras a informações estratégicas sobre mercados internacionais. Convidamos as empresárias e os empresários a acompanharem as redes sociais e o site da ApexBrasil para se manterem atualizados sobre a programação e participarem das próximas oportunidades”, reforça.



Clique e acesse todos os webinars de 2025 aqui:

PERFIS DE COMÉRCIO
E INVESTIMENTOS:
47 ESTUDOS EXCLUSIVOS
COM INFORMAÇÕES
ESTRATÉGICAS

Os Perfis de Comércio e Investimentos são estudos exclusivos produzidos pela área de Inteligência de Mercado da ApexBrasil. Os materiais reúnem análises detalhadas sobre diferentes países, incluindo panorama econômico, indicadores de comércio exterior, setores estratégicos e oportunidades mapeadas para produtos e serviços brasileiros.

Em 2025, foram lançados **47 Perfis de Comércio e Investimento – um aumento de 42% em relação aos 33 publicados em 2024.** “A ampliação significativa do número de Perfis lançados em 2025 reforça o esforço contínuo da ApexBrasil em ampliar o acesso das empresas a informações estratégicas”, afirma Gustavo Ribeiro, gerente de Inteligência de Mercado da ApexBrasil.

Acesse cada perfil e saiba mais



[África](#)



[Colômbia](#)



[Itália](#)



[Polônia](#)



[Vietnã](#)



[Alemanha](#)



[Coreia do Sul](#)



[Japão](#)



[Portugal](#)



[ASEAN](#)
[Associação das Nações do Sudeste Asiático](#)



[Angola](#)



[Costa do Marfim](#)



[Malásia](#)



[Reino Unido](#)

[BRICS](#)



[Arábia Saudita](#)



[Egito](#)



[Marrocos](#)



[Romênia](#)

[LESTE EUROPEU](#)



[Argélia](#)



[Estados Unidos](#)



[México](#)



[Rússia](#)

[CCG](#)
[Conselho de Cooperação do Golfo](#)



[Argentina](#)



[França](#)



[Moçambique](#)



[Senegal](#)

[EFTA](#)
[Associação Europeia de Livre Comércio](#)



[Austrália](#)



[Gana](#)



[Nigéria](#)



[Suriname](#)



[Canadá](#)



[Guiana](#)



[Panamá](#)



[Tunísia](#)



[China - Fevereiro](#)



[Índia](#)



[Paraguai](#)



[Turquia](#)



[China - Maio](#)



[Indonésia](#)



[Peru](#)



[União Europeia](#)



SUCESSO NA EXPO OSAKA 2025

Organizado pela ApexBrasil, Pavilhão do Brasil na Exposição Universal de Osaka conquistou medalha de prata na categoria Conceito e recebeu mais de 1,5 milhão de visitantes durante o evento que durou seis meses na cidade japonesa

A participação do Brasil na Expo Osaka 2025, no Japão, foi um sucesso! Ao longo de seis meses, de abril a outubro de 2025, o Pavilhão do Brasil na Exposição Universal reforçou a imagem do país como protagonista global nas agendas de sustentabilidade, cultura e negócios. Organizado e coordenado pela ApexBrasil, o espaço brasileiro no evento recebeu mais de 1,5 milhão de visitantes, promoveu dezenas de eventos e ainda foi reconhecido pela organização japonesa do evento com medalha de prata.

“Mostramos a alma brasileira para o mundo. Estou muito agradecido a todos que trabalharam nesse projeto. É a sensação de dever cumprido, o Brasil fez sucesso e isso nos enche de esperança de dias melhores para o nosso povo”, afirmou o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, na ocasião do encerramento da Exposição.

A cenógrafa Bia Lessa foi a curadora e idealizadora do Pavilhão do Brasil na Expo 2025 Osaka, transformando-o numa experiência imersiva e sensorial focada na sustentabilidade, cultura e inovação brasileira. Com uma abordagem artística e filosófica sobre a existência e transformação, o Brasil mostrou uma exposição viva que convidou os visitantes a refletir sobre o futuro e a conexão humana com a natureza, misturando arte, tecnologia e tradição para mostrar o Brasil como parte da solução para desafios globais.

Bia Lessa destacou o caráter simbólico e conceitual do projeto que ganhou medalha de prata na categoria “Conceito”, um reconhecimento internacional importante concedido pelo comitê organizador japonês. Segundo Lessa, o espaço se diferenciou ao propor uma reflexão coletiva sobre colaboração e sustentabilidade, utilizando materiais reciclados e resíduos como elementos centrais da narrativa expositiva.

“O Pavilhão do Brasil foi um manifesto, convocando o mundo a ter uma atitude mais colaborativa. Foi feito a partir do que não vale, do lixo, do plástico, e mostrou que até o que é considerado vulgar pode se transformar em algo extraordinário”, afirmou Lessa.

Com o tema “Designing Future Society for Our Lives” (“Projetando a Sociedade Futura para Nossas Vidas”), a Expo Osaka reuniu mais de 25 milhões de visitantes e contou com a presença de 158 países e organizações internacionais.

Além de encantar o público com a exposição e atrações culturais, a participação brasileira no evento consolidou oportunidades de diálogo econômico e institucional em um ano simbólico que marcou os 130 anos das relações diplomáticas entre Brasil e Japão.

“Mostramos a alma brasileira para o mundo. Estou muito agradecido a todos que trabalharam nesse projeto. É a sensação de dever cumprido, o Brasil fez sucesso e isso nos enche de esperança de dias melhores para o nosso povo.”

JORGE VIANA,
presidente da ApexBrasil



Ao lado da curadora Bia Lessa e do diretor de Gestão Corporativa da Agência, Floriano Pesaro, Jorge Viana discursa no encerramento da Expo

MAIS QUE UMA EXPOSIÇÃO, UMA EXPERIÊNCIA

No teto, objetos infláveis em forma de plantas se movimentavam. No piso, ilhas com cadeiras de praia e fitas de papéis estavam espalhados com mensagens de diversos autores, além de bonecos em formas de ser humano e animais que se inflavam e desinflavam em movimentos de subir e descer. Na parede, sacolas cheias de ar se movimentavam ao encher e esvaziar. Era assim que começava a exposição do pavilhão brasileiro na Expo Osaka 2025, criado pela cenógrafa Bia Lessa, que fez um verdadeiro sucesso. Bia Lessa criou cinco atos que representaram 'Existir', 'Diferir', 'Confluir', 'Extinguir' e 'Re-existir'. No segundo espaço do Pavilhão, a Sala Parangoromos eram distribuídos vestes de 'parangoromos', uma fusão da vestimenta 'parangolé', criada pelo artista Hello Oiticica, com 'hagoromos', vestimenta tradicional japonesa associada à leveza e espiritualidade. Havia ainda tinta branca disponível aos visitantes para pintar o rosto ou as mãos.

A proposta era oferecer aos visitantes uma experiência sensorial única – missão cumprida com muita arte e maestria.

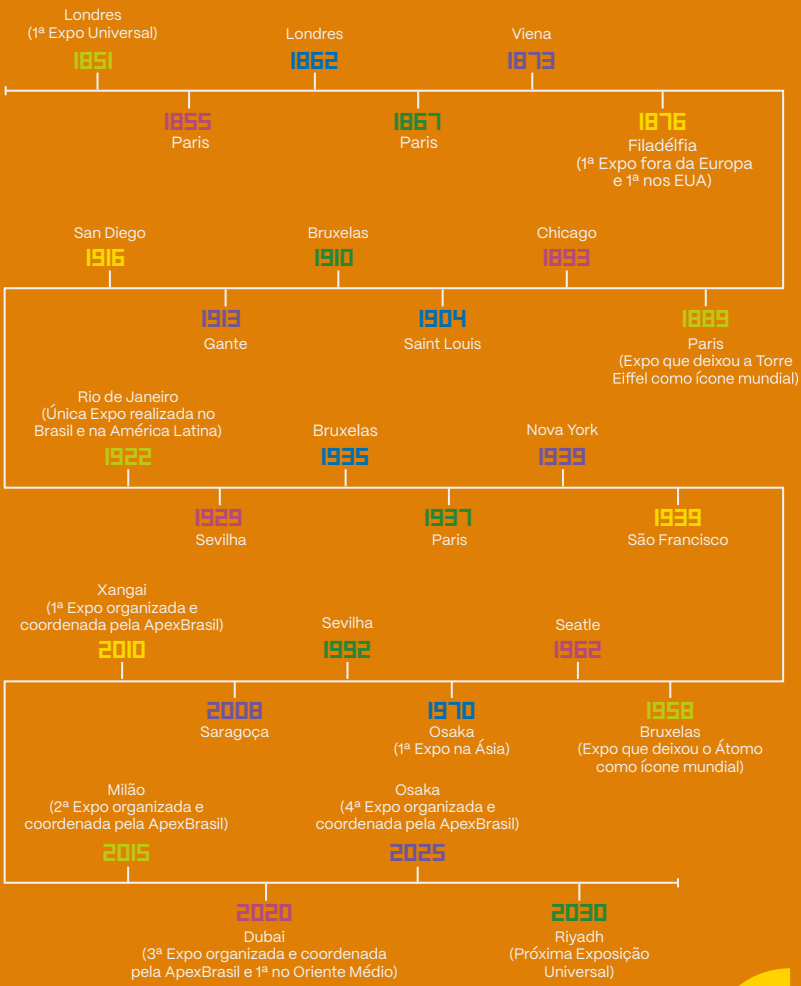
PROGRAMAÇÃO DIVERSIFICADA

Ao longo de seis meses, o Brasil realizou uma programação diversificada composta por ações temáticas como "Semana da Mulher", "Mês do Agro" e "Dia Nacional do Brasil" e "Semana do Brasil" que incluiu debates, reuniões de negócios, apresentações e shows culturais, visitas institucionais, além de uma intensa agenda de promoção internacional. Ao longo da Expo, o espaço recebeu mais de 700 autoridades e figurou entre os pavilhões mais visitados do evento. Somente nas primeiras cinco horas de funcionamento, o Pavilhão Brasil recebeu cerca de 2 mil visitantes, revelando o forte interesse do público pela proposta brasileira. Entre os artistas que se apresentaram estão Zeca Pagodinho, Arnaldo Antunes & Vitor Araújo, Mãeana e Lisa Ono.

O QUE SÃO AS EXPOS?

Realizadas desde 1851, as Exposições Universais têm como objetivo promover o intercâmbio cultural, tecnológico e científico entre nações, funcionando como vitrines de soluções e avanços que ajudam a moldar o futuro da sociedade. Além de fortalecerem relações diplomáticas e comerciais, esses eventos geram impacto econômico relevante ao impulsionar o turismo e o desenvolvimento urbano das cidades-sede. Cada edição também estimula o debate sobre desafios globais, como sustentabilidade, inovação e qualidade de vida, reforçando o papel das Expos na construção de um futuro mais conectado e sustentável.

CRONOLOGIA DAS EXPOSIÇÕES UNIVERSAIS



EXPOSIÇÃO

PROGRAMAÇÃO CULTURAL



Zeca pagodinho representando a alegria genuína do brasileiro com muito samba em Osaka



Mãeana, revelação da nova música popular brasileira, encantou a Expo Osaka ao unir diferentes ritmos nacionais



Público se encanta com a cultura brasileira

EVENTOS



Dia Nacional do Brasil na Expo Osaka 2025



Dia Nacional do Brasil na Expo Osaka 2025



Evento Diálogo sobre Segurança Alimentar e Proteínas Animal na ocasião do Mês do Agro na Expo Osaka 2025



Diretora de Negócios da ApexBrasil discursa na Semana da Mulher na Expo Osaka 2025



Delegação brasileira do Mês do Agro na Expo Osaka em frente ao Pavilhão do Brasil



Desfile de moda brasileira durante a Semana da Mulher na Expo Osaka 2025

EXPORTA MAIS BRASIL GERA QUASE R\$ 1 BILHÃO EM NEGÓCIOS EM TRÊS ANOS



Rodada de negócios durante a edição do Exporta Mais Brasil voltada para Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), realizada em Brasília (DF)

Somente em 2025, o programa da ApexBrasil movimentou mais de R\$ 380 milhões, conectando quase 700 empresas brasileiras a 166 compradores internacionais

Levar oportunidades de exportação a empresas de diferentes regiões do país é o eixo do Exporta Mais Brasil, programa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). A iniciativa promove rodadas de negócios em diversas localidades do país, conectando empresas brasileiras, especialmente pequenas e médias, a compradores internacionais e ampliando o acesso ao comércio exterior. Somente em 2025, o programa realizou 14 edições e promoveu mais de cinco mil reuniões de negócios entre 688 empresas brasileiras e 166 compradores internacionais de 52 países. A expectativa de geração de negócios foi de R\$ 386,7 milhões.



Raffaella Russo, fundadora da Raff Company, apresenta biquini da nova coleção Alma Brasileira. A marca participou da edição do Exporta Mais Brasil voltada para e-commerce

Um dos destaques foi a participação de empresas lideradas por mulheres, que somaram 229, o equivalente a 33% do total de empresas atendidas no ano no programa. Entre elas está a Raff Company, de São Paulo, marca independente de moda praia e fitness fundada por Raffaella Russo, que participou de uma das edições do programa voltadas ao setor de e-commerce. “O Exporta Mais Brasil foi fundamental para ampliar nosso entendimento sobre mercado, tributação e logística, além de facilitar o contato com compradores internacionais”, afirmou a empreendedora.

Desde seu lançamento, em 2023, o Exporta Mais Brasil já realizou 42 edições, reunindo 1.563 empresas de todos os estados e 471 compradores internacionais de 76 diferentes países. Entre as empresas participantes, 640 são lideradas por mulheres, representando cerca de 41% do público atendido. Ao longo desses três anos, mais de 11 mil reuniões comerciais foram realizadas, com expectativa de R\$ 940,2 milhões em negócios gerados.

Para o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, os números refletem o fortalecimento da iniciativa. “Após três anos, os dados mostram não apenas a

expansão do Exporta Mais Brasil, mas também a consolidação de um modelo que amadureceu e, em 2025, atingiu seu maior alcance em número de empresas participantes e compradores internacionais”, afirmou.

“Desde o início, temos percorrido o país de ponta a ponta visitando empreendimentos, conversando com empresários e promovendo negócios com compradores dos cinco continentes que trouxemos especialmente para o programa. A Agência tem se empenhado no fortalecimento de setores produtivos locais, especialmente no Norte e Nordeste”, acrescentou.

Segundo Ana Paula Repezza, diretora de Negócios da ApexBrasil, essa aproximação traz impacto direto para as empresas. “O grande diferencial do Exporta Mais Brasil é permitir que pequenas e médias empresas se conectem diretamente a compradores globais e ampliem seus conhecimentos sobre comércio exterior, sem precisar sair do país. O programa também incentiva de forma concreta a participação feminina, ampliando o acesso e promovendo mais diversidade no comércio exterior brasileiro”, explicou.

EXPORTA MAIS BRASIL EM 2025

	2023	2024	2025	Total
Número de edições	13	15	14	42
Número de empresas	487	388	688	1.563
Liderança Feminina	210	201	229	640
Número de compradores	143	162	166	471
Quantidade de países	41	50	52	76*
Reuniões de negócios	3.496	2.994	5.307	11.797
Expectativa de negócios gerados	R\$ 275.876.414,14	R\$ 277.635.000,00	R\$ 386.704.405,00	R\$ 940.215.819,14

*países diferentes



Empresárias participam de rodada de negócios do Exporta Mais Brasil – Comércio Transfronteiriço, em Boa Vista (RR)

DIVERSIDADE REGIONAL E SETORIAL

Realizado em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em 2025, o Exporta Mais Brasil contemplou empresas de todos os estados brasileiros. A diversidade também se refletiu nos setores atendidos, que incluíram moda e confecções, e-commerce, frutas frescas, alimentos e bebidas, tecnologia da informação e comunicação, setor náutico, comércio transfronteiriço, máquinas e equipamentos agrícolas, cafés especiais e cooperativas de diferentes segmentos.

Nos últimos três anos, muitos outros setores econômicos também foram contemplados, entre eles: artesanato, casa e construção, café, moda praia, calçados, produtos lácteos, cacau e chocolate, mel e própolis, manejo florestal sustentável, couro e peles, revestimentos cerâmicos, bebidas, frutas e derivados e cinema brasileiro.

MAIS VISIBILIDADE PARA O MEL DE GOIÁS

Foi a edição voltada às cooperativas, inclusive, que permitiu à Cooperativa dos Apicultores Familiares de Niquelândia e Região (Cooperapis), do norte de Goiás, dar um passo importante rumo ao mercado internacional. Realizada em dezembro de 2025, em Salvador (BA), o evento possibilitou que a cooperativa iniciasse negociações para a exportação de mel, despertando o interesse de um potencial comprador internacional. “Tivemos um parceiro de Moçambique muito interessado na nossa produção de mel, e isso nos deixou muito animados”, afirma o presidente Adriano Peres.

Formada por apicultores de municípios como Niquelândia, Barro Alto, Colinas do Sul, Minaçu, Uruaçu, Cocalzinho e Santa Rita do Novo Destino, a Cooperapis reúne produtores de mel puríssimo e orgânico. Para Adriano, a participação no Exporta Mais Brasil foi decisiva para ampliar a visibilidade do produto. “É a primeira vez que a gente participa desse evento e tivemos uma boa aceitação, uma receptividade muito positiva do nosso mel”, destaca.

Ele ressaltava ainda a importância do apoio institucional. “Recebemos o convite da ApexBrasil para estar no evento e negociar nosso produto. Esse produto maravilhoso deve, muito em breve, ganhar o mundo e levar alegria a muitos cooperados e famílias que apoiaram esse projeto ao longo dos anos”, projeta Adriano Peres.



Adriano Peres, presidente da Cooperapis, de Niquelândia (GO), celebra a participação da cooperativa no Exporta Mais Brasil, que abriu possibilidade de exportar o mel puríssimo e orgânico de Goiás

COOPERAR PARA EXPORTAR

Durante a abertura oficial do Exporta Mais Brasil – Cooperativas, realizada em dezembro, em Salvador (BA), a ApexBrasil lançou o Programa Cooperar para Exportar, com foco em ampliar a presença das cooperativas brasileiras no mercado internacional, especialmente as da agricultura familiar. Desenvolvida em parceria com o Sebrae, a iniciativa vai atender 450 cooperativas em 2026, por meio de ações de capacitação, qualificação para exportação e participação em feiras, missões e rodadas de negócios internacionais. Segundo o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, 200 cooperativas participarão do programa Qualifica Exportação, enquanto 250 serão inseridas diretamente em ações de promoção comercial internacional.

Autoridades e representantes do setor cooperativista durante a abertura do Exporta Mais Brasil – Cooperativas, em Salvador (BA), com a presença do presidente da ApexBrasil, Jorge Viana; do governador da Bahia, Jerônimo Rodrigues; e do ministro do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar, Paulo Teixeira

Foto: Feijão Almeida | GOVBA





Empresários participam de rodada de negócios do Exporta Mais Brasil – Frutas Frescas, em Mossoró (RN)

EXPORTAR SEM SAIR DO PAÍS

As rodadas de negócios estruturam o funcionamento do Exporta Mais Brasil. Nelas, compradores internacionais e empreendedores brasileiros se encontram em reuniões previamente agendadas e preparadas tecnicamente pela ApexBrasil. “Esse formato gera maior segurança, confiança e agilidade nas negociações. Empresas de todos os portes e setores conseguem exportar sem sair do país, muitas vezes pela primeira vez, com suporte técnico especializado”, explicou Igor Celeste, então gerente Regional da ApexBrasil.

A dinâmica das rodadas também pode se estender a atividades complementares, como encontros em feiras setoriais ou sessões de degustação, que aprofundam o contato entre compradores e empresas brasileiras. Foi nesse contexto que Luciana Swan, uma das responsáveis pela Toca da Onça Specialty Coffee, participou da edição do Exporta Mais Brasil dedicada a cafés especiais, que teve etapas no Acre, em Minas Gerais e no Espírito Santo, e de uma rodada de cupping exclusiva para cafés produzidos por mulheres.



“Foi uma oportunidade de apresentar nosso café ao lado de outras mulheres e de mostrar o produto a um público internacional sem precisar sair do país.”

LUCIANA SWAN, uma das responsáveis pela Toca da Onça Specialty Coffee



Luciana Swan em meio à plantação de café na fazenda Toca da Onça, na região da Mantiqueira de Minas

Grupo de compradores internacionais participa de visita técnica à produção de melão durante o Exporta Mais Brasil – Frutas Frescas, em Mossoró (RN)



A edição voltada para os cafés especiais teve etapas no Acre (foto), em Minas Gerais e no Espírito Santo



“Foi uma oportunidade de apresentar nosso café ao lado de outras mulheres e de mostrar o produto a um público internacional sem precisar sair do país. Quando os compradores vêm até aqui, conseguimos conversar individualmente com cada um e iniciar uma relação comercial, o que é fundamental para o desenvolvimento do negócio”, afirmou Luciana Swan.

A Toca da Onça Specialty Coffee está localizada na região Mantiqueira de Minas Gerais e atua no segmento de cafés especiais, com produção voltada à qualidade e à valorização das características do café brasileiro. A empresa trabalha com práticas sustentáveis e mantém parcerias com pequenos produtores, com foco no mercado de cafés premium.

Além dos encontros comerciais, o programa promove visitas técnicas a fazendas, fábricas e indústrias locais, permitindo que os compradores conheçam os processos produtivos, os padrões de qualidade e o compromisso das empresas brasileiras.

O comprador norte-americano Robert Flam, da Jailhouse Coffee, também participou da edição de cafés especiais e destacou o impacto da experiência no Brasil. “Foi uma oportunidade única conhecer de perto os produtores. O contato com a equipe da ApexBrasil e da Associação Brasileira de Cafés Especiais realmente mudou minha percepção. Sempre gostei do café brasileiro, mas ter um entendimento mais profundo é algo inestimável para mim”, afirmou.

Segundo Flam, a participação no programa também abriu caminho para relações comerciais de longo prazo. “Essa viagem marcou o início de relações que podem se fortalecer ao longo do tempo, baseadas em confiança, comunicação e na segurança de saber exatamente com quem estamos negociando”.

Ao longo das edições, o programa trouxe ao país compradores de mercados como Estados Unidos, Colômbia, Chile, Rússia, Estônia, China, Emirados Árabes Unidos, Portugal, Moçambique, Canadá, Índia, Argentina, Peru, Finlândia, Israel, Inglaterra, Arábia Saudita, Guiana, Trinidad e Tobago, República Dominicana, Venezuela, Uruguai, Singapura, Grécia, México, Jordânia e Catar, interessados em conhecer de perto e adquirir produtos brasileiros.

EXPORTA MAIS AMAZÔNIA IMPULSIONA PRODUTOS DA FLORESTA NO MUNDO

Conectando produtores amazônicos a compradores internacionais, a terceira e maior edição do programa da ApexBrasil registrou US\$ 17,8 milhões em expectativas de negócios para a bioeconomia da região



O Brasil possui uma riqueza singular na região amazônica não apenas em biodiversidade, mas em oportunidades econômicas de alto valor agregado. Em 2025, o programa **Exporta Mais Amazônia** consolidou-se como uma das principais iniciativas de promoção comercial e desenvolvimento produtivo sustentável da ApexBrasil ao conectar, pela terceira vez consecutiva, empresas da região amazônica a compradores internacionais para gerar negócios.

De 28 de setembro a 1º de outubro, em Rio Branco (AC), o evento reuniu 25 compradores interessados em produtos da floresta, oriundos de 18 países, incluindo China, Índia, Emirados Árabes Unidos, Estados Unidos, Japão, Países Baixos, Bulgária e outros, com 76 empresas brasileiras de oito setores produtivos, entre eles açaí, café robusta amazônico, castanha-do-Brasil, farinha de mandioca, frutas processadas, carne bovina, carne suína e artesanato. Além de experiências diretas dos compradores com a produção local, a programação envolveu 337 reuniões bilaterais de negócios que resultaram na expectativa de negócios de US\$ 17,8 milhões – sendo US\$ 1,75 milhão em negócios imediatos e US\$ 16,1 milhões estimados para os próximos 12 meses.

“Criamos esse programa para reforçar o protagonismo da região amazônica na promoção de negócios sustentáveis. Ao demonstrar que é possível gerar oportunidades de exportação que impulsionam cadeias produtivas compatíveis com a Floresta, que fortalecem comunidades locais e promovem desenvolvimento social e econômico, o mundo todo passa a valorizar ainda mais a conservação da floresta. Além de sua importância para o equilíbrio climático global, a região é também um ativo estratégico para o desenvolvimento econômico do Brasil, capaz de gerar inovação, competitividade e inserção qualificada do país nos mercados internacionais”, afirmou Jorge Viana, presidente da ApexBrasil.



Rodadas de negócios entre produtores amazônicos e compradores internacionais em Rio Branco (AC), durante o programa Exporta Mais Amazônia

Durante o programa, Viana esteve em Rio Branco participando do evento Diálogos Exporta Mais Amazônia que reuniu autoridades, empresários e especialistas para debaterem sobre os desafios e as oportunidades de ampliar a presença de produtos amazônicos no comércio exterior.

Além de ter sido a rodada com o maior número de compradores e empresas participantes e a edição com maior valor em negócios gerados, o impacto gerado em todos os envolvidos mostrou a relevância da iniciativa da Agência para a promoção da bioeconomia da Amazônia.

Durante o evento, os compradores internacionais destacaram a qualidade dos produtos e o potencial de diversificação da região: “Eu estava procurando cafés de qualidade na Amazônia, mas também encontrei produtos como o leite de castanha-do-Brasil, que complementam o nosso portfólio. Estou muito inspirada e feliz por estar aqui”, disse a importadora dos Países Baixos, Judith.

Anigg Barrett, da Irlanda, também elogiou a estrutura brasileira: “Estou muito impressionada com a organização e o apoio que os artesãos têm no Brasil. Sempre digo que outros países deveriam se inspirar no que o Brasil está fazendo.”

UMA IMERSÃO NA REALIDADE DA FLORESTA

Além das rodadas de negócios, o programa ofereceu aos compradores internacionais a oportunidade de uma imersão na realidade de quem vive na floresta, sendo recebidos por lideranças locais, além de moradores que trabalham com a produção sustentável.

O seringueiro Francisco Assis Monteiro compartilhou a emoção de receber empresários de diversas partes do mundo. “O fato de estarmos hoje aqui com diversos empresários de várias partes do mundo conhecendo o nosso trabalho pessoalmente é um enorme prazer. Primeiro porque foi uma luta muito grande para a gente ter o direito de continuar morando nessa terra. Uma luta muito grande para poder manter essa floresta em pé. Assim como uma luta também para recuperar uma área degradada”, disse emocionado. “Isso é importante do ponto de vista de mostrar o nosso trabalho, mas também da possibilidade de abertura de mercado para que a gente, através das nossas cooperativas, possa oferecer nossos produtos para o mundo. É uma iniciativa funda-

“É um orgulho poder fazer esse trabalho e mostrar o que a gente faz, sabendo que o pessoal lá fora está perguntando e querendo nossos produtos.”

FRANCISCO ASSIS,
seringueiro

mental. É um orgulho poder fazer esse trabalho, estar junto mostrando o que a gente faz, sabendo o que o pessoal lá fora está perguntando e querendo nossos produtos”, completou.

Para o representante do Escritório Regional Norte da ApexBrasil, Pedro Netto, as visitas técnicas potencializam a oportunidade de concretizar negócios. “Ao aproximar compradores internacionais da realidade amazônica, mostramos que os produtos da região carregam muito mais do que qualidade: eles representam modos de vida compatíveis com a floresta e sustentam milhares de famílias que vivem dela. Quando esses importadores conhecem de perto os processos produtivos e as pessoas envolvidas, percebem que cada negócio fechado aqui tem um impacto positivo na floresta e na vida das pessoas que vivem dela e a mantem de pé”, afirma.

HISTÓRICO DO PROGRAMA

Criado em 2023, o Exporta Mais Amazônia tem como objetivo fomentar as exportações de setores compatíveis com a floresta e de alto valor agregado da Amazônia brasileira. A primeira edição, realizada também em Rio Branco, no Acre, movimentou mais de R\$ 50 milhões em negócios. Já a segunda edição, em 2024, foi na cidade de Belém (PA) e teve como resultado R\$ 35,2 milhões em acordos comerciais imediatos e futuros. A edição de 2025 mostrou que o potencial da floresta pode ir além.

Compradores internacionais em imersão na floresta amazônica com o seringueiro Francisco Assis Monteiro durante o Exporta Mais Amazônia em Rio Branco (AC)



ESTUDOS REVELAM O POTENCIAL DA AMAZÔNIA NA ECONOMIA VERDE GLOBAL

Em sintonia com o debate internacional da trigésima Conferência das Partes (COP30), que ocorreu em novembro, em Belém (PA), a ApexBrasil publicou, na ocasião, dois novos estudos da série *Oportunidades de Exportação e Investimentos*, desta vez dedicados aos estados do Pará e Rondônia. As publicações evidenciam o potencial econômico e sustentável da região amazônica, identificando milhares de oportunidades de exportação nos estados e apontando caminhos estratégicos para a atração de investimentos estrangeiros comprometidos com a economia verde e a bioeconomia florestal.

O Mapa de Oportunidades da ApexBrasil identificou para o Pará e Rondônia 1.702 e 1.234 oportunidades, respectivamente, em mercados como Estados Unidos, México, França, China, Arábia Saudita e Vietnã. Além dos produtos tradicionais, como açaí, café, cacau e outros, os levantamentos revelaram forte potencial de expansão em setores sustentáveis como madeira e derivados. Os estudos destacam cadeias produtivas de base florestal e bioeconômica, capazes de gerar emprego, renda e valor agregado com baixo impacto ambiental.

Os conteúdos estão disponíveis para download gratuito no site da ApexBrasil:

PARÁ – 2025
Oportunidades de
Exportação e Investimentos



RONDÔNIA – 2025
Oportunidades de
Exportação e Investimentos



JORNADA EXPORTADORA GERA MAIS DE R\$ 55 MILHÕES EM NEGÓCIOS

Em parceria com o Sebrae, programa da ApexBrasil impulsionou pequenos negócios na América do Sul, América do Norte e Europa e contou com forte participação feminina ao longo do ano

O sonho da empresária Eusa Marques, fundadora da Top Amazon Cosméticos, de levar produtos de beleza de alta qualidade e produzidos com respeito à natureza para outros países começa a ganhar escala internacional. A marca rondoniense foi uma das participantes da Jornada Exportadora, programa realizado pela ApexBrasil, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que promove missões comerciais com o objetivo de reduzir barreiras, acelerar o acesso ao mercado externo e fortalecer a presença de pequenos e médios negócios brasileiros no comércio internacional.

Criada em 2018, a Top Amazon Cosméticos é uma das primeiras indústrias de cosméticos premium da Amazônia liderada por mulheres. A



A fundadora da Top Amazon Cosméticos, Eusa Marques, iniciou negociações com clientes peruanos após participar da edição da Jornada Exportadora voltada ao setor de perfumaria e cosméticos, realizada em abril de 2025

fábrica, localizada às margens da BR-364, em Ouro Preto do Oeste (RO), opera com energia solar, utiliza matérias-primas orgânicas e amazônicas, não realiza testes em animais e possui certificação Eureciclo, que garante logística reversa de todo o material utilizado.

A participação no programa Jornada Exportadora marcou um ponto de virada para a empresa. Eusa Marques integrou a missão comercial com foco no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos na Colômbia e no Peru, em abril de 2025. Segundo ela, a experiência transformou a visão da marca sobre internacionalização. “Até então, não tínhamos experiência em exportação. A Jornada nos trouxe conhecimento de rotulagem, requisitos sanitários e regulamentação de cosméticos fora do Brasil. Visitamos empresas que já exportam, vimos produtos brasileiros nas prateleiras e entendemos como melhorar design, posicionamento e comunicação para competir lá fora”, afirmou.

Durante o programa, a empresária participou de treinamentos com especialistas locais e reforçou que esse contato direto fez diferença, “recebemos orientações que, sozinhos, seriam difíceis de acessar. Entender a legislação e o que dá visibilidade ao produto no exterior muda tudo”.

As rodadas de negócios também abriram caminhos concretos. “Quando a Apex agenda as rodadas, reduzimos tempo e custo. Conversamos com diversos compradores, entendemos os desejos e necessidades dos países latinos e identificamos oportunidades reais. Isso nos deu clareza sobre as questões mais relevantes e nos ajudou a ajustar nossa estratégia. No Peru, já avançamos com dois possíveis clientes, um em fase de alinhamento regulatório e outro em início de negociação”, explica, acrescentando que também já avança em tratativas com compradores dos Estados Unidos e dos Países Baixos.

“A Jornada nos trouxe conhecimento de rotulagem, requisitos sanitários e regulamentação de cosméticos fora do Brasil. Visitamos empresas que já exportam, vimos produtos brasileiros nas prateleiras e entendemos como melhorar design, posicionamento e comunicação para competir lá fora.”

EUSA MARQUES,
fundadora da Top Amazon
Cosméticos



Jornada Exportadora com empresárias e empresários brasileiros do setor de máquinas e equipamentos agrícolas, em visita técnica na Colômbia

MISSÃO DE QUALIFICAÇÃO E NEGÓCIOS

O Jornada Exportadora combina orientação técnica, análise de mercado e imersão comercial. Cada edição inclui visitas técnicas, reuniões com especialistas e rodadas com compradores locais. Dependendo do setor, a missão pode abranger até dois países com características complementares para os produtos brasileiros.

O processo de seleção prioriza empresas já qualificadas em iniciativas como o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) e considera critérios como certificações, maturidade exportadora e presença digital em outros idiomas. Para estimular a diversidade, o programa concede pontuação adicional a empresas das regiões Norte, Nordeste e Distrito Federal e a negócios liderados por mulheres e pessoas pretas ou pardas.



MAIS CHANCES DE SUCESSO

Em 2025, o programa movimentou mais de R\$ 55 milhões em negócios, entre acordos imediatos (R\$ 22,3 milhões) e projeções para os 12 meses seguintes (R\$ 33,6 milhões). Os resultados foram alcançados ao longo de 1.899 reuniões de negócios realizadas em oito edições do programa, que passaram por 11 países: Colômbia, Peru, Paraguai, Equador, Estados Unidos, Chile, Portugal, Bolívia, Panamá, Uruguai e Argentina.

As missões envolveram 129 empresas de todas as regiões brasileiras e 312 compradores internacionais de setores como cosméticos, calçados, moda e e-commerce, alimentos e bebidas, artesanato, máquinas e equipamentos agrícolas, HORECA (hotelaria, restaurantes e catering) e agritech.

Segundo a gerente de Competitividade da ApexBrasil, Clarissa Furtado, a proposta do programa é reduzir barreiras e acelerar o acesso das empresas ao mercado externo. *“O Programa Jornada Exportadora é uma porta de entrada eficiente e segura para empresas brasileiras que desejam acessar o mercado internacional. Ao longo da missão, as empresas recebem todo o suporte necessário, desde a preparação inicial até o contato direto com compradores, o que amplia as chances de sucesso nas exportações”*, afirma.

Um dado que marcou o ano foi justamente a participação feminina: 93 das 129 empresas eram lideradas por mulheres, como a Top Amazon Cosméticos, o equivalente a pouco mais de 70% do total. Em seis das oito edições, a liderança feminina foi predominante. Na missão aos Estados Unidos, dedicada ao setor de moda e e-commerce, todas as empresas eram comandadas por mulheres.



Administrador da Cachaça Meu Garoto, Marcos Patrocínio, destaca como a participação na Jornada Exportadora contribuiu para ampliar as perspectivas internacionais da marca



CACHAÇA COM JAMBU TIPO EXPORTAÇÃO

A Cachaça Meu Garoto, produzida em Belém (PA), é outra empresa que ampliou sua visão após participar da Jornada Exportadora. Seu principal produto é uma cachaça especial composta com jambu, uma planta amazônica famosa por seu efeito de formigamento e dormência na boca. Administrador da marca e representante da empresa em feiras no Brasil e no exterior, Marcos Patrocínio afirma que a missão voltada aos setores de cachaça, café e chocolate, realizada no Chile e no Peru, em junho de 2025, foi determinante para abrir novas perspectivas de mercado.

“A Jornada Exportadora foi um verdadeiro abraço para nós, porque destravou o nosso olhar. Muitas vezes, quando se fala em exportação, pensamos só em Estados Unidos e Europa, mas deixamos de observar o enorme potencial dos nossos vizinhos da América do Sul. A missão nos deu um contato prático e muito diferenciado com os mercados do Chile e do Peru”, conta.

Durante a programação, a delegação visitou estabelecimentos locais, conheceu a concorrência nas gôndolas e participou de palestras com especialistas dos órgãos regulatórios

de cada país. *“Recebemos orientações que muitas vezes são difíceis de acessar sozinhos. Entender a legislação, as exigências sanitárias e como adaptar o rótulo faz toda a diferença. As rodadas de negócios também foram incríveis, e o feedback direto dos compradores nos dá confiança e paciência para vencer barreiras e entrar nesses mercados”*, afirma.

A participação no programa impulsionou outros movimentos da empresa. Em 2025, a Meu Garoto participou da feira ExpoCruz, em Santa Cruz de la Sierra, na Bolívia, onde abriu novas tratativas comerciais. *“Estar no programa ampliou nossa visão a ponto de buscarmos outras ações. Hoje conversamos com potenciais clientes bolivianos, e a logística facilitada pela fronteira torna tudo ainda mais promissor”*, destaca.

Marcos destaca ainda a relevância de ações como essa. *“Sem apoio, é praticamente impossível chegar a pessoas tão específicas, com conhecimento local tão detalhado. A parceria entre ApexBrasil e Sebrae foi essencial para estarmos ali, representando a região Norte com um produto autêntico e de alta qualidade. Sou muito grato por essa curadoria que valoriza nossos produtores e mostra a força da Amazônia”*, conclui.

A edição voltada ao setor de moda e e-commerce, em Miami, nos Estados Unidos, foi composta exclusivamente por empresas lideradas por mulheres

BRASIL MOSTRA QUE SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO ANDAM JUNTAS

Com o apoio da ApexBrasil, negócios sustentáveis conquistam espaço no mercado internacional e fortalecem a imagem do Brasil como referência em sociobioeconomia

Quando a empresária Isabel Ribeiro decidiu transformar folhas, flores e sementes da Amazônia em biojoias banhadas a ouro, não imaginava que suas criações alcançariam 11 países – incluindo Dinamarca, França, Itália, Polônia, Estados Unidos, Canadá, Japão, Portugal, Inglaterra, Guiana Francesa e Turquia.

Com matérias-primas vindas de diversos biomas brasileiros – como Amazonas, Caatinga, Mata Atlântica e Pampa – a Amarjon Biojoias investe num processo artesanal minucioso: as folhas e sementes são primeiro colhidas de forma sustentável, depois desidratadas, impermeabilizadas e metalizadas, e só então recebem o banho final de ouro. O processo completo leva cerca de um mês, refletindo o cuidado e a complexidade do trabalho artesanal.

“Nossos materiais são colhidos apenas no período que não agride o meio ambiente. Respeitamos o ciclo da natureza”, explica a empreendedora.

Com a missão de valorizar o consumo sustentável através da transformação da flora brasileira em acessórios e propagar um conceito inovador em moda, a Amarjon virou referência na fabricação de biojoias banhadas a ouro do Brasil, com clientes distribuindo seus produtos nas principais cidades brasileiras e em países dos vários continentes.

Segundo Isabel, a exportação começou “sem pretensão”. “Um cliente dinamarquês que morava na Bahia conheceu nossas peças e começou a revendê-las na Dinamarca. A partir disso, vi que meu produto tinha potencial para exportar e aí fui pesquisar como fazer isso”, conta Isabel. Foi então que ela encontrou a ApexBrasil e começou a se preparar de forma estruturada.



Foto: Isabella Campos

A empresária Isabel Ribeiro, da Amarjon Biojoias, transforma folhas, flores e sementes da Amazônia em biojoias banhadas a ouro

A empresária participou de dois programas da Agência: o PEIEX (Programa de Qualificação para Exportação) e o Elas Exportam, voltado para a capacitação de mulheres empreendedoras. Durante o processo, Isabel entendeu que o desafio da exportação ia além da venda. “Aprendi que é preciso olhar para a marca como um todo: compreender as culturas de cada país, ajustar a comunicação e valorizar o diferencial do produto brasileiro”, afirma. “A exportação nos fez buscar aperfeiçoamento constante. Melhoramos nossos processos e ampliamos horizontes. É um aprendizado contínuo”, completa.

Com o apoio da ApexBrasil, a Amarjon aprimorou sua estratégia internacional, revisou precificação, adequou processos e ampliou a visibilidade da marca. O resultado: uma rede sólida de clientes e parcerias internacionais. No ano passado, Isabel assinou um acordo com investidores turcos para abrir, em breve, a primeira loja da marca em Istambul.



Foto: Isabella Campos

Peças da Amarjon Biojoias

A história da Amarjon Biojoias é uma entre tantas que mostram como o apoio à sociobioeconomia – que valoriza os recursos naturais e saberes tradicionais – vem gerando impacto econômico e social no Brasil e no mundo.



Foto: Divulgação Catarina Mina

Celina Hissa, designer e empresária criadora da marca Catarina Mina

MODA CONSCIENTE COM INCLUSÃO E PROPÓSITO

Do crochê artesanal à passarela internacional, a marca Catarina Mina, criada pela designer Celina Hissa no Ceará, tornou-se um dos exemplos mais marcantes de como a moda pode gerar impacto social, cultural e econômico. A marca nasceu com a missão de valorizar a cultura local, promover inclusão e construir uma cadeia produtiva colaborativa, conectando o trabalho de artesãs nordestinas a consumidores de todo o mundo.

Hoje, suas peças de vestuário e acessórios unem artesanato tradicional e design contemporâneo, incorporando elementos típicos da região, como renda de bilro, palha de carnaúba e crochê, em coleções que conquistaram o público internacional pela originalidade e autenticidade.

O impacto social da Catarina Mina é expressivo: a marca trabalha com 31 comunidades e envolve cerca de 450 artesãs, dos quais mais de 90% são mulheres. Cada produto carrega consigo a história de quem o criou, contada por meio de um QR code que conecta o consumidor diretamente à artesã responsável. “Temos uma página na internet que mostra tudo o que há por trás do produto acabado. Não é só sobre o produto mas tudo aquilo que você impacta quando consome”, afirma Celina.



Fotos: Divulgação Catarina Mina

Artesãs trabalham em peças de renda filé e renda bilro para a marca Catarina Mina

“Nosso trabalho é sobre criar conexões: entre quem faz e quem consome, entre o local e o global. A exportação é uma forma de mostrar que o artesanato brasileiro é sofisticado, sustentável e capaz de competir no mundo inteiro.”

CELINA HISSA,
designer e empresária criadora da marca Catarina Mina

O caminho para o mercado internacional foi construído com o apoio da ApexBrasil. “*Fizemos o PEIEX em 2014 e começamos a exportar por meio dos programas da ApexBrasil junto com a ABEST (Associação Brasileira dos Estilistas)*”, explica a empresária. Desde então, a marca tem consolidado sua presença em importantes feiras e eventos internacionais, fortalecendo o relacionamento com clientes e compradores estrangeiros.

Hoje, a Catarina Mina possui pontos de venda na América Central, ilhas do Caribe, Dubai e Estados Unidos, além de exportar para Maldivas e Japão – mercados que valorizam fortemente produtos *handmade* e sustentáveis.

Em 2024, o reconhecimento veio com o Prêmio Melhores dos Negócios Internacionais, uma iniciativa da ApexBrasil e da revista Exame, na qual a Catarina Mina foi vencedora na categoria Performance Exportadora – Empresa Exportadora do Ano (Micro/Pequena).

“*Nosso trabalho é sobre criar conexões: entre quem faz e quem consome, entre o local e o global. A exportação é uma forma de mostrar que o artesanato brasileiro é sofisticado, sustentável e capaz de competir no mundo inteiro*”, resume Celina Hissa. Ela reforça que mais do que uma marca, a Catarina Mina é um projeto coletivo que transforma o fazer manual em instrumento de autonomia e reconhecimento, mostrando que o verdadeiro luxo da moda está na história que cada peça carrega.

COMÉRCIO INTERNACIONAL COMO MOTOR PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL BRASILEIRO

Com os exemplos da Amarjon e Catarina Mina, a ApexBrasil reforça seu compromisso com a sociobioeconomia, apoiando empresas que unem inovação, inclusão e respeito ao meio ambiente. O estímulo a esse modelo econômico sustentável está alinhado com um dos objetivos estratégicos da Agência de promover internacionalmente a cultura e os produtos dos diferentes biomas brasileiros, que geram desenvolvimento sustentável para as regiões e suas comunidades. Com esse intuito, a Agência disponibiliza diversos programas e serviços que apoiam empresas brasileiras na busca pela internacionalização e novos mercados.

“Onde todos veem um empreendedor, a ApexBrasil vê um potencial exportador”
costuma ser o lema da Agência.

CAFÉS ESPECIAIS COMPATÍVEIS COM A FLORESTA NA COP30

Com experiências sensoriais de cafés especiais e apoio à infraestrutura da Conferência, Agência reforçou seu compromisso com a promoção de produtos alinhados à socio bioeconomia do país

A COP30, realizada em Belém (Pará), entre 10 e 21 de novembro de 2025, marcou a primeira conferência do clima na Amazônia e mobilizou quase 200 países em negociações intensas sobre ações climáticas e implementação do Acordo de Paris. O evento foi caracterizado por forte participação de povos indígenas e movimentos sociais, debates sobre financiamento climático e transição justa, e a aprovação do “Pacote de Belém” – um conjunto de 29 decisões consensuais que abrangeu temas como adaptação, gênero, comércio e tecnologia. A conferência refletiu tanto os desafios geopolíticos e divisões entre países quanto um renovado impulso para manter viva a cooperação global frente à crise climática.

Na ocasião, a ApexBrasil atuou estrategicamente para promover produtos brasileiros sustentáveis e fortalecer a imagem do país na agenda global de transição verde, com destaque para ações de promoção de cafés especiais compatíveis com a floresta.

Em parceria com a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA), e com o apoio do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), da Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC) e da Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABICS), as ações incluíram degustações sensoriais nos espaços oficiais do evento e reforçaram o papel da produção sustentável como diferencial competitivo internacional.



MARCOS HISTÓRICOS PARA O AGRONEGÓCIO EM 2025

Brasil abre mais de 500 mercados internacionais e registra recorde de US\$ 169,5 bilhões em exportações

Mesmo em um cenário global marcado por incertezas, o Brasil encerrou 2025 celebrando avanços históricos para o agro nacional: a abertura de 525 novos mercados internacionais desde 2023 e o recorde de US\$ 169,2 bilhões em exportações. Sob a liderança do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o resultado é fruto de um intenso trabalho do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), em articulação com a ApexBrasil, o Ministério das Relações Exteriores (MRE) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

O marco dos mais de 500 mercados abertos foi celebrado durante a inauguração da sede própria da ApexBrasil (leia mais na página 104), em Brasília, no dia 15 de dezembro, e simboliza o fortalecimento da diplomacia econômica e sanitária brasileira, aliada aos esforços de promoção comercial no exterior.

Na ocasião, o ministro da Agricultura e Pecuária, Carlos Fávaro, classificou a conquista como um feito sem precedentes. *“Nenhum país no mundo consegue algo assim”,* afirmou. Segundo ele, o resultado é consequência direta da retomada das relações diplomáticas. *“Não é coincidência. O presidente Lula disse desde o início que restabeleceria as boas relações de amizade e liderou pessoalmente esse processo”,* destacou, ao lembrar as 24 missões presidenciais e vice-presidenciais organizadas pela ApexBrasil no período.

De acordo com estimativas da ApexBrasil e do MAPA, os mercados abertos abrangem mais de 80 países, com um potencial de exportação superior a US\$ 37,5 bilhões por ano. Ainda segundo o ministério, a ampliação de destinos para os produtos brasileiros representa um impacto direto estimado em cerca de US\$ 4 bilhões para as empresas do setor, fortalecendo a competitividade do país no comércio exterior e consolidando uma política assertiva de expansão comercial.



Celebração dos mais de 500 mercados abertos ocorreu durante a inauguração da sede própria da ApexBrasil, em Brasília



PRODUTOS CONTEMPLADOS NA ABERTURA E AMPLIAÇÃO DE MERCADOS

Cada país pode habilitar mais de um tipo de produto dentro dos acordos sanitários e comerciais firmados. Entre os principais itens incluídos na expansão de mercados, estão:

- Carne bovina
- Material genético bovino
- Carne de aves e derivados
- Material genético de aves
- Carne suína e derivados
- Erva-mate
- Pescados
- DDG de milho (Dry Distillers Grains)
- Farelo de mandioca
- Gergelim
- Noz-pecã
- Fibra de coco
- Arroz
- Frutas
- Algodão

Fonte: MAPA

O presidente Lula ressaltou que os avanços do país resultam de um esforço coletivo entre governo, empresários e sociedade. Para ele, a competitividade brasileira está associada à qualidade dos produtos e à capacidade de atender, simultaneamente, o mercado interno e o externo. “A gente produz para atender o mercado interno e produz tão bem que consegue atender às necessidades do mercado externo. Essa é a coisa mais perfeita que poderia acontecer”, afirmou durante o discurso na celebração.

O presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, também reconheceu o esforço do governo federal para ampliar o acesso do Brasil aos mercados internacionais. “O governo passado abriu pouco mais de 200 mercados em quatro anos. O nosso governo, em três anos, abriu mais de 500 mercados. Isso é fruto de um trabalho incansável do Ministério da Agricultura, com o apoio da Apex, do Itamaraty e do MDIC”, disse.

Somente em 2025, foram 225 mercados abertos em 58 destinos, entre países, territórios e blocos econômicos. Carnes e produtos bovinos, bovinos vivos, feijões, ovos, pintos de um dia, sêmen bovino, embriões bovinos, arroz, DDG de milho, carne de aves, produtos para alimentação animal, feno e castanha de baru estão entre os itens com maior número de aberturas no ano.

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DOS 225 MERCADOS ABERTOS EM 2025:



RECORDE NAS EXPORTAÇÕES

A estratégia de ampliação de mercados e diversificação de destinos consolidou um novo recorde para as exportações do agronegócio brasileiro em 2025. Segundo dados do MAPA, o setor alcançou US\$ 169,2 bilhões em vendas externas, o maior valor da série histórica, respondendo por 48,5% do total exportado pelo Brasil no ano, quando as exportações nacionais chegaram a US\$ 348,7 bilhões.

O desempenho positivo também foi refletido na corrente de comércio agropecuária, que atingiu US\$ 189,4 bilhões, resultado da soma entre exportações e importações do setor, estas últimas estimadas em US\$ 20,2 bilhões. Com isso, a balança comercial do agronegócio encerrou 2025 com superávit de US\$ 149,07 bilhões.

De acordo com o ministro da Agricultura e Pecuária, Carlos Fávaro, o resultado é consequência da atuação coordenada do MAPA com o MRE, o MDIC e a ApexBrasil, aliada à capacidade produtiva do agro nacional. O ministro destacou que a combinação entre abastecimento do mercado interno e expansão das exportações, apoiada por políticas de promoção comercial, tem impulsionado geração de emprego, renda e desenvolvimento, em um contexto de crescente adoção de tecnologias e práticas sustentáveis no campo.

PRINCIPAIS DESTINOS DAS EXPORTAÇÕES DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO EM 2025

Maiores compradores



CHINA
US\$ 55,3 bi
32,7% das exportações
↑ +11% em relação a 2024



União Europeia
US\$ 25,2 bi
14,9% das exportações
↑ +8,6% em relação a 2024



Estados Unidos
US\$ 11,4 bi
6,7% das exportações
↑ -5,6% em relação a 2024

PRODUTOS COM RECORDE DE EXPORTAÇÃO EM 2025

- Soja em grãos**
 - Recorde de volume embarcado
- Carne bovina**
 - Recorde em valor e volume;
 - 11 mercados abertos no ano
- Café**
 - Recorde em valor, impulsionado por preços internacionais elevados

PRODUTOS COM CRESCIMENTO ACELERADO EM 2025

- Carne suína**
 - Crescimento em valor e volume
 - Brasil torna-se o 3º maior exportador mundial
- Carne de frango**
 - Crescimento de volume, mesmo em cenário sanitário adverso
- Frutas**
 - Crescimento em valor e volume;
 - 26 mercados abertos nos últimos três anos
- Pescados**
 - Alta em valor e volume
- Gergelim**
 - Expansão após abertura do mercado chinês
- Miudezas de carne bovina**
 - Crescimento em valor e volume, com novos mercados
- DDG de milho**
 - Aumento de volume, com destaque para a Turquia
- Feijões**
 - Recorde em valor e volume exportados

Fonte: MAPA

AÇÃO INTEGRADA PARA A EXPANSÃO DO AGRO NACIONAL

Entre 2023 e 2025, a atuação conjunta da ApexBrasil, do Mapa, do MRE e do MDIC resultou em mais de 170 ações internacionais em 42 países, com US\$ 18 bilhões em negócios projetados e atendimento a mais de três mil empresas brasileiras. Nesse período, destacam-se as 19 missões oficiais presidenciais e 5 vice-presidenciais, que ampliaram a conexão do Brasil com mercados prioritários (leia mais na página 61).

Também merece destaque o ciclo inédito de 10 encontros internacionais, realizado entre 2023 e 2025, que percorreu todos os continentes e reuniu representantes dos Setores de Promoção Comercial e Investimentos (SECOMs), dos Setores de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTECs), além de adidos agrícolas, autoridades diplomáticas e entidades empresariais. A iniciativa teve como foco alinhar estratégias de promoção comercial e atração de investimentos, fortalecer a diplomacia econômica e posicionar o Brasil de forma ainda mais competitiva no cenário internacional (leia mais na página 58).

ENCONTRO DO AGRO FORTALECE ESTRATÉGIA INTERNACIONAL DO SETOR

A articulação entre governo, setor produtivo e a rede brasileira no exterior também foi fortalecida com a realização do Encontro Nacional do Agro e dos Adidos Agrícolas, em novembro, em Brasília, dedicado ao alinhamento de estratégias para ampliar exportações e acesso a mercados internacionais.

Promovido pela ApexBrasil e pelo Mapa, em parceria com o MRE e o MDIC, o encontro reuniu 54 adidos agrícolas, os chefes dos escritórios internacionais da ApexBrasil e 67 entidades do agronegócio que realizaram mais de 600 reuniões sobre os mercados estratégicos, com foco em temas de promoção comercial, abertura de mercado, melhorias de acesso e parcerias estratégicas. “Quando essa rede atua de forma integrada, o setor produtivo ganha mais previsibilidade, informação e capacidade de competir nos mercados internacionais”, afirmou Laudemir Müller, gerente de Agronegócios da ApexBrasil.

Encontro realizado em Brasília, em novembro de 2025, para alinhamento de estratégias voltadas à ampliação das exportações do agronegócio nacional



PROJETOS QUE AMPLIAM PRESENÇA DO AGRO BRASILEIRO NO MUNDO

A estratégia de expansão internacional do agronegócio brasileiro tem sido reforçada pelos projetos setoriais da ApexBrasil, desenvolvidos em parceria com entidades representativas das cadeias produtivas. Ao longo de 2025, a Agência executou 22 projetos setoriais, envolvendo cadeias como algodão, café, frutas, alimentos industrializados, açúcar, etanol, arroz, feijão e pulses, proteína animal, farelo de milho, vitivinicultura, doces e snacks, pescados e frutos do mar, reciclagem animal, entre outras.

Segundo o gerente de Agronegócios da ApexBrasil, Laudemir Müller, os projetos são instrumentos estratégicos para transformar acesso em resultado. “Com os projetos setoriais, conseguimos preparar as empresas, promover os produtos brasileiros de forma estruturada e gerar negócios consistentes. Essa atuação conjunta com as entidades setoriais permite ampliar escala, diversificar destinos e fortalecer a imagem do agro brasileiro como competitivo, sustentável e confiável no cenário internacional”, afirmou.



Projetos setoriais da ApexBrasil voltados para o Agronegócio

Projeto Agro.BR	Realizado em parceria com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA).
Projeto Cotton Brazil	Realizado em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA).
Projeto Amazing Foods Brazil	Realizado em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães e Bolos Industrializados (ABIMAPI).
Projeto Brazil The Coffee Nation	Realizado em parceria com a Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA).
Projeto Frutas do Brasil	Realizado em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frutas e Derivados (ABRAFRUTAS).
Projeto Halal do Brasil	Realizado em parceria com a Câmara de Comércio Árabe-Brasileira (CCAB).
Projeto Brazil Sugarcane Bioenergy Solution	Realizado em parceria com o Arranjo Produtivo Local do Alcool (APLA).
Projeto Brazilian Rice	Realizado em parceria com a Associação Brasileira da Indústria do Arroz (ABIARROZ).
Projeto Brazilian Beef	Realizado em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC).
Projeto Brazilian Chicken, Brazilian Duck, Brazilian Egg e Brazilian Pork	Realizado em parceria com a Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA).
Projeto Brazilian Distillers Grains	Realizado em parceria com a União Nacional do Etanol de Milho (UNEM).
Projeto Brazilian Cattle	Realizado em parceria com a Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (ABCZ).
Projeto Wines of Brazil	Realizado em parceria com o Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul (CONSEVITIS-RS).
Projeto Bioinsumos do Brasil	Realizado em parceria com a CropLife Brasil (CLB).
Projeto Açúcar e Etanol	Realizado em parceria com a União da Indústria de Cana-de-Açúcar e Bioenergia (UNICA).
Projeto Instant Coffee Brazil	Realizado em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABICS).
Projeto Brasil Sweets and Snacks	Realizado em parceria com a Associação Brasileira de Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (ABICAB).
Projeto Brazil Superfoods	Realizado em parceria com o Instituto Brasileiro de Feijão e Pulses (IBRAFE).
Projeto Brazilian Seafood	Realizado em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias de Pescados (ABIPESCA).
Projeto Brazilian Renderers	Realizado em parceria com a Associação Brasileira de Reciclagem Animal (ABRA).

PESCADOS: PARCERIA PARA AVANÇAR EM MERCADOS ESTRATÉGICOS

A ApexBrasil e a Associação Brasileira das Indústrias de Pescados (Abipesca) renovaram, em novembro de 2025, o convênio do projeto setorial Brazilian Seafood, voltado à internacionalização das empresas brasileiras do setor. Firmada em Brasília, a renovação marca a entrada do projeto em sua segunda fase, com vigência até 2027, e prevê investimento total de R\$ 12 milhões, divididos igualmente entre a ApexBrasil e a Abipesca.

Em articulação com o Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA), a parceria fortalece a atuação internacional do setor de forma integrada, refletindo os avanços institucionais registrados desde a recriação do Ministério pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Os resultados da fase anterior evidenciam o potencial de crescimento do setor. As exportações brasileiras de pescado passaram de US\$ 30 milhões em 2010 para US\$ 150 milhões em 2024, o melhor resultado dos últimos 15 anos, ainda que a participação do Brasil no mercado global, estimado em US\$ 120 bilhões, permaneça em cerca de 0,12%.

“Com o apoio da ApexBrasil, conseguimos resultados expressivos e o setor teve o melhor desempenho dos últimos 15 anos. Agora temos condições de avançar ainda mais. Nosso foco é consolidar a presença do pescado brasileiro em mercados estratégicos, como Estados Unidos e China”, afirmou Eduardo Lobo, presidente da Abipesca.

REFORÇO PARA CADEIAS DE ALGODÃO, ETANOL DE MILHO E FEIJÕES E PULSES

Durante a inauguração do Escritório da ApexBrasil em Mato Grosso, em novembro de 2025, a Agência firmou convênios com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa), a União Nacional do Etanol de Milho (Unem) e o Instituto Brasileiro do Feijão, Pulses e Colheitas Especiais (IBRAFE). Juntos, os acordos somam R\$ 42,62 milhões destinados à promoção comercial, inteligência de mercado e expansão das exportações.

No caso do algodão, a renovação do projeto Cotton Brazil, em parceria com a Abrapa, garantiu a continuidade das ações de promoção internacional da pluma brasileira. A iniciativa foi determinante para que o Brasil se tornasse o maior exportador mundial de algodão em 2024, antecipando uma meta prevista para 2030. “No ano comercial 2024/25, exportamos quase 3 milhões de toneladas de pluma, gerando US\$ 5 bilhões de receita somente com a exportação”, destacou Gustavo V. Piccoli, presidente da Abrapa.

Já a parceria com a Unem integra o Projeto Setorial de Promoção das Exportações de DDG/DDGS, alinhado à estratégia brasileira de valorização do etanol de milho e de seus coprodutos no mercado internacional. “É realmente gratificante e histórico para nós renovar, dentro da gestão do Jorge Viana, o segundo convênio com a ApexBrasil. A partir dessa parceria, passamos a ter atuação internacional, representados em diversos países pelos escritórios da Agência e em mais de 40 embaixadas brasileiras”, afirmou Guilherme Nolasco, presidente executivo da Unem.

A renovação do convênio com o IBRAFE, com investimento de R\$ 3,5 milhões para o período de 2026 a 2028, reforça o posicionamento do Brasil como referência global em proteínas vegetais e superalimentos. “Essa parceria tem permitido que tenhamos uma evolução, ao dar conhecimento ao mundo do que podemos produzir no Brasil, reunindo exportadores que fazem acontecer o projeto com a ApexBrasil”, afirmou Marcelo Eduardo Lüders, presidente do Instituto.

ESCRITÓRIO DA APEXBRASIL EM MATO GROSSO

A ApexBrasil inaugurou, em novembro de 2025, um escritório em Cuiabá (MT) para ampliar sua presença institucional no Centro-Oeste e reforçar o apoio direto às empresas e produtores da região. “Não é possível ampliar nossa presença nacional no agronegócio sem olhar para o Mato Grosso. O estado é extraordinário, avançou muito, fez seu dever de casa e responde por perto de um terço do saldo positivo da balança comercial brasileira, algo em torno de US\$ 30 bilhões ao ano. Estar sediados na capital do agronegócio, na Federação da Agricultura do Mato Grosso, é uma forma de oferecer um instrumento concreto para facilitar a vida de quem produz e quer exportar. Barreiras que existiam no passado estão sendo desmontadas: há uma reaproximação do governo federal com os produtores do estado, e agora quem quiser competir no mercado internacional terá a ApexBrasil por perto”, afirmou Jorge Viana, presidente da ApexBrasil.



Inauguração do escritório ApexBrasil em Cuiabá (MT), em novembro de 2025



Certificação da Organização Mundial de Saúde Animal (OMSA), recebida pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, na França, marca uma nova era para as exportações brasileiras de carne bovina

CARNE BOVINA CONSOLIDA LIDERANÇA GLOBAL

O desempenho da carne bovina brasileira em 2025 reforça os efeitos da abertura de mercados e da promoção internacional do setor. De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC), entre janeiro e novembro, o Brasil exportou 3,15 milhões de toneladas, alta de 18,3% em relação ao mesmo período de 2024, com receita de US\$ 16,18 bilhões, crescimento de 37,5%. O resultado parcial já supera todo o volume e valor registrados em 2024.

Esse desempenho é consequência de uma atuação coordenada entre setor produtivo e poder público. Segundo a ABIEC, a parceria com a ApexBrasil, por meio do Projeto Setorial Brazilian Beef, foi fundamental para fortalecer a promoção comercial e ampliar a presença internacional da carne bovina brasileira.

Um dos marcos do período foi o reconhecimento do Brasil como país livre de febre aftosa sem vacinação, concedido pela Organização Mundial de Saúde Animal (OMSA). O novo status sanitário amplia o acesso a mercados mais exigentes, fortalece a credibilidade internacional da pecuária brasileira e contribui para a agregação de valor às exportações.

Além de maior exportador mundial, o Brasil passou a ser também o maior produtor global de carne bovina. Segundo o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA), a produção brasileira foi estimada em 12,35 milhões de toneladas em 2025, superando os Estados Unidos, cuja projeção é de 11,81 milhões de toneladas.

Para o presidente da ABIEC, Roberto Perosa, os resultados do último ano refletem a maturidade do setor. “O desempenho de 2025 foi extraordinário. Conseguimos ampliar volume, valor e presença internacional, reforçando o papel do Brasil como fornecedor indispensável no abastecimento global de carne bovina”, afirmou.

CAFÉ BRASILEIRO CONQUISTA TERRA DO CHÁ

Com iniciativa da ApexBrasil, gigante chinesa Luckin Coffe realiza campanha nacional em suas unidades espalhadas pelo país com venda de cerca de 400 milhões de copos com a marca “Café do Brasil”



Copos produzidos pela Luckin Coffee com a temática brasileira. Mais de 30 mil lojas espalhadas pela China utilizaram embalagens em homenagem ao Brasil

A mais recente parceria firmada entre a ApexBrasil e a maior rede de cafés da China, a Luckin Coffee, fez com que os chineses que compraram o produto nas mais de 30 mil lojas espalhadas pelo país asiático ao longo do mês de dezembro de 2025 o adquirissem em embalagem com temática brasileira. A campanha “Brazil Season” compôs o conjunto de ações da ApexBrasil para promoção comercial e o fortalecimento da marca Brasil entre os consumidores chineses. Ao longo da campanha, foram vendidos cerca de 400 milhões de copos com a marca brasileira.

A parceria da ApexBrasil com a Luckin Coffee – maior rede de cafés da China – não é de agora e já rendeu mais de milhões. Tudo começou no final de 2023, por meio do programa Exporta Mais Brasil. Na ocasião, compradores da empresa chinesa

estiveram em Cacoal (RO) para conhecerem cafés produzidos na Amazônia e acabaram por comprar 4 mil sacas durante o evento. A partir deste primeiro contato, foi negociado, em 2024, um acordo para o fornecimento de até 120 mil toneladas a um valor de US\$ 500 milhões. Ainda naquele ano, Yan Yan Sabrina Zhao, chefe de Desenvolvimento Sustentável da Luckin Coffee, esteve na sede da ApexBrasil, em Brasília, quando enfatizou a qualidade do café brasileiro ao afirmar que “é o melhor do mundo”, e se comprometeu a promover o produto em seu país. Pouco tempo depois, em parceria com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), a Agência articulou um novo acordo que garantiu a compra de 240 mil toneladas do grão do Brasil, entre 2025 e 2029, por um valor recorde estimado em US\$ 2,5 bilhões.

E a história continua. Em maio de 2025, uma nova parceria foi firmada

com a Luckin Coffee para a abertura de 34 lojas temáticas com identidade brasileira, ampliando a visibilidade dos produtos do Brasil no varejo chinês e promovendo a cultura e os sabores nacionais para o consumidor local. Já em dezembro, a campanha “Brazil Season” estampada nos copos vendidos mostraram que a terra do chá está mesmo encantada pelo café do Brasil.

Os números também mostram que o produto brasileiro está de fato conquistando os consumidores chineses. Somente entre janeiro e outubro de 2025, o Brasil já havia exportado US\$ 335,1 milhões de café não torrado para a China. O valor representa mais de 50% do total vendido ao país asiático durante todo o período de 2024. Naquele ano, as exportações do produto para a China somaram US\$213,6 milhões.

| TARIFAÇÃO: TRANSFORMANDO A CRISE EM OPORTUNIDADE

BRASIL SOBERANO E ABERTO AO DIÁLOGO COM O MUNDO

Com firmeza e estratégia, país transformou crise do tarifaço norte-americano em oportunidade de expansão global

Quando, em agosto de 2025, os Estados Unidos impuseram tarifas de 50% - alíquota base de 10% acrescida de 40% adicionais - sobre produtos brasileiros, o país se viu diante de uma das maiores crises comerciais da última década. A medida surpreendeu o mercado, especialmente por afetar uma relação histórica e saudável. Os Estados Unidos figuram entre os principais parceiros comerciais do Brasil, sendo o segundo principal destino das exportações brasileiras, além de figurarem no ranking de investidores estrangeiros no país há mais de uma década.

O anúncio das sobretaxas gerou apreensão, mas também mobilização. A resposta não tardou e o Brasil se posicionou com uma combinação de firmeza diplomática, inteligência de mercado e abertura ao diálogo, transformando o desafio em oportunidade. Rapidamente, em articulação com o governo federal, a ApexBrasil se mobilizou para apoiar os principais setores atingidos, mapear novos mercados e evitar rupturas nas cadeias de exportação.

“O tarifaço nos desafia, mas também nos mobiliza. Desde o início, atuamos para apoiar as empresas brasileiras, identificar mercados alternativos e fortalecer a presença global do país”, afirmou Jorge Viana, presidente da ApexBrasil, na ocasião.

O presidente Lula reagiu com estratégia, serenidade e firmeza. No dia 13 de agosto, o governo lançou o Plano Brasil Soberano para apoiar exportadores impactados pelas sobretaxas. Composto por ações divididas em três eixos (fortalecimento do setor produtivo; proteção aos trabalhadores; e diplomacia comercial e multilateralismo), o Plano destina R\$ 30 bilhões para apoiar empresas afetadas. Durante o discurso de lançamento, no Palácio do Planalto, Lula reafirmou o compromisso do Brasil com o diálogo e a soberania:

“A gente vai continuar teimando em negociação. Nós gostamos de negociar. E nós não queremos conflito. Nesse país, a gente aprendeu que ninguém larga a mão de ninguém. A única coisa que precisamos exigir é que a soberania é intocável”, destacou Presidente Lula, no lançamento do Plano Brasil Soberano

O que começou como uma crise transformou-se em um movimento coordenado de afirmação do país como nação soberana, respeitada e confiável no cenário global.

LINHA DO TEMPO DO TARIFAÇO EUA-BRASIL (2025)

02 de abril

“Liberation Day”

O governo Trump anuncia a Ordem Executiva 14257:

“Regulating Imports with a Reciprocal Tariff to Rectify Trade Practices that Contribute to Large and Persistent Annual United States Goods Trade Deficits”.

- Estabelece tarifa recíproca de +10% (baseline) sobre todas as importações dos EUA.
- Países listados no Anexo II recebem sobretaxas adicionais, variando de +11% a +50%. O Brasil não estava inserido no Anexo II, ficando sujeito apenas ao baseline.

abril a julho

RECONFIGURAÇÃO TARIFÁRIA

O governo Trump realiza ajustes na OE 14257:

- Negocia acordos bilaterais com alguns países.
- Modifica sobretaxas para diversos parceiros.

26 de outubro

- Na ocasião da Cúpula da ASEAN, realizada em Kuala Lumpur, na Malásia, o presidente Lula da Silva e o presidente norte-americano Donald Trump protagonizaram um encontro que marcou uma virada no tom das relações bilaterais.

05 de abril

ENTRADA EM VIGOR DAS TARIFAS RECÍPROCAS

- A sobretaxa de +10% passou a ser aplicada a todos os parceiros comerciais.
- Países afetados pelas sobretaxas começam a sentir os efeitos da medida.

30 de julho

ORDEM EXECUTIVA 14323

“Addressing Threats to the United States by the Government of Brazil”

- Impôs sobretaxa adicional de +40% sobre importações dos EUA provenientes do Brasil.
- Apenas cerca de 700 produtos (nível HST-8) foram excluídos, como suco de laranja, celulose e itens da aviação civil.

20 de novembro

- Trump anuncia a retirada da tarifa de importação de 40% sobre mais de 200 produtos brasileiros.

APEXBRASIL NA LINHA DE FRENTE DA ESTRATÉGIA

Diante do impacto das medidas, a ApexBrasil intensificou seu trabalho de análise atuando lado a lado com o governo e o setor privado para oferecer alternativas reais às empresas brasileiras exportadoras.

Em setembro, a Agência produziu e publicou o estudo “Diversificação de Mercados por Estados Brasileiros”, detalhado sobre 195 produtos afetados, mapeando estado por estado e apontando oportunidades em mais de 70 novos mercados potenciais. A Agência reforçou sua presença na capital dos Estados Unidos, em Washington-DC, em parceria com a Embaixada do Brasil, a Câmara Americana de Comércio para o Brasil (AmCham), e o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), para manter o diálogo direto com autoridades e empresas norte-americanas.



Clique e acesse o estudo aqui:



Vice-presidente da República, Geraldo Alckmin, no Encontro Empresarial Brasil - México

Após o anúncio das tarifas, a ApexBrasil acelerou iniciativas internacionais já em curso, realizando missões ao México e ao Canadá, dois mercados importantes para a diversificação da pauta exportadora brasileira.

Em agosto, no México, a missão foi liderada pelo vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, e a Agência realizou o Encontro Empresarial Brasil - México, reunindo cerca de 200 empresários brasileiros de diferentes setores com empresários e autoridades mexicanas. Segundo Jorge Viana, o encontro foi muito produtivo e marcou um novo ciclo de cooperação econômica entre os dois países.

“Este foi um dos encontros empresariais mais produtivos que já fizemos, graças ao ambiente favorável que os líderes dessas duas importantes nações, as duas maiores economias da América Latina, construíram. Sem dúvida, o mais importante entre Brasil e México”, destacou Viana, que compôs a comitiva brasileira ao lado do ministro da Agricultura e Pecuária (MAPA), Carlos Fávaro, da ministra do Planejamento e Orçamento, Simone Tebet, do embaixador do Brasil no México, Nediilson Jorge, do deputado federal Jonas Donizette (PSB-SP) e empresários brasileiros.

“O que fizemos foi transformar um cenário adverso em movimento estratégico de diversificação. Não se trata apenas de reagir, trata-se de crescer com autonomia, consolidando o Brasil como parceiro confiável e competitivo. Queremos mostrar que o Brasil não fecha portas, mas também não ficará refém de decisões unilaterais.”

JORGE VIANA,
presidente da ApexBrasil



Diretora de Negócios da ApexBrasil liderando missão empresarial no Canadá

“O Brasil é um país que preza pelo diálogo e pela cooperação. Nós queremos que a relação com os Estados Unidos volte a ser o que sempre foi: uma parceria sólida, de respeito mútuo e benefícios compartilhados.”

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA,
Presidente da República

Em seguida, no Canadá, a ApexBrasil coordenou missão empresarial e institucional liderada pela diretora de Negócios da Agência, Ana Paula Repezza, que resultou no lançamento de um Comitê Conjunto de Cooperação Econômica e na definição de medidas concretas para ampliar parcerias em setores como energia, infraestrutura, inovação e agroindústria. A programação incluiu rodadas de negócios entre empresas dos dois países, visitas técnicas e o lançamento do primeiro “Panorama de Comércio e Investimentos Brasil – Canadá 2025”, elaborado em conjunto com a Embaixada do Brasil no Canadá e a Embaixada do Canadá no Brasil.

As iniciativas reforçaram a capacidade de resposta do Brasil e evidenciaram o alinhamento estratégico da Agência na promoção de novos mercados e no fortalecimento da diplomacia econômica. Além destas duas ações, realizadas em rápida sucessão, a Agência seguiu realizando missões internacionais e encontros empresariais em países como Indonésia, Malásia e Índia. Conheça todas as missões realizadas em 2025 na página 61.



Clique e acesse o estudo aqui:



RESULTADO: COM DIÁLOGO ABERTO, NEGOCIAÇÕES AVANÇAM

No final de outubro, durante a Cúpula da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN), realizada em Kuala Lumpur, na Malásia, o presidente Lula da Silva e o presidente norte-americano Donald Trump protagonizaram um encontro que marcou uma virada no tom das relações bilaterais.

O encontro serviu para reafirmar a disposição mútua de buscar uma solução negociada para as tarifas e restabelecer o ambiente de confiança que historicamente marcou o comércio entre os dois países. Em declarações à imprensa, o presidente Lula ressaltou o valor da diplomacia e da estabilidade nas relações comerciais:

“O Brasil é um país que preza pelo diálogo e pela cooperação. Nós queremos que a relação com os Estados Unidos volte a ser o que sempre foi: uma parceria sólida, de respeito mútuo e benefícios compartilhados.”

Do lado norte-americano, Trump também adotou um tom conciliador, reconhecendo a importância estratégica do Brasil como parceiro comercial e político. Ambos os líderes sinalizaram otimismo quanto ao avanço das tratativas e determinaram que as equipes técnicas continuassem trabalhando em busca de um acordo que beneficie os dois lados.

No dia 20 de novembro, o presidente dos Estados Unidos anunciou a retirada da tarifa de importação de 40% sobre mais de 200 produtos brasileiros como café, chá, frutas tropicais e sucos de frutas, cacau e especiarias, banana, laranja, tomate e carne bovina.

Para a ApexBrasil e o setor produtivo brasileiro, a abertura ao diálogo e a retirada das tarifas confirma que a postura firme e serena do Brasil foi essencial para manter canais diplomáticos abertos - reafirmando o país como nação soberana, respeitada e confiável no cenário global.

“Não se trata apenas de uma disputa comercial. É uma prova da resiliência do Brasil, da força do nosso setor produtivo e da capacidade nacional de se reinventar em cenários adversos”, destacou Jorge Viana, presidente da ApexBrasil.

As negociações permanecem abertas e sujeitas a ajustes conforme as conversações avancem entre as equipes técnicas dos dois países. *“Ainda há tarifas elevadas em produtos como café solúvel, calçados, mel e tilápia, e seguimos atuando nessas frentes. Não há justificativa econômica para que essas barreiras persistam: são produtos com forte presença nos EUA, que também se beneficiam desse comércio. Por isso, seguimos trabalhando para superá-las”,* reforça Viana.

QUANDO A CRISE VIRA OPORTUNIDADE E DEIXA APRENDIZADOS

O desafio imposto pelo ‘tarifaço’ norte-americano não apenas testou a diplomacia brasileira, mas também forneceu um plano estratégico para a próxima fase de desenvolvimento econômico e inserção global do país. Transformada em uma janela de oportunidades, a crise resultou em aprendizados essenciais que prometem guiar a política externa e comercial do Brasil em 2026 e nos anos subsequentes:



Força da soberania aliada ao diálogo estratégico:

A crise demonstrou que a soberania se exerce com firmeza, mas exige canais de diálogo sempre abertos. Em um mundo de tensões comerciais, o Brasil reafirma sua postura de manter uma política externa pragmática, baseada na confiança e na transparência, posicionando-se como um ator confiável e indispensável no cenário global.



Imperativo da diversificação econômica:

A dependência de poucos mercados ou categorias de produtos expõe a economia a vulnerabilidades geopolíticas. A lição clara é o fortalecimento das cadeias exportadoras para novos destinos e o aprofundamento das relações Sul-Sul como alicerces cruciais para a mitigação de riscos e a próxima fase de crescimento.



Inteligência comercial e apoio institucional:

A internacionalização de empresas, especialmente as de pequeno e médio porte, deve ser uma tarefa com o apoio do Estado. Isso requer o reforço contínuo de estruturas de promoção comercial como as que ApexBrasil vem promovendo ao fornecer apoio técnico, inteligência de mercado e antecipação de cenários para garantir a competitividade global.

DE BOGOTÁ A DUBAI: BRASIL CONCLUI GIRO INTERNACIONAL DE ARTICULAÇÃO ECONÔMICA

Encontros organizados pela ApexBrasil reuniram SECOMs, SECTECs e adidos agrícolas em todos os continentes para ampliar parcerias estratégicas e oportunidades para as empresas brasileiras

Um ciclo inédito de encontros internacionais, que ao longo de dois anos percorreu todos os continentes e reuniu representantes dos Setores de Promoção Comercial e Investimentos (SECOMs), Setores de Ciência, Tecnologia e Inovação (SECTECs), adidos agrícolas, autoridades diplomáticas e entidades empresariais, foi concluído em 2025.

Iniciada em 2023, a ação foi organizada pela ApexBrasil, em parceria com o Itamaraty, o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), visando alinhar estratégias de promoção comercial e atração de investimentos, fortalecer a diplomacia econômica e posicionar o Brasil de forma mais competitiva no cenário internacional.



Dubai recebeu a 10ª e última edição do ciclo de encontros, reunindo países do Oriente Médio e da Índia para ampliar parcerias estratégicas

Ao todo, foram realizadas 10 edições voltadas para a atuação em mercados-chave da África, América Central e Caribe, América do Sul, América do Norte, Ásia e Oceania, Europa e Oriente Médio. Participaram dos encontros 212 representantes, sendo 131 SECOMs, 54 SECTECs, 27 adidos agrícolas e 38 empresas e associações setoriais.

Para o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, o ciclo marca a virada de um período de menor presença internacional para uma atuação mais estratégica, baseada em diálogo constante e ampliação de oportunidades para as empresas brasileiras. “Esses encontros mostram que o Brasil está preparado para competir globalmente, abrindo novos caminhos para o comércio e reforçando parcerias estratégicas. Quando substituímos o isolamento, criamos muitas oportunidades. Essas reuniões serviram para montar estratégias”, disse Viana.



Em Tóquio, encontro reforçou os laços históricos e a cooperação entre Brasil e Japão

VOLTA AO MUNDO PARA REDESENHAR ESTRATÉGIAS

A agenda iniciou-se em Joanesburgo, na África do Sul, em junho de 2023, marcando a retomada de uma relação comercial mais ativa com o continente africano, simbolizada pela fala do presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, na ocasião: “Da África viemos e para a África voltaremos”. Desde então, o Brasil intensificou sua agenda na África com missões em países como Angola, Moçambique, Tanzânia, Nigéria, Gana, Costa do Marfim e Senegal. (Leia mais na página 63 – matéria sobre missões presidenciais)

De lá, a programação seguiu, em outubro do mesmo ano, para a América Central e Caribe, com encontro na Cidade do Panamá, onde a ApexBrasil apresentou um mapeamento de mais de 13 mil oportunidades para empresas brasileiras na região. Logo depois, ainda em 2023, em Bogotá, o foco esteve na retomada da presença em mercados estratégicos e no fortalecimento de parcerias com países da América do Sul. Segundo a diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza, “um novo mapa das oportunidades de investimento e de comércio na América do Sul começou a ser traçado a partir do encontro”.

Em março de 2024, foi a vez de focar na América do Norte, com um encontro em Washington, nos Estados Unidos, onde diplomatas, especialistas e representantes do setor privado trataram de comércio, investimentos e cooperação com os principais mercados do hemisfério, incluindo reuniões no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

O ciclo avançou em seguida para a Ásia entre outubro e novembro. Em Bangkok, o diálogo com países da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN) e Oceania destacou mais de 2.700 oportunidades identificadas pela ApexBrasil na região, em mercados que somam US\$ 322,2 bilhões. Depois, em Tóquio, os debates concentraram-se em países do Leste Asiático, região que representa mais de um terço da população mundial e um PIB superior a US\$ 30 trilhões.

Em abril de 2025, a etapa europeia levou o ciclo de debates a Lisboa, Varsóvia e Bruxelas, com foco no avanço do Acordo Mercosul-União Europeia e na ampliação das oportunidades para produtos e investimentos brasileiros. Em Lisboa, destacou-se o potencial dos produtos brasileiros e a assinatura do Acordo de Cooperação Técnica entre ApexBrasil e Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Em Varsóvia, as discussões enfatizaram

Entre os resultados gerados estão:

- Integração inédita entre órgãos de governo, diplomacia e setores empresariais e econômicos;
- Identificação de novas oportunidades comerciais e de atração de investimentos para o Brasil em todas as regiões prioritárias;
- Fortalecimento da imagem internacional do Brasil como parceiro confiável em comércio e investimentos;
- Maior apoio estratégico às empresas que buscam a internacionalização.

o potencial do Leste Europeu para diversificar mercados e atrair investimentos, incluindo iniciativas na área de biotecnologia. Já em Bruxelas, centro político da União Europeia, foram avaliados os setores que devem se beneficiar com a validação do Acordo Mercosul-União Europeia. Ao final, Jorge Viana afirmou: “Saio desta missão mais otimista do que cheguei. O Mercosul é uma oportunidade, uma solução e um caminho nesse novo contexto global”.

O ciclo global de encontros foi concluído em Dubai, em outubro de 2025, onde representantes de 14 países do Oriente Médio e da Índia se reuniram para ampliar parcerias estratégicas em setores como agro-negócios, indústria e serviços, discutindo oportunidades em proteína animal, café, apicultura, moda, calçados, cerâmica e rochas ornamentais.

Segundo Ana Paula Repezza, o encerramento do ciclo marca um redesenho da estratégia brasileira no exterior. “Fortalecer a atuação coordenada entre governo e setor privado é essencial para posicionar melhor nossos produtos e serviços nesses mercados de grande potencial”, afirmou durante o último encontro.

Em Bruxelas, os debates tiveram como foco a validação do Acordo Mercosul-União Europeia, um dos principais destaques da edição



Em Bangkok, o diálogo com países da ASEAN e da Oceania destacou mais de 2.700 oportunidades mapeadas pela ApexBrasil para empresas brasileiras



Encontro realizado na Cidade do Panamá, em outubro de 2023



LINHA DO TEMPO DOS ENCONTROS DE SECOMS, SETECS E ADIDOS AGRÍCOLAS

2023

2024

2025

- | | | |
|---|--|---|
|  Joanesburgo, África do Sul
(21 a 23 de junho) |  Washington, Estados Unidos
(12 a 15 de março) |  Lisboa, Portugal
(23 e 24 de abril) |
|  Cidade do Panamá, Panamá
(18 a 20 de outubro) |  Bangkok, Tailândia
(30 de outubro a 1º de novembro) |  Varsóvia, Polônia
(25 e 26 de abril) |
|  Bogotá, Colômbia
(23 a 25 de outubro) |  Tóquio, Japão
(4 a 6 de novembro) |  Bruxelas, Bélgica
(28 e 29 de abril) |
| | |  Dubai, Emirados Árabes Unidos
(2 a 4 de outubro) |

CONEXÕES GLOBAIS QUE GERAM NEGÓCIOS

Missões empresariais lideradas pela ApexBrasil reforçam a posição do Brasil como parceiro estratégico no cenário internacional

Nos últimos três anos, o Brasil tem conduzido um intenso trabalho de reconstrução e consolidação de suas relações diplomáticas e comerciais no cenário internacional. Sob a liderança do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o país voltou a ocupar espaços estratégicos, reaproximando-se de parceiros históricos, fortalecendo alianças e criando pontes de cooperação econômica. O que temos visto é uma política externa ativa, comprometida com o diálogo, com o multilateralismo e com o desenvolvimento sustentável – pilares que recolocaram o Brasil como protagonista das grandes agendas globais.

A ApexBrasil, em parceria com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e o Ministério das Relações Exterio-

res (MRE), tem sido peça central nesse movimento. Ao lado destes parceiros, a Agência realizou, de 2023 até o fim de 2025, um total de 24 missões empresariais internacionais, sendo 19 presidenciais e cinco vice-presidenciais, que reuniram mais de oito mil empresários brasileiros e estrangeiros em fóruns de negócios e encontros bilaterais em diferentes regiões do globo. Além destas, a ApexBrasil também realizou, ao longo do ano, missões internacionais lideradas pelo presidente da Agência, Jorge Viana, pela diretora de Negócios, Ana Paula Repezza e pelo diretor de Gestão Corporativa, Floriano Pesaro, em diferentes partes do mundo, prospectando negócios para empresas de diferentes setores, de todos os portes e costurando novas parcerias.

As iniciativas percorreram países estratégicos da América Latina, Amé-

rica do Norte, Ásia, Europa, Oriente Médio e África, onde foram assinados mais de 30 instrumentos de cooperação e anunciados mais de R\$ 250 bilhões em atração de investimentos. Um resultado marcante, fruto do fortalecimento da confiança internacional no Brasil e dos esforços técnicos da ApexBrasil em estreita articulação com o governo federal.

Somente em 2025, foram 10 missões - sendo sete presidenciais e três vice-presidenciais -, além das missões lideradas pela própria ApexBrasil. Ao longo do ano, o Brasil fez-se presente em países como Japão, Vietnã, China, França, Nigéria, México, Indonésia, Malásia, Moçambique e outros. Essas missões reforçaram a imagem do país como um parceiro confiável, aberto à cooperação, ao diálogo e comprometido com o crescimento compartilhado.

MISSÕES PRESIDENCIAIS E VICE-PRESIDENCIAIS

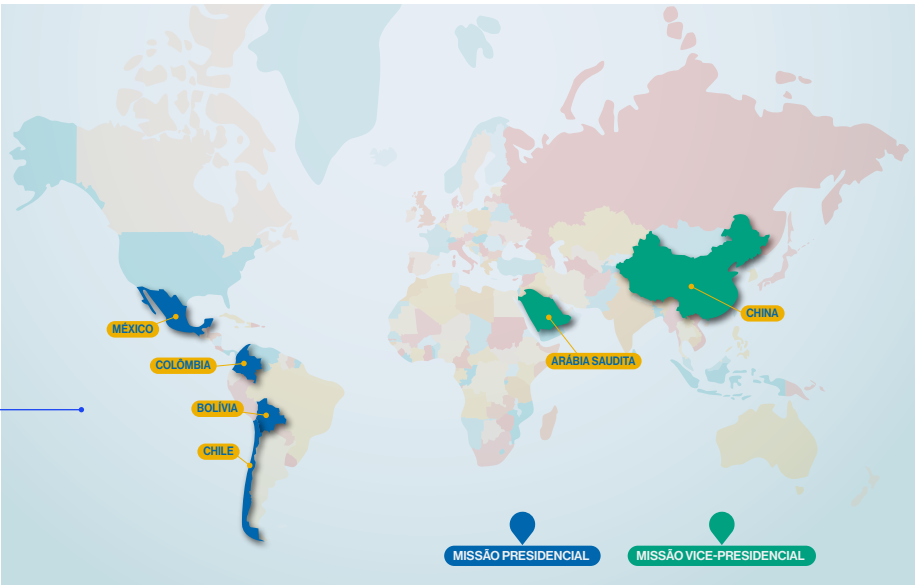
2023

- Argentina: Missão Presidencial
- Portugal: Missão Presidencial
- Espanha: Missão Presidencial
- China: Missão Presidencial
- Angola: Missão Presidencial
- Arábia Saudita: Missão Presidencial
- Catar: Missão Presidencial
- Alemanha: Missão Presidencial



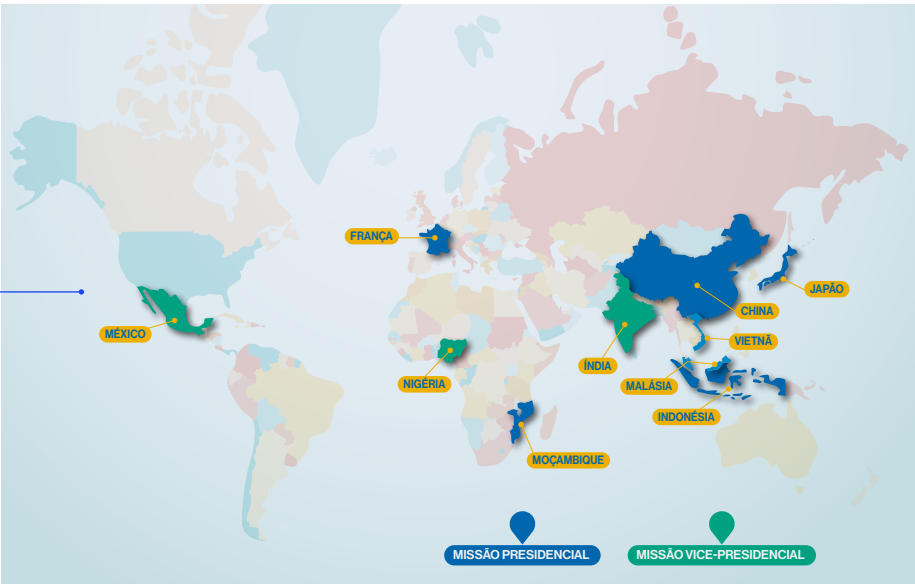
2024

- Colômbia: Missão Presidencial
- Arábia Saudita: Missão Vice-Presidencial
- China: Missão Vice-Presidencial
- Bolívia: Missão Presidencial
- Chile: Missão Presidencial
- México: Missão Presidencial



2025

- Japão: Missão Presidencial
- Vietnã: Missão Presidencial
- China: Missão Presidencial
- França: Missão Presidencial
- Nigéria: Missão Vice-Presidencial
- México: Missão Vice-Presidencial
- Índia: Missão Vice-Presidencial
- Indonésia: Missão Presidencial
- Malásia: Missão Presidencial
- Moçambique: Missão Presidencial



A seguir, confira o panorama das principais missões empresariais realizadas ao longo de 2025, que marcaram mais um ano de intensa atuação internacional da ApexBrasil.

ÁFRICA

Reaproximação estratégica

Desde o início do seu mandato, o presidente Lula deixou claro que a reaproximação do Brasil com o continente africano seria uma prioridade em seu governo. Como Agência responsável por promover as exportações, atrair investimentos e fomentar a internacionalização de empresas brasileiras, a ApexBrasil assumiu um papel importante na reconstrução dessa relação. Desde então, os esforços protagonizados pela Agência e o governo federal tem apresentado resultados importantes: em 2023, as exportações brasileiras para a África fecharam em US\$ 13,2 bilhões - o maior valor já exportado pelo Brasil para a região até então; já o ano de 2024 terminou ainda melhor, com um aumento de 20,5% em relação ao ano anterior, alcançando US\$ 15,5 bilhões. Em 2025, o valor exportado foi de US\$ 15,8 bilhões.

“Os dados refletem uma estratégia de reaproximação entre o Brasil e o continente africano, conduzida pelo governo do presidente Lula, com a ApexBrasil atuando de forma integrada. Seguiremos assim, não só promovendo as exportações, mas construindo parcerias duradouras, cooperação produtiva e desenvolvimento conjunto”, afirma o presidente da Agência, Jorge Viana. “Com 54 países e 1,4 bilhão de habitantes, trata-se de um mercado em clara expansão e repleto de oportunidades”, reforça a diretora de Negócios da Agência, Ana Paula Repezza.

Em 2025, a primeira missão empresarial internacional da Agência teve como destino a África Ocidental, abrangendo Nigéria, Gana, Costa do Marfim e Senegal. Na ocasião, estiveram presentes empresários de setores como alimentos e bebidas, bioeconomia, energia e economia criativa, que abriram caminhos para novas parcerias em mercados em expansão. Liderada pelo presidente Jorge Viana e pela diretora de Negócios, Ana Repezza, a missão deixou uma certeza: os países africanos têm interesse por produtos, investimentos e, principalmente, pela cooperação brasileira em diversos setores.

“Nosso produto é muito bom para os países africanos. As condições climáticas, as condições das estradas e a utilização são muito parecidas com o Brasil.”

ROBERTO MISCHKE,
representante da Volkswagen
Trucks and Bus

Durante Missão Empresarial à África Ocidental, ApexBrasil visita plantação de cacau na Costa do Marfim – Janeiro/2025





Equipe da ApexBrasil na Nigéria, durante Missão à África Ocidental – Janeiro/2025

“Na Nigéria, tivemos contato com uma empresa que faz a montagem de implementos agrícolas e carros, o que representa uma oportunidade. Em Dacar, conversamos com a maior empresa de transportes do Senegal, iniciando um diálogo que esperamos que gere resultados práticos”, contou Roberto Mischek, representante da Volkswagen Trucks and Bus que compôs a delegação. A empresa tem presença consolidada em Angola e Gana, e foi em busca de recuperar o mercado nigeriano e abrir o senegalês. “Nosso produto é muito bom para os países africanos. As condições climáticas, as condições das estradas e a utilização são muito parecidas com o Brasil”, comentou Mischek durante a missão.

Poucos meses depois, em junho, a ApexBrasil retornou à Nigéria em uma missão liderada pelo vice-presidente Geraldo Alckmin, com a presença do diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil, Floriano Pesaro e delegação de 70 empresários brasileiros dos setores de agronegócio, energia, tecnologia e saúde. Logo em seguida, em agosto, a relação ganhou novo impulso com a realização do **Fórum Empresarial Brasil–Nigéria**, em Brasília-DF, que reuniu empresá-



Vice-presidente e ministro Geraldo Alckmin e a ministra da Igualdade Racial, Anielle Franco, em plenária com o presidente da Nigéria, Bola Tinubu, durante Missão Empresarial à Nigéria - junho/2025

rios e autoridades dos dois países e reforçou o interesse mútuo em ampliar o comércio e os investimentos bilaterais. Foi nessa ocasião que a ApexBrasil anunciou a abertura de um novo desk da Agência no país, fortalecendo sua atuação no continente.

Antes disso, em maio, a ApexBrasil liderou a **Missão Empresarial Magreb 2025** que passou por Argélia, Tunísia e Marrocos, ampliando a presença brasileira em uma região estratégica por sua conexão com a Europa e o Oriente Médio. Empresas brasileiras prospectaram oportunidades em áreas como fertilizantes, agronegócio, construção civil, tecnologia e energia, reforçando a imagem do Brasil como parceiro confiável em projetos estruturantes e de desenvolvimento sustentável.

O ciclo de ações na África em 2025 foi concluído em Moçambique, durante a visita oficial do presidente Lula a Maputo, onde a ApexBrasil promoveu o **Fórum Empresarial Brasil–Moçambique**, reunindo centenas de empresários dos dois países em torno de oportunidades em agricultura, energia, infraestrutura, saúde, indústria e formação técnica.



“Em passado recente, o Brasil fechou os olhos para o continente africano e raras empresas faziam visitas à África. Eu sempre defendi olhar para a África, inclusive para começar a pagar uma dívida histórica, que não é mensurada em dinheiro. Uma dívida de 350 anos de escravidão. Nós devemos muito ao continente africano.”

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA,
presidente da República, durante o encerramento do Fórum Empresarial Brasil-Moçambique 2025

Milhares de oportunidades para explorar

A Ásia tem se posicionado como uma das regiões mais estratégicas para a política comercial e de atração de investimentos do Brasil. Com economias que concentram alta tecnologia, forte demanda por alimentos, energia e soluções sustentáveis, o continente reúne parceiros fundamentais para o crescimento brasileiro, como **Japão, China, Vietnã, Índia, Indonésia e Malásia**. Ao longo do ano, a atuação da ApexBrasil na região buscou ampliar e diversificar mercados para as nossas exportações, atrair investimentos e fortalecer o Brasil como player relevante em temas como transição energética, inovação, indústria verde e segurança alimentar.

Nesse contexto, destaca-se a relevância da relação do Brasil com a Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN) – bloco formado por Brunei, Camboja, Filipinas, Indonésia, Laos, Malásia, Mianmar, Singapura, Tailândia e Vietnã – que reúne mais de 650 milhões de habitantes e economias em rápida expansão. Segundo estudos da ApexBrasil, a região concentra milhares de oportunidades em setores como agronegócio, alimentos e bebidas, manufaturados, tecnologia, saúde, energia e construção, consolidando-se como um dos mercados mais promissores para a diversificação das exportações brasileiras e para a ampliação da presença do país no cenário global.

JAPÃO Missão Presidencial (março/2025)

Na ocasião da visita oficial do presidente Lula ao Japão, em março de 2025, a ApexBrasil organizou, em parceria com a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e o MRE, o **Fórum Empresarial Brasil-Japão**, realizado em Tóquio. Além do presidente Lula, participaram também o primeiro-ministro do Japão, Shigeru Ishiba, do presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, demais autoridades e cerca de 300 empresários de ambos os países. A agenda foi centrada em descarbonização, estratégias energéticas e cooperação econômica Japão-Mercosul, reforçando o interesse mútuo em desenvolvimento sustentável e transição verde.

O ano teve um toque especial para os dois países, pois foi tempo de celebrar os 130 anos da assinatura do Tratado de Amizade, Comércio e Navegação, ocorrida em 1895 – marco inaugural das relações bilaterais. Atualmente, o Japão é o 9º principal destino das exportações brasileiras e o 12º maior investidor no território brasileiro. Em 2025, Brasil e Japão também se encontraram na Expo Osaka 2025, (Confira mais sobre o pavilhão Brasileiro liderado pela ApexBrasil na página 22).

“Nosso comércio bilateral diminuiu nos últimos anos e esse Fórum Empresarial é a oportunidade que nós temos de reverter esse declínio. Estou seguro de que precisamos avançar com a assinatura de um acordo de parceria econômica entre Japão e Mercosul.”

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA,
presidente da República,
durante o Fórum Empresarial
Brasil – Japão



Em Pequim, presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, abre o Seminário Empresarial China – Brasil – Maio/2025

CHINA Missão Presidencial (maio/2025)

O **Seminário Empresarial China-Brasil**, realizado na ocasião da visita oficial do presidente Lula a Pequim, em maio, em parceria da ApexBrasil com o MRE, MDIC e com apoio do Conselho Empresarial Brasil-China, marcou um novo momento na história das relações entre os dois países. O evento reuniu mais de 800 participantes e resultou no anúncio de R\$ 27 bilhões em investimentos no Brasil, envolvendo empresas como GWM, Meituan, CGN, Envision, Mixue, Baiyin e DiDi, em setores que vão de energia renovável e mobilidade elétrica até semicondutores, mineração e alimentos.

“Somando os esforços dos ministérios, como o da Saúde, a Casa Civil e o escritório da Apex aqui em Pequim, estamos anunciando hoje R\$ 27 bilhões de investimentos de grupos e empresas chinesas no Brasil. Isso nunca aconteceu, é um fato inédito, extraordinário”, destacou o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, na ocasião.

A China, segunda maior economia do mundo, é hoje o principal parceiro



Presidente Lula em Pequim, durante encerramento do Seminário Empresarial China – Brasil

comercial do Brasil. Em 2025, o comércio entre Brasil e China atingiu um patamar histórico, com uma corrente de comércio de quase US\$ 171 bilhões, resultado de exportações brasileiras de US\$ 100 bilhões e importações de US\$ 71 bilhões, gerando um superávit de US\$ 29 bilhões. O país se destacou como o maior fornecedor chinês de produtos essenciais como soja, carnes bovina e de aves, celulose, algodão e açúcar, reforçando seu papel estratégico na segurança alimentar da China.

“A construção dessa aliança econômica entre China e Brasil não tem retorno. Estejam certos de que daqui pra frente só vai crescer. Queremos exportar mais e comprar mais. Boa política é aquela que é uma via de duas mãos, um jogo de ganha-ganha”, disse Lula em Pequim, durante encerramento do Seminário Empresarial China – Brasil.

ORIENTE MÉDIO

Missão Presidencial (maio/2025)

Também em maio, a ApexBrasil e o Consórcio Nordeste realizaram uma importante missão oficial ao Oriente Médio visando atrair investimentos estrangeiros para a região, em setores como transição energética, infraestrutura e turismo. A missão contou com a presença da diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza, do presidente do Consórcio Nordeste e governador do estado do Piauí, Rafael Fonteles, e de vários representantes de estados nordestinos. A delegação cumpriu compromissos em Riad, na Arábia Saudita, Doha no Catar, e Abu Dhabi e Dubai nos Emirados Árabes Unidos.

“Voltamos para o Brasil com uma certeza: o Nordeste tem um protagonismo global em temas como energia, agronegócio e sustentabilidade. Os árabes têm bastante interesse em investir na região e a ApexBrasil está aí para isso: criar pontes, criar oportunidades de conexão entre estes investidores estrangeiros e as oportunidades no Brasil em prol do desenvolvimento regional”, comentou Helena Brandão, gerente de Investimentos da ApexBrasil, que integrou a missão.

“Foi uma missão proveitosa com eventos para a apresentação do potencial do Nordeste em várias áreas. Sem dúvida são portas abertas para investimentos destes países nos nossos estados, na nossa região Nordeste, que vão gerar muitas oportunidades para o nosso povo”, destacou Rafael Fonteles, presidente do Consórcio Nordeste e governador do Piauí.



ÍNDIA

Missão Vice-Presidencial (setembro/2025)

A agenda de aproximação com a Índia iniciou-se em julho de 2025, quando a ApexBrasil promoveu no Rio de Janeiro, no Museu do Amanhã, o **Fórum Econômico Brasil-Índia**. Na abertura do evento, Jorge Viana ressaltou o momento especial: *“O Brasil se tornou um dos principais destinos globais para investimentos estrangeiros. No caso da Índia, não teremos outra oportunidade tão grande como esta”,* afirmando que o comércio bilateral, embora crescente, ainda não reflete o pleno potencial da parceria.

A mobilização culminou, em outubro, com a missão empresarial a Nova Délhi, sob liderança do vice-presidente da República e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, onde a ApexBrasil, em parceria com o governo federal, realizou o Diálogo Empresarial Índia-Brasil. O encontro reuniu cerca de 100 empresas e entidades dos dois países e teve como foco ampliar cooperação e investimentos em setores como

agronegócio, alimentos e bebidas, máquinas e equipamentos, construção, tecnologia, saúde, químicos e biocombustíveis.

A Índia, com sua população de cerca de 1,4 bilhão de pessoas, representa um mercado de enorme porte e dinamismo, ideal para exportações brasileiras de maior valor agregado e para diversificação da pauta. Segundo o estudo *Perfil de Comércio e Investimentos – Índia 2025* da ApexBrasil, há 385 oportunidades de exportação identificadas para empresas brasileiras em áreas como proteína animal, celulose, etanol, pedras preciosas e máquinas agrícolas.

Em 2025, a parceria comercial entre Brasil e Índia atingiu um patamar expressivo, com a corrente de comércio registrada em US\$ 15,2 bilhões, com destaque para exportações brasileiras de açúcar, petróleo bruto, óleos vegetais e algodão. Este cenário reforça o potencial de expansão da cooperação. Os encontros de 2025 visaram não só ampliar o volume comercial, mas adensar cadeias produtivas, diversificar mercados e inserir o Brasil com mais força no contexto global.

“Nós vamos fortalecer a relação entre Brasil e Índia, duas grandes democracias do mundo, que lutam pela paz e desenvolvimento. A Índia cresce a 7% ao ano, com 1,4 bilhão de pessoas e muitas oportunidades de negócios.”

GERALDO ALCKMIN,
vice-presidente da República
e ministro do MDIC

MALÁSIA

Missão Presidencial (outubro/2025)

Logo após visitar a Indonésia, o presidente brasileiro visitou a Malásia pela primeira vez, participando da Cúpula da ASEAN e liderando a **Cúpula Empresarial Brasil-Malásia**, organizada pela ApexBrasil e MRE. O encontro reuniu autoridades dos dois países e diversos empresários, resultando na assinatura de memorandos de cooperação focados em ciência e tecnologia, semicondutores, inovação, pesquisa espacial, agricultura sustentável e novos acordos de comércio que abriram seis novos mercados para produtos brasileiros, entre eles: pescados (extrativos e de cultivo), gergelim, melão, maçã, ovos em pó e carne de frango brasileira estava suspenso por questões sanitárias anteriormente e agora reabriu.

Os dados mais recentes da balança comercial confirmam o peso da parceria: em 2025, as exportações do Brasil para a Malásia somaram US\$ 5,1 bilhões, mantendo a relação comercial em superávit e consolidando a Malásia como destino relevante para produtos brasileiros.

Entre os principais produtos exportados estão minério de ferro, petróleo bruto e açúcar, embora a ApexBrasil identifique grande potencial para ampliar a pauta, sobretudo em produtos de maior valor agregado, como eletrônicos, químicos, fármacos, alimentos processados e maquinaria.

Para o Brasil, essa missão e os acordos assinados representam uma oportunidade estratégica de consolidar presença no Sudeste Asiático, com acesso a um mercado dinâmico e diversificado, não apenas em commodities tradicionais, mas também em setores industriais e tecnológicos de alto valor.

INDONÉSIA

Missão Presidencial (outubro/2025)

O **Fórum Empresarial Brasil – Indonésia** ocorreu em outubro de 2025, no âmbito da visita do presidente Lula ao país, consolidando a Indonésia como parceiro prioritário do Brasil no Sudeste Asiático. No encontro – que reuniu cerca de 357 empresários (129 brasileiros e 228 indonésios) – foram assinados diversos memorandos de cooperação entre o setor público e privado, com foco em energias renováveis, infraestrutura, agronegócio, tecnologia e investimentos.

Em 2024, a corrente de comércio bilateral Brasil – Indonésia alcançou US\$ 6,5 bilhões, com exportações brasileiras de US\$ 4,1 bilhões, posicionando o país como um dos destinos mais relevantes para o agronegócio, insumos e commodities brasileiras. Os principais produtos exportados continuam sendo farelo de soja, açúcares e melaços, que respondem por parcela expressiva da pauta e o interesse do Brasil é promover a diversificação da pauta exportadora com foco em produtos de maior valor agregado.

A missão de 2025 reforçou a confiança bilateral e abriu espaço para intensificar a cooperação em setores de destaque – sobretudo energia limpa, bioenergia, agronegócio sustentável e infraestrutura logística –, sinalizando que a Indonésia deve figurar entre os principais vetores de exportação e investimento do Brasil no futuro próximo.



Foto: Ricardo Stuckert | PR

Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, a presidenta da Comissão Europeia, Ursula von der Leyen

A relação entre Brasil e União Europeia (UE) sempre teve importância central na diplomacia comercial brasileira. Em 2025, esse vínculo ganhou nova relevância com o avanço rumo à ratificação do acordo entre Mercosul e UE, tratado que promete abrir um mercado de cerca de 700 milhões de pessoas e transformar o Brasil em fornecedor competitivo e integrado às cadeias produtivas europeias.

Após 26 anos de negociações, o acordo foi assinado no dia 17 de janeiro deste ano, no Paraguai, após aprovação no Conselho Europeu. Para o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, o resultado reflete um esforço político e institucional consistente, com protagonismo do governo brasileiro. *“O presidente Lula teve um papel essencial. A Apex também, junto com o Itamaraty. Nosso escritório em Bruxelas trabalhou continuamente para esse resultado”,* afirmou. *“A diplomacia brasileira muda de patamar”,* acrescentou o chefe de Assuntos Estratégicos da ApexBrasil Europa, Aloysio Nunes, que calcula em US\$7

bilhões, em até quatro anos após a vigência do acordo, o aumento das exportações brasileiras para a União Europeia.

O texto, que ainda precisa ser analisado tanto pelo Parlamento Europeu quanto pelos congressos dos países-membros do Mercosul, prevê a redução imediata de tarifas para bens industriais estratégicos, como máquinas e equipamentos de transporte, incluindo motores, geradores, autopeças e aeronaves. Também abre novas oportunidades para cadeias como couro e peles, pedras de cantaria, cutelaria e produtos químicos. Está prevista ainda a redução gradual das tarifas, até sua eliminação, para um conjunto relevante de commodities, respeitados os limites de cotas.

Em 2025, as exportações brasileiras para a União Europeia somaram cerca de US\$ 49,8 bilhões, crescimento de 3,2% em relação a 2024, reforçando a importância do bloco europeu como parceiro estratégico e diversificado para o comércio exterior brasileiro.

“O presidente Lula teve um papel essencial. A Apex também, junto com o Itamaraty. Nosso escritório em Bruxelas trabalhou continuamente para esse resultado. A diplomacia brasileira muda de patamar.”

ALOYSIO NUNES,
chefe de Assuntos Estratégicos
da ApexBrasil Europa

Presidente Lula discursa no encerramento do Fórum Empresarial Brasil – França 2025



FRANÇA

Missão Presidencial (junho/ 2025)

Durante a visita oficial do presidente Luiz Inácio Lula da Silva à França, em junho, a ApexBrasil, em conjunto com o MDIC, MRE, CNI e a Business France, realizou o **Fórum Econômico Brasil-França**, em Paris. O encontro reuniu cerca de 600 empresários dos dois países com o objetivo de estreitar relações comerciais e investimentos bilaterais.

Na ocasião, foi anunciada a intenção de que empresas francesas invistam R\$ 100 bilhões no Brasil nos próximos cinco anos (2026-2030), volume que demonstra o reavivamento da confiança no país como destino estratégico para capital estrangeiro. Entre os projetos previstos estão aportes em energia renovável, infraestrutura, indústria, logística, tecnologia e serviços, reforçando a vocação de modernização econômica e sustentável do Brasil.

Para a ApexBrasil, o anúncio representa mais do que um número: simboliza o retorno da diplomacia comercial ativa, com o Brasil reconquistando seu papel como parceiro relevante no cenário global e atraindo investimentos de longo prazo que podem transformar cadeias produtivas, gerar empregos e fortalecer a competitividade nacional.

AMÉRICA DO NORTE

As duas missões empresariais realizadas pela ApexBrasil na América do Norte, em 2025, aconteceram em um contexto geopolítico delicado: logo após o anúncio do tarifaço imposto pelos Estados Unidos aos produtos brasileiros. A resposta foi imediata e estratégica. Com foco na diversificação de mercados e no fortalecimento de parcerias regionais, a Agência intensificou sua atuação no México e no Canadá, ampliando o diálogo bilateral, abrindo novas oportunidades de negócios e reforçando a presença do Brasil em cadeias globais de valor.



Jorge Viana durante encerramento do Encontro Empresarial México – Brasil 2025

MÉXICO Missão Vice-presidencial (agosto/2025)

Liderada pelo vice-presidente da República e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, a missão empresarial ao México marcou o início de uma nova fase de cooperação entre os dois países. Na ocasião, a ApexBrasil em parceria com o governo federal organizou o **Encontro Empresarial México – Brasil** que reuniu cerca de 400 empresários brasileiros e mexicanos em encontros estratégicos voltados a setores como agronegócio, biocombustíveis, indústria, saúde, tecnologia, infraestrutura e transporte.

Além de fortalecer o diálogo político e comercial, a missão buscou ampliar o intercâmbio de investimentos e aprofundar a complementaridade produtiva entre as duas maiores economias da América Latina. O México já figura entre os principais parceiros comerciais do Brasil na região e a corrente de comércio bilateral mantém trajetória de crescimento, com destaque para exportações brasileiras de máquinas, produtos químicos, alimentos e insumos industriais. A iniciativa sinalizou não apenas uma resposta concreta ao tarifaço norte-americano, mas também uma estratégia de longo prazo para integração regional, geração de empregos e fortalecimento da indústria nacional.

“Este foi um dos encontros empresariais mais produtivos que já fizemos, graças ao ambiente favorável que os líderes dessas duas importantes nações, as duas maiores economias da América Latina, construíram. Sem dúvida, o mais importante entre Brasil e México.”

JORGE VIANA,
presidente da ApexBrasil

Ana Paula Repezza discursa durante missão empresarial ao Canadá em 2025

CANADÁ

Na sequência, em setembro, a ApexBrasil realizou missão empresarial ao Canadá, liderada pela diretora de Negócios da Agência, Ana Paula Repezza, com o objetivo de ampliar a pauta exportadora brasileira, atrair investimentos e aproximar empresas dos dois países em setores estratégicos. A agenda incluiu rodadas de negócios, encontros institucionais e a apresentação de estudos de mercado que evidenciam o potencial do Brasil como fornecedor confiável e competitivo.

Em 2024, a corrente de comércio entre Brasil e Canadá alcançou cerca de US\$ 9 bilhões, com superávit para o lado brasileiro. A pauta de exportações inclui produtos como alumina, ouro, celulose e alimentos, mas a ApexBrasil identificou oportunidades expressivas em áreas de maior valor agregado, como alimentos e bebidas, biocombustíveis, energia renovável, máquinas e equipamentos, tecnologia, construção e bens de consumo sustentável.

A missão reforçou o interesse mútuo em projetos ligados à transição energética, à economia verde e à inovação, temas em que Brasil e Canadá vêm construindo uma agenda convergente e promissora.

“Este é um momento mais que oportuno para intensificar nossa presença no Canadá. O cenário internacional exige que o Brasil diversifique mercados, em um contexto de turbulência tarifária com os Estados Unidos e da retomada das negociações do Acordo Mercosul-Canadá, com perspectivas de concretização de negócios mapeados nos próximos meses”, destacou Ana Repezza, em seu discurso durante a missão.



“Este é um momento mais que oportuno para intensificar nossa presença no Canadá.”

JORGE VIANA,
presidente da ApexBrasil

INVESTIMENTO ESTRANGEIRO NO BRASIL CHEGA AO MAIOR NÍVEL EM DEZ ANOS

País se mantém na segunda posição no ranking mundial de Investimentos Estrangeiros Diretos (IED) e soma o melhor resultado desde 2014. Ação estratégica da ApexBrasil foca em atrair investimentos para setores com grande potencial competitivo

Brasil segue ampliando sua presença no radar de investidores internacionais com o apoio da ApexBrasil. Entre janeiro e novembro de 2025, os Investimentos Estrangeiros Diretos (IED) no país somaram US\$ 84,1 bilhões, considerado o melhor resultado desde 2014, segundo o Banco Central (BCB). Para o vice-presidente e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Geraldo Alckmin, os números refletem a estratégia adotada pelo governo. “O presidente Lula já disse que 2025 seria o ano da colheita. Esses dados de investimentos revelam muito sobre a qualidade das sementes que foram plantadas nesse governo”, afirmou.

De acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvi-

mento Econômico (OCDE), o Brasil manteve, em 2025, a segunda posição no ranking mundial de IED, atrás apenas dos Estados Unidos.

Ao longo dos últimos anos, o governo tem retomado sua presença internacional, reconstruindo vínculos diplomáticos e comerciais, bem como fortalecido o diálogo e o desenvolvimento sustentável. Nesse movimento, a ApexBrasil, em parceria com o MDIC e o Ministérios das Relações Exteriores (MRE), teve papel estratégico ao promover 24 missões empresariais internacionais em países estratégicos da América Latina, América do Norte, Ásia, Europa, Oriente Médio e África, entre 2023 e 2025. As ações resultaram no anúncio de mais de R\$ 250 bilhões em investimentos para os próximos anos. (Leia mais na página 61)

Para o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, os números são resultado de um trabalho contínuo de reposicionamento do Brasil no cenário internacional, com foco na reconstrução da confiança. “As missões abriram portas, reaproximaram parceiros e mostraram ao mundo um país estável, comprometido e pronto para receber investimentos”, afirmou.

Segundo Viana, a estratégia também passa pela valorização de áreas-chave da economia brasileira. “Estamos dialogando com investidores globais em temas estratégicos como transição energética, agronegócio, nova industrialização e desenvolvimento regional, setores em que o Brasil tem enorme potencial competitivo e capacidade de liderar projetos de longo prazo”.



Painel organizado pela ApexBrasil no CV in Brasil 2025, em São Paulo

ARTICULAÇÃO ESTRATÉGICA

Ao longo de 2025, a ApexBrasil organizou e apoiou eventos internacionais de grande porte, executou programas de promoção comercial e de investimentos, representou o Brasil em reuniões com parceiros estratégicos e participou de fóruns e eventos globais ampliando o diálogo com governos e investidores.

Nesse conjunto de ações, um total de 365 investidores estrangeiros receberam apoio da Agência durante o ano passado, com informações sobre os setores brasileiros, organização de reuniões com contrapartes brasileiras (públicas e privadas), mapeamento de oportunidades de investimentos em projetos, dentre outras ações. Ao final, foram 69 anúncios de investimentos internacionais apoiados pela Agência em 2025, que resultaram em um volume de investimentos estrangeiros de US\$ 9,94 bilhões, um valor 15,6% maior que o registrado em 2024 (US\$ 8,6 bilhões).

Segundo a gerente de Investimentos da ApexBrasil, Helena Bran-

dão, os resultados são fruto de uma atuação coordenada e baseada em articulação estratégica. “Para apoiar esse esforço, a Agência atua de forma coordenada com parceiros públicos e associações setoriais, contribuindo para as ações de atração de investimentos. Também desenvolvemos inteligência de mercado para identificar oportunidades, vantagens comparativas, regiões com maior potencial e investidores internacionais estratégicos”, explicou.

Além do aporte de capital, os projetos apoiados pela Agência também tiveram impacto na geração de empregos. Em 2025, as iniciativas de investimento estrangeiro acompanhadas pela ApexBrasil resultaram no anúncio da criação de 166,97 mil postos de trabalho, um crescimento de 1.300% em relação aos 11,89 mil empregos registrados em 2024.



APEXBRASIL ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS 2025

Projetos apoiados

365
investidores estrangeiros atendidos

Investimentos facilitados

69
projetos de investimentos estrangeiros anunciados no Brasil

US\$ 9,94 bi
em 2025

Postos de trabalho anunciados

166,97 mil
postos de trabalho em 2025



TRANSIÇÃO ENERGÉTICA

Em sintonia com o fortalecimento de setores estruturantes, a ApexBrasil ampliou, em 2025, a atuação na agenda de transição energética. Entre as iniciativas, destacam-se os programas *Invest in Brasil – Hydrogen* e *Invest in Brasil – Net-Zero Solutions*, voltados à atração de investimentos em hidrogênio de baixa emissão de carbono e em soluções para a descarbonização de setores industriais intensivos em energia.

Alinhado ao Programa Nacional de Hidrogênio (PNH₂), à Lei nº 14.990/2024 e às diretrizes da Nova Indústria Brasil, o *Invest in Brasil – Hydrogen* busca estimular parcerias internacionais e viabilizar projetos de produção de hidrogênio e seus derivados. “A iniciativa aproveita vantagens competitivas do Brasil, como a matriz elétrica majoritariamente renovável, custos competitivos e hubs estratégicos, especialmente no Nordeste e no Sudeste”, afirmou Helena Brandão. Em 2025, o programa atendeu 30 investidores internacionais de 16 países, interessados em projetos *greenfield*, expansão e parcerias estratégicas, resultando em quatro anúncios de investimentos no Rio de Janeiro, que somam US\$ 3 bilhões com potencial para gerar cerca de três mil empregos.

Já o *Invest in Brasil – Net-Zero Solutions* foi estruturado como um programa de *softlanding* para empresas estrangeiras com soluções inovadoras de baixo carbono aplicáveis à indústria brasileira. “O programa facilita a entra-

da de tecnologias voltadas à descarbonização da indústria, contribuindo para uma economia mais verde, competitiva e sustentável”, explicou Carlos Eduardo Padilla, coordenador da área de Investimentos da ApexBrasil. No ano passado, a ação sensibilizou 21 empresas internacionais, das quais 10 foram selecionadas para uma etapa avançada de *softlanding*, com foco em soluções como captura e armazenamento de carbono (CCS), redução de emissões de metano, otimização energética e novas fontes de energia limpa. As empresas selecionadas receberam serviços de desenvolvimento de negócios voltados ao mercado brasileiro e participaram de uma imersão no Brasil durante a OTC Brasil 2025.

Carlos Eduardo Padilla, coordenador da área de Investimentos da ApexBrasil, no lançamento do programa *Invest in Brasil Net-Zero Solutions*, durante a CERWeek 2025, em Houston, nos EUA



MINERAIS CRÍTICOS

Ainda na agenda de transição energética, a ApexBrasil tem atuado na atração de investimentos no segmento de minerais críticos, por meio do programa *Invest in Brasil – Critical Minerals*. A iniciativa busca inserir o país nas cadeias globais de suprimento de insumos estratégicos, como terras raras, níquel, lítio, cobalto, grafite, cobre e titânio, essenciais para tecnologias de energia limpa, incluindo veículos elétricos, baterias, turbinas eólicas, células a combustível e equipamentos eletrônicos.

Além de mapear oportunidades, o programa prioriza investimentos no adensamento industrial para ampliar a participação do Brasil em cadeias globais de maior valor agregado.

De acordo com a diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza, a estratégia está ancorada em vantagens estruturais do país. “O Brasil conta com reservas relevantes de minerais críticos e adotou, como política de governo, uma mineração orientada à sustentabilidade, à tecnologia e à redução de emissões de carbono”, destacou.

Em novembro de 2025, Repezza participou da *Raw Materials Week 2025*, evento organizado pela Comissão Europeia em Bruxelas, na Bélgica, para apresentar o Brasil como destino competitivo para investimentos no setor. A Agência elaborou, em parceria com o Instituto Brasileiro de Mineração (IBRAM), um catálogo com projetos de mineração no país, destacando oportunidades alinhadas às demandas globais por minerais estratégicos.

“Foram apresentados alguns destes projetos para stakeholders e investidores europeus. Também trabalhamos com equipes da Comissão Europeia para desenvolver um processo de aceleração destes projetos, apresentando para fundos da região e contando com todo o suporte e facilitação da União Europeia para que os investidores consigam minimizar seus riscos de investimentos no Brasil. É uma cooperação



Ana Paula Repezza, diretora de Negócios da ApexBrasil, apresenta projetos brasileiros de mineração durante a Raw Materials Week 2025

importante que surge aqui e que a gente espera ter resultados bem promissores para o nosso país”, afirmou Ana Repezza, na ocasião.

VALORIZAÇÃO REGIONAL

Outra frente de atuação da ApexBrasil é voltada ao fortalecimento da capacidade dos estados brasileiros de atrair investimentos estrangeiros. A Agência lançou, em abril de 2025, o programa *Investe Mais Estados*, em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). A iniciativa tem como foco ampliar e diversificar os destinos de IED no país, com atenção a projetos alinhados à descarbonização e à economia verde.

“A nossa gestão tem um olhar especial para o Norte e o Nordeste, e vamos aplicar a mesma lógica na atração de investidores. Essas duas regiões representam hoje cerca de 10% da receita das empresas de investimento estrangeiro, uma realidade que precisamos mudar”, afirmou o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana.

Helena Brandão reforça que a estratégia não busca reduzir o protagonismo das regiões que tradicionalmente concentram investimentos, mas ampliar o alcance territorial do IED. “Nossa intenção é aumentar o volume de investimentos estrangeiros no Brasil como um todo. Queremos que as regiões Sul e Sudeste continuem recebendo recursos, mas que possamos atrair ainda mais investimentos para o Norte, Nordeste e Centro-Oeste”, destacou.

Estruturado em dois pilares: capacidade institucional e promoção de investimentos, o *Investe Mais Estados* contempla desde o diagnóstico institucional e o mapeamento de projetos até ações de marketing e relacionamento com investidores. Entre as ferramentas desenvolvidas está o *Guia de Atração de Investimentos Estrangeiros*, elaborado pela ApexBrasil para apoiar estados e municípios na compreensão de conceitos-chave, na adoção de boas práticas e na estruturação de agências de promoção de investimentos (APIs).

Implementado como projeto-piloto, o programa superou as expectativas em 2025. A meta inicial previa a adesão de dez estados ao Diagnóstico de Maturidade para Atração de Investimentos, mas um total de 22 unidades da Federação participaram da ferramenta. No eixo de capacitação, sete oficinas presenciais realizadas em diferentes regiões do país resultaram na estruturação de 49 oportunidades para atração de investimentos estrangeiros.



Clique e acesse aqui o “Guia de Atração de Investimentos Estrangeiros”



FERTILIZANTES

Para reduzir a dependência superior a 90% de fertilizantes importados na produção agrícola nacional e ampliar a segurança de suprimento do insumo, a ApexBrasil e o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) promoveram, em junho de 2025, o workshop “Fertilizantes 2025: cenários e perspectivas”. Realizado em Brasília-DF, o evento integrou a estratégia do programa Invest in Brasil – Fertilizantes, voltado à atração de investimentos internacionais para o setor, e reuniu cerca de 250 participantes entre representantes do poder público, entidades associativas e empresas da cadeia produtiva agrícola.

Na ocasião, a ApexBrasil e o Sindicato Nacional da Indústria de Matérias-primas para Fertilizantes (Sinprifert) renovaram, por mais dois anos, o protocolo de intenções para atrair investimentos para o setor. Um dos objetivos centrais é apoiar a meta do Plano Nacional de Fertilizantes 2023–2050, que prevê a redução da dependência externa de fertilizantes para 50% até 2050.



Foto: Van Castro



Diretor de Gestão Corporativa, Floriano Pesaro, e a gerente de Investimentos, Helena Brandão, durante edição do CV in Brasil 2025

CV IN BRASIL: O MAIOR ENCONTRO DE CVC DA AMÉRICA LATINA

Com foco na atração de investimentos, a ApexBrasil promove eventos de grande porte voltados à projeção do Brasil como destino de negócios. Nesse contexto, o Corporate Venture in Brasil (CV in Brasil) consolidou-se como um dos principais encontros dedicados ao fortalecimento do ecossistema de inovação e investimento. Em 2025, o programa completou dez anos e teve a 9ª edição realizada em outubro, em São Paulo.

Considerado o maior evento de Corporate Venture Capital (CVC) da América Latina, o CV in Brasil é realizado pela ApexBrasil, em parceria com o Global Corporate Venturing (GCV), desde 2015. O encontro reúne executivos, investidores e líderes de inovação de diferentes países para discutir tendências, oportunidades e desafios do setor.

“O Corporate Venture in Brasil consolidou-se como um dos principais pontos de encontro entre corporações brasileiras e estrangeiras, conectando inovação, capital e estratégia. É um espaço onde o Brasil se apresenta ao mundo como um polo de oportunidades em tecnologia e novos negócios”, afirmou Floriano Pesaro, diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil.

CORPORATE VENTURE IN BRASIL - 10 ANOS EM NÚMEROS

+US\$ 750 mi
movimentados em
investimentos

+4 mil participantes
de diferentes países e
setores

+1.000 reuniões
de negócios entre
corporações, fundos e
startups

582 palestrantes:
líderes globais em
inovação e investimento
218 fundos brasileiros
integrados ao
ecossistema de CVC

140 CVCs
internacionais trazidos
ao Brasil para investir
em fundos e startups
nacionais

Ao longo de dez anos, o CV in Brasil já movimentou mais de US\$ 750 milhões, reuniu mais de 4 mil participantes, 582 palestrantes e promoveu mais de mil reuniões de negócios. O evento contou com a participação de 218 fundos brasileiros e trouxe ao país 140 CVCs internacionais que investiram em fundos e startups nacionais.

A programação de 2025 incluiu palestras, workshops, mesas redondas e sessões de negócios entre fundos estrangeiros e startups e fundos brasileiros. Entre os destaques da programação estiveram Diego Barreto, CEO do iFood, e os executivos Thomas Whiteaker e Alexandre Pfeiffer, da IBM.

O evento foi precedido da 4ª edição do Women in Venture (WINV), programação especial dedicada à liderança feminina no ecossistema de

inovação. Com o tema “Equidade que Transforma: Mulheres, Capital e Impacto”, o encontro reuniu mais de 100 executivas do Brasil e do exterior que debateram os avanços e desafios para ampliar a presença feminina nos investimentos de risco e inovação. O evento contou com painéis de empresas como GB Ventures, Thomson Reuters Ventures e Lightrock, além de uma sessão de pitches com startups lideradas por mulheres.

“É muito mais do que um evento. Trata-se de um programa estruturado, no qual a ApexBrasil realiza missões prospectivas para sensibilizar corporações estrangeiras, compreender suas teses de investimento e apresentar as oportunidades do Brasil”, afirmou Livia Carbonell, Coordenadora de Investimentos da Agência.



Livia Carbonell (à esquerda) e integrantes da equipe de investimentos da Petrobras durante entrega do Corporate Venture in Brasil Awards de 2025

Foto: Van Castro



Deborah Fortuna e Aarão Prado gravam episódio do Apexpod com o diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil, Floriano Pesaro

CONHECIMENTO QUE IMPULSIONA A INTERNACIONALIZAÇÃO

Podcasts, videocasts e webséries criadas pela ApexBrasil oferecem conteúdo estratégico e acessível para informar, inspirar e impulsionar as exportações de empresas brasileiras

Informação de qualidade é vantagem estratégica e competitiva. Em 2025, a ApexBrasil consolidou-se como referência na produção de conteúdos gratuitos e inovadores que descomplicam o comércio internacional, capacitam empreendedores e fortalecem a cultura de desenvolvimento dos negócios de empresas brasileiras.

Com a segunda temporada do podcast Apexpod, o lançamento da WebSérie Destino Exportação, duas edições do videocast Apexpod em Movimento e ainda a terceira temporada do programa Histórias Exportadoras, a Agência reforçou sua missão de levar conhecimento a quem quer ir mais longe, democratizando o acesso a informações, orientações, tendências e boas práticas que moldam o futuro das empresas brasileiras no cenário global.

DESTINO EXPORTAÇÃO: A WEBSÉRIE QUE DESCOMPLICA O COMÉRCIO EXTERIOR

Lançada em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a web-série Destino Exportação nasceu para tornar o universo do comércio internacional mais acessível – especialmente para micro e pequenos empreendedores. Em episódios curtos, dinâmicos e objetivos, a série mostra o passo a passo de uma jornada exportadora: a preparação inicial, como encontrar o destino certo, certificações, logística, inteligência comercial, embalagens e e-commerce internacional.

Apresentada pela atriz e comunicadora Luana Xavier, a série traz especialistas que ajudam a traduzir o processo de internacionalização com profundidade e leveza. Entre os convidados estão profissionais da ApexBrasil, do Sebrae e do setor privado – incluindo consultores, empresários e especialistas em temas como inteligência comercial, design, participação em eventos internacionais, postura em ambientes multiculturais e comércio eletrônico. Estes especialistas compartilham orientações práticas, vivências do mercado e caminhos para superar os desafios reais da exportação.

Cada episódio reforça que exportar é possível, estratégico e um caminho poderoso para gerar empregos, agregar valor e fortalecer a economia brasileira.



Clique e acesse a websérie DESTINO EXPORTAÇÃO completa aqui:



APEXPOD: INTEGRIDADE COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO



Integridade e governança não são apenas exigências regulatórias, são fatores decisivos para competir e prosperar globalmente. Com essa visão, a ApexBrasil dedicou a segunda temporada do Apexpod – o podcast da Agência – para aprofundar debates sobre ética empresarial, transparência e conformidade como pilares para a competitividade no comércio internacional.

A temporada “Integridade faz bem aos negócios”, promovida pela gerência de Integridade e Compliance da Agência, reuniu especialistas, líderes empresariais e gestores públicos para discutir como a boa governança e a conduta ética abrem portas, reduzem riscos e aumentam a confiança internacional nas empresas brasileiras.

Com apresentação de Aarão Prado e Deborah Fortuna, a temporada contou com a participação da diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza, em todos os episódios. O presidente da Agência, Jorge Viana, o diretor de gestão Corporativa, Floriano Pesaro, e a gerente de Integridade e Compliance da ApexBrasil, Daisy Barretta, também participam de episódios do programa.

A série recebeu especialistas de instituições como ONU-Habitat Brasil, Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), CGU (Controladoria-Geral da União), Ministério da Justiça (MJ), Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Caixa Econômica Federal, Secretaria de Políticas Digitais da Presidência da República (SPDIGI), Faculdade de Direito da USP e Agência Lupa.

Dentre os empresários, participaram desta segunda temporada representantes das empresas Naturafrig, Wirth e Meu Resíduo e da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa), que compartilharam suas experiências sobre os temas abordados e os desafios no seu processo de exportação.

Com a iniciativa, a ApexBrasil, reforça a mensagem de que integridade é um pilar essencial para empresas que querem crescer de forma sustentável e conquistar espaço no mercado global.

“Ser ético não é apenas uma escolha moral, mas um diferencial competitivo essencial para o sucesso global.” – diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repezza.

“Devemos consolidar uma cultura de integridade que permeie todos os elos da exportação – da empresa ao investidor, do fornecimento à logística. O ApexPod traz essas reflexões e práticas para que as empresas vejam a integridade como diferencial competitivo real.” – Daisy Barretta, gerente de Integridade e Compliance da ApexBrasil.

Clique e escute o Apexpod da ApexBrasil nas principais plataformas de áudio.





Gravação de episódio do Apexpod em Movimento em Lisboa 2025

**VIDEOCAST:
APEXPOD EM
MOVIMENTO**

Em 2025, a ApexBrasil realizou duas edições do Apexpod em Movimento, uma durante o Web Summit Rio e outra no Web Summit Lisboa, levando o videocast da Agência para o centro dos principais debates globais sobre inovação, tecnologia e internacionalização. Com gravações ao vivo, os episódios reuniram lideranças, empreendedores e especialistas para discutir tendências, desafios e caminhos para a inserção competitiva das empresas brasileiras no cenário internacional, reforçando o papel da ApexBrasil como ponte entre o ecossistema de inovação do Brasil e os mercados globais.

| MULHERES EXPORTADORAS



**QUANTO MAIS
MULHERES
EXPORTAM,
MAIS O BRASIL
AVANÇA**

Programa Mulheres e Negócios Internacionais consolida a agenda de gênero como eixo transversal da atuação da ApexBrasil. Em 2025, mais de 4,5 mil empresas com liderança feminina receberam apoio da Agência

Criado em 2023 pela ApexBrasil, o Programa Mulheres e Negócios Internacionais (MNI) parte de uma premissa clara: ampliar a presença de empresas lideradas por mulheres nos negócios internacionais não é apenas uma política de diversidade e inclusão, mas uma estratégia concreta de desenvolvimento econômico, competitividade e sustentabilidade. Para a Agência, o comércio exterior e a atração de investimentos internacionais é uma ferramenta poderosa para levar mais renda e melhor qualidade de vida às mulheres de todo o Brasil.

**HISTÓRIAS
EXPORTADORAS**

A terceira temporada do Programa Histórias Exportadoras apresentou ao público novos episódios semanais no canal da ApexBrasil no YouTube. Narrativas inspiradoras de empresas brasileiras que avançaram no comércio exterior com apoio da Agência foram contadas pelos próprios empresários e empresárias que vivenciaram a experiência de explorar o mercado internacional. Ao longo de 23 histórias, o programa destacou trajetórias diversas – de cooperativas a marcas de moda, cachaça e chocolate – evidenciando como a capacitação, os programas e o suporte da ApexBrasil contribuíram para ampliar a presença dessas empresas em mercados internacionais. As histórias também inspiraram outros empreendedores a explorar os mais diversos caminhos no comércio exterior.

“São histórias que inspiram porque mostram que qualquer empresa, seja pequena, média ou grande, que sonha em exportar, pode fazer. Mas que há caminhos para isso, uma trilha a seguir, que precisa de capacitação, dedicação e empenho, e que a ApexBrasil pode ajudar”. – Floriano Pesaro, diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil.



Clique e assista aos episódios e inspire-se:
Episódio 23 – Coco do Vale

“São histórias que inspiram porque mostram que qualquer empresa, pode fazer. Mas que há caminhos para isso, e que a ApexBrasil pode ajudar.”

FLORIANO PESARO,
diretor de Gestão Corporativa
da ApexBrasil



Diretora de Negócios, Ana Paula Repezza, recebendo o prêmio

“Quando mulheres lideram negócios exportadores ou recebem investimentos, elas não apenas transformam suas próprias vidas, mas impulsionam suas comunidades e contribuem para um crescimento mais inclusivo e sustentável. A internacionalização gera novas oportunidades, renda e bem-estar.”

ANA PAULA REPEZZA,
diretora de Negócios da ApexBrasil

Segundo a diretora de Negócios da Agência e idealizadora do MNI, Ana Paula Repezza, muitas empresárias brasileiras têm utilizado a exportação como uma ferramenta para crescimento e impacto social. Repezza explica que, quando uma empresa exporta, toda a cadeia produtiva em torno dela é impulsionada, pois todos os envolvidos buscam aprimorar seus produtos e serviços, adquirir novos conhecimentos e profissionalizar suas operações. Além disso, a exportação estimula a participação de fornecedores locais para atender à crescente demanda. Com o aumento da produção, crescem também as oportunidades de trabalho, a renda e o desenvolvimento local. Além disso, para competir no cenário global, a empresa precisa ainda investir em inovação e adotar práticas sustentáveis, que geram benefícios para toda a comunidade.

“Quando empresárias, cooperativas, produtoras rurais e startups lideradas por mulheres acessam o comércio exterior, não estamos apenas abrindo mercados para empresas, estamos fortalecendo cadeias produtivas, gerando renda, inovação, impacto social e contribuindo com o empoderamento e autonomia econômica das mulheres. Essa é uma agenda estruturante para o Brasil”, afirma a diretora.

Empresárias participam de feiras internacionais com o apoio da ApexBrasil



Foto: Divulgação ApexBrasil

A segunda edição do estudo do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) sobre a participação de mulheres no comércio exterior, publicada em março de 2025, mostra que, embora tenha havido avanços nos últimos anos, as mulheres ainda enfrentam desafios significativos para ocupar espaços de liderança. O levantamento revela ainda que a participação feminina tem crescido mais entre empresas exportadoras e importadoras do que entre as empresas que atuam apenas no mercado doméstico.

Os resultados alcançados pelo MNI são expressivos. Com o programa, a ApexBrasil tem aplicado uma lente de gênero por meio da adoção de mecanismos inclusivos em todos os seus projetos e programas, integrando promoção comercial, qualificação empresarial, inteligência de mercado e atuação regional, criando oportunidades e preparando empresárias brasileiras para romperem barreiras, atravessarem fronteiras e conquistarem o mundo.

“Transformar a participação das mulheres no comércio exterior exige política pública, escala e continuidade. O MNI mostra que a ApexBrasil está preparada para liderar essa transformação”, reforça o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana.



Clique e acesse aqui,
a 2ª edição do estudo do MDIC
“Mulheres no Comércio Exterior
– Uma análise para o Brasil”



Empreendedoras fazendo negócios em feira internacional com o apoio da ApexBrasil

RESULTADOS QUE MOSTRAM A FORÇA DA TRANSVERSALIDADE

Os números de 2025 evidenciam como o MNI se incorporou à atuação cotidiana da ApexBrasil. Do total de empresas apoiadas pela Agência ao longo do ano (21.276), 4.638 eram Empresas Lideradas por Mulheres (ELF). Isso significa que 21,8% de todas as empresas atendidas pela Agência em 2025 tinham liderança feminina. No acumulado de 2023 a 2025, foram 36.454 empresas apoiadas, sendo 6.816 lideradas por mulheres – 18,7% do total. Os dados confirmam a consolidação do programa e sua capacidade de ampliar, de forma consistente, a presença feminina na carteira da Agência.

Mais do que números absolutos, o MNI se destacou por atravessar todas as frentes de atuação da ApexBrasil. Em 2025, as empresas lideradas por mulheres acessaram intensamente:

65%
ações de
promoção comercial

60%
iniciativas de
qualificação empresarial

40%
produtos de
inteligência de mercado

O atendimento também refletiu esse caráter transversal: 60,3% das ELF foram apoiadas pela Gerência de Competitividade, 40,4% pela Inteligência de Mercado, além da atuação das Gerências Regionais (31%) e da Gerência de Indústria e Serviços (22,6%), garantindo capilaridade técnica e territorial.

UM PROGRAMA NACIONAL, COM IMPACTO LOCAL

Em 2025, o MNI alcançou empresas lideradas por mulheres em todas as regiões do país, com maior concentração no Sudeste (50%) e no Sul (21,6%), mas com presença relevante no Nordeste (12%), Norte (8,09%) e Centro-Oeste (7,09%). A maior parte dessas empresas (66,39%) é formada por micro e pequenos negócios, o que reforça o papel da ApexBrasil no apoio à internacionalização de empreendimentos em estágios iniciais.

Os dados mostram ainda que 73% das empresas lideradas por mulheres não haviam exportado diretamente nos últimos dois anos, indicando o forte papel do MNI na ampliação da base exportadora. Em 2025, 22,66% dessas empresas já realizaram exportações, e, entre as exportadoras, 70,4% movimentaram valores entre US\$ 10 mil e US\$ 5 milhões, demonstrando potencial de crescimento contínuo.

DIVERSIDADE, EQUIDADE E RECONHECIMENTO INTERNACIONAL

O programa também avançou na incorporação de uma visão mais ampla de diversidade. Em 2025, 16,19% das empresas apoiadas pelo MNI declararam lideranças femininas negras (pretas e pardas), reforçando a importância de aprofundar ações com recorte interseccional, integrando gênero, raça e território.

A consistência da iniciativa levou o MNI a ultrapassar fronteiras. Em 2024, o programa recebeu o World Trade Promotion Organizations (WTPO) Award, na categoria Excellence in Export Development Initiatives, reconhecimento internacional que posicionou a ApexBrasil como referência global na promoção de exportações com foco em inclusão e sustentabilidade.

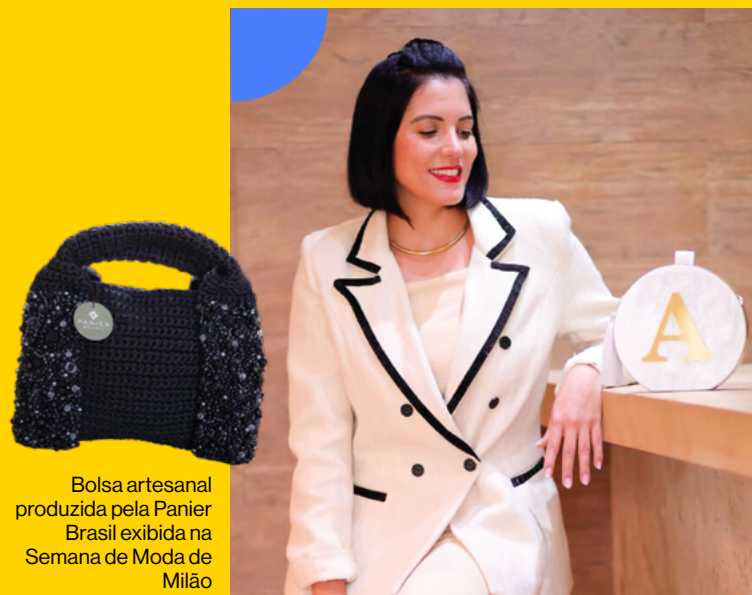
MULHERES QUE EXPORTAM E INSPIRAM

Empresárias transformam negócios locais em marcas globais com o apoio da ApexBrasil, exportando moda artesanal e produto amazônico para vários países

Com talento, propósito e o suporte da ApexBrasil, empreendedoras brasileiras estão rompendo fronteiras e levando produtos com DNA nacional a novos mercados. Anna Luiza Chaves, CEO da Panier Brasil, e Ana Lídia Zoni Ribeiro, fundadora do Hidromel Uruçun da Amazônia, são exemplos de mulheres que transformaram suas marcas em histórias de sucesso internacional.

"Há mais de 10 anos, celebramos a moda com propósito e levamos a beleza do feito à mão para o mundo", conta Anna Luiza Chaves, CEO da marca de bolsas artesanais, Panier Brasil, que aposta em materiais naturais e design atemporal.

A empresa iniciou seu processo de internacionalização após participar do PEIEX – Programa de Qualificação para Exportação, da ApexBrasil. *"Além do PEIEX, participamos de edições da Jornada Exportadora e de rodadas de negócios organizadas pela ApexBrasil, e nesse tempo já vendemos para Inglaterra, França e Japão",* relata.



Bolsa artesanal produzida pela Panier Brasil exibida na Semana de Moda de Milão

Ana Luiza Chaves, CEO da Panier Brasil

Foto Bolsa: Friend of the earth/Sustainable Fashion Standard

Desde então, a empreendedora decidiu investir ainda mais em capacitação e começou uma pós-graduação em gestão de comércio exterior. A participação na Jornada Exportadora, iniciativa da ApexBrasil em parceria com o Sebrae, que aconteceu em Miami esse ano, foi muito produtiva para a Panier Brasil que pôde conhecer melhor o mercado norte-americano, além de fazer contatos valiosos.

Segundo Anna Luiza, a empresa foi recebida com entusiasmo em Miami durante toda a estadia — desde a escolha estratégica do hotel até as valiosas oportunidades de participar de eventos que antes pareciam distantes, como o Cabana Show e o Swim Show. *"Tivemos ainda o privilégio de realizar um tour no Amazon Fulfillment Center, uma experiência verdadeiramente impactante, onde presenciamos o mais alto nível de tecnologia que já vimos até hoje",* contou a diretora da empresa.

Os contatos gerados na missão abriram portas importantes para a marca. A Panier iniciou conversas promissoras com um showroom internacional e firmou uma conexão que resultou em um convite para uma colaboração com a marca Celeste, que culminou em um desfile na Semana de Moda de Milão em setembro deste ano.

"Quem diria que naquele ônibus, durante um tour em Miami, surgiria a oportunidade de desfilar em Milão pela primeira vez? Foi algo incrível, e só tenho a agradecer de coração", celebra a CEO da marca. A Panier, que nasceu digital, segue apostando no e-commerce. *"Desde o início soubemos que atuar no comércio eletrônico seria o caminho. Nunca tivemos loja física. Nosso foco é exportar e adaptar os produtos para cada mercado",* explica.

A empresa também participou do E-Xport Meeting, evento da ApexBrasil voltado ao e-commerce internacional, onde recebeu capacitação específica para atuar na Amazon, um dos maiores marketplaces de moda dos Estados Unidos. Por meio do Programa E-Xport, a ApexBrasil firma parcerias com as principais plataformas globais de comércio eletrônico — como Alibaba, Mercado Livre e a própria Amazon — e prepara empresas brasileiras para explorar todo o potencial dessas ferramentas e ampliar sua presença no mercado digital internacional.

Desde a capacitação, Anna Luiza passou a adaptar seus produtos para vender pela Amazon. *"É um espaço muito competitivo, por isso passamos a desenvolver linhas exclusivas e mais competitivas para essa plataforma".*

VALORIZAÇÃO DO MEL DE ABELHAS SEM FERRÃO

Já no coração da Amazônia, a engenheira de produção Ana Lídia Zoni Ribeiro transformou uma pesquisa científica em um negócio sustentável e inovador. Fundadora da Hidromel Uruçun da Amazônia, ela viu na meliponicultura — criação de abelhas sem ferrão — uma oportunidade de valorizar o mel dos pequenos produtores paraenses.

"Visitei 44 municípios e percebi que o mel dessas abelhas tinha mais água e acidez, o que dificultava a venda. Então pensei: por que não transformar esse mel em hidromel?", relembra.



Ana Lídia, engenheira de produção e fundadora da Hidromel Uruçun

Bebida amazônica Hidromel Uruçun

Com apoio da ApexBrasil, Ana Lídia ingressou no PEIEX e passou a exportar para Alemanha, África do Sul, Panamá, Índia e Portugal. *"Eu indico que todos façam o PEIEX. Muitas marcas ainda têm medo de desbravar o mercado internacional, mas a ApexBrasil mostra que exportar é possível e não é um bicho de sete cabeças. Hoje, 80% da minha produção é voltada à exportação",* afirma.

O sucesso do hidromel paraense é reconhecido mundialmente: a Uruçun foi premiada no Brasil Beer Cup, o maior concurso técnico de bebidas da América Latina. *"Durante as rodadas de negócios da Apex, já fechamos contratos e, em breve, faremos nosso primeiro envio para novos parceiros",* celebra Ana.

As trajetórias dessas empreendedoras refletem o impacto dos programas da ApexBrasil, que têm impulsionado a internacionalização de pequenos negócios liderados por mulheres. Com capacitação, apoio técnico e acesso a mercados, elas mostram que talento e preparo podem transformar marcas locais em referências globais.

Clique e conheça mais sobre os programas e serviços da ApexBrasil no portal da Agência



E-XPORT CONECTA EMPRESAS BRASILEIRAS AO COMÉRCIO DIGITAL GLOBAL

Programa da ApexBrasil prepara empresas para atuar de forma competitiva em negócios digitais globais

Em 2025, o e-commerce global alcançou US\$ 1,3 trilhão em vendas online, em valor de varejo (Retail Value RSP), segundo o Euromonitor International. Para converter a força desse mercado em resultados concretos para o país, a ApexBrasil estruturou o programa E-Xport, que permeia diversos projetos da Agência com o objetivo de ampliar a competitividade digital das micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) e expandir sua inserção em canais de vendas globais.

O programa preparou cerca de 800 empresários em 2025 e apoiou diretamente 335 empresas em projetos de inserção internacional. Desde 2023, 1.861 empresas foram beneficiadas. Segundo a diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Paula Repez-

za, a presença brasileira no comércio eletrônico global vem ganhando escala, exigindo preparo das empresas, especialmente as de menor porte, para um ambiente competitivo. “O e-commerce internacional não é mais uma tendência; é uma realidade que redefine a forma como as empresas brasileiras se conectam com o mundo. Nosso papel é preparar e apoiar essas empresas para que não apenas participem, mas sejam protagonistas nesse cenário digital global”, afirmou.

O E-Xport reúne iniciativas de preparação e diagnóstico, missões internacionais e acelerações em marketplaces, contribuindo para fortalecer a competitividade, reduzir barreiras ao comércio exterior e diversificar o perfil exportador. Em 2025, destacou-se a realização do E-Xport Meeting, evento focado no e-commerce internacional, além de projetos como

o Design Export, voltado ao desenvolvimento de embalagens competitivas para e-commerce, e a Jornada Exportadora em Miami, nos Estados Unidos (leia sobre a Jornada Exportadora na página 36). O programa também promoveu ações de capacitação, como cursos EAD, webinars e o ebook “Fatores de sucesso no e-commerce internacional”.

Na inserção digital, houve acelerações com plataformas como Alibaba.com, Amazon e RangeMe e o lançamento da Bolsa Exportação E-commerce, com reembolso de até R\$ 20 mil para serviços especializados. “Essas plataformas disponibilizam ecossistemas acessíveis, permitindo que empresas de menor porte ampliem sua presença online e alcancem novos mercados”, disse a gerente de Competitividade da ApexBrasil, Clarissa Furtado.

“Essas plataformas disponibilizam ecossistemas acessíveis, permitindo que empresas de menor porte ampliem sua presença online e alcancem novos mercados.”

CLARISSA FURTADO,
gerente de Competitividade da ApexBrasil

E-XPORT MEETING 2025

A 6ª edição do E-Xport Meeting foi realizada pela ApexBrasil durante o Fórum E-commerce Brasil 2025, entre 29 e 31 de julho, em São Paulo. Com o tema “Exportações via e-commerce: competitividade global e uso de IA nos negócios digitais”, a ApexBrasil convidou cerca de 400 participantes de todo o Brasil para debater os impactos da inteligência artificial nos negócios voltados ao mercado externo, com uma programação que incluiu palestras, oficinas, estudos de caso e conexões com marketplaces internacionais. Os conteúdos também foram disponibilizados em versão online, em setembro, no canal da ApexBrasil no YouTube, ampliando o alcance da iniciativa para cerca de 2 mil participantes.

Gerente de Competitividade da ApexBrasil, Clarissa Furtado, na abertura oficial do evento





Edição especial do programa Exporta Mais Brasil e-Commerce durante o E-Xport Meeting dentro do Fórum e-Commerce Brasil

RODADAS DE NEGÓCIOS E-COMMERCE

Uma das principais novidades do E-Xport Meeting 2025 foi a realização de uma edição especial do programa Exporta Mais Brasil, dedicada ao e-commerce, dentro do evento. O programa atua trazendo ao país compradores internacionais para rodadas de negócios presenciais com empresas brasileiras selecionadas. Foram realizadas rodadas de negócios entre 67 empresas brasileiras dos setores de moda, cosméticos e soluções tecnológicas para e-commerce e seis compradores internacionais, provenientes dos Emirados Árabes Unidos, México, Portugal, Reino Unido, Rússia e Singapura.

Caminho para expansão dos negócios

Com mais de uma década de atuação no setor têxtil, a FZ Confeções foi uma das empresas que participaram das rodadas de negócios. Sediada em São Paulo, a empresa desenvolve coleções próprias e fabrica peças sob demanda para outras marcas (private label) de moda praia feminina, como Zannt, Sea and Fun e Fitkini, com foco em produção 100% nacional e uso exclusivo de materiais brasileiros. De acordo com a fundadora, Fernanda Zanuto, a jornada internacional da marca começou em 2020, após a participação no Programa de Qualificação para Exportação da ApexBrasil (PEIEX).

Desde então, a empresa realizou exportações pontuais para países da América Latina. “Poder participar de eventos e capacitações da ApexBrasil nos deu segurança para avançar e acessar novos mercados”, destacou. Com a experiência

adquirida, a expansão internacional via canais digitais passa a ser planejada de forma mais estratégica. “Nossa expectativa é vender, inicialmente, diretamente ao consumidor por meio de plataformas digitais e, no longo prazo, iniciar vendas no atacado”, afirmou.



MULHERES GLOBAIS

Durante o E-Xport Meeting, a ApexBrasil e a Confederação Nacional da Indústria (CNI) lançaram a segunda fase do programa “Mulheres Globais: e-commerce como estratégia de expansão”. A edição de 2025 registrou 594 candidaturas para 30 vagas, e apresentou avanços em relação ao ano anterior, com critérios de seleção alinhados ao programa Mulheres e Negócios Internacionais (MNI) da ApexBrasil. Foram realizadas 84 consultorias práticas e personalizadas. Um total de 27 empresas concluíram as três etapas previstas, recebendo um Plano de Expansão Internacional adaptado a cada negócio. “Ao final deste programa, as empreendedoras saem mais preparadas e com estratégias sustentáveis e modelos de negócios estruturados para atuar no comércio eletrônico internacional”, afirmou a diretora de Negócios da ApexBrasil, Ana Repezza.

Criado em 2023, o programa promove o e-commerce como estratégia de internacionalização de empresas lideradas por mulheres, oferecendo capacitações em gestão, produto, marketing e comercialização, além de mentorias individualizadas e acesso a oportunidades de negócios internacionais.



Pavilhão Brasil no WebSummit Rio 2025 - Crédito: Divulgação ApexBrasil

INDÚSTRIA E SERVIÇOS GANHAM PROJEÇÃO INTERNACIONAL COM APOIO DA APEXBRASIL

A ampliação da presença da indústria e dos serviços brasileiros no mercado internacional é um dos eixos centrais da atuação da ApexBrasil. Para isso, a Agência mantém uma agenda diversificada de ações, que inclui participação em feiras e eventos internacionais, rodadas de negócios com compradores estrangeiros, missões comerciais a mercados estratégicos, campanhas de comunicação, produção de materiais promocionais e a elaboração de estudos de inteligência comercial. A atuação envolve ainda o planejamento estratégi-

co setorial, o apoio à obtenção de certificações internacionais e a capacitação de empresas para a exportação.

“A ApexBrasil funciona como uma ponte entre a capacidade produtiva brasileira e as oportunidades nos mercados internacionais, posicionando o Brasil como um parceiro competitivo, confiável e inovador”, afirmou a gerente de Indústria e Serviços da Agência, Maria Paula Velloso. “Buscamos não apenas resultados imediatos, mas a construção de bases sólidas para a competitividade do setor produtivo brasileiro no cenário global”, destacou.



Gerente de Indústria e Comércio da ApexBrasil, Maria Paula Velloso, na abertura oficial do Pavilhão Brasil na VivaTech 2025 em Paris-França

Em 2025, segmentos como moda e design, saúde, tecnologia e inovação, casa e construção, máquinas e equipamentos agrícolas e economia criativa estiveram entre os focos das ações promovidas pela Agência. Desenvolvidas por meio de projetos setoriais em parceria com 34 entidades representativas, as iniciativas contribuíram para ampliar a inserção internacional da indústria e dos serviços brasileiros, impulsionando negócios, gerando empregos e fortalecendo a renda.

VEJA A LISTA DOS PROJETOS SETORIAIS COM RESPECTIVOS SETORES E ENTIDADES PARCEIRAS:

PROJETO	SETOR	ENTIDADE
Lux Brasil	Iluminação	ABILUX (Associação Brasileira da Indústria de Iluminação)
Brazilian Furniture	Móveis	ABIMÓVEL (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário)
Ceramics of Brazil	Revestimentos Cerâmicos e Louças Sanitárias	ANFACER (Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos, Louças Sanitárias e Congêneres)
Built by Brazil	Arquitetura e Urbanismo	ASBEA (Associação Brasileira dos Escritórios de Arquitetura)
It's Natural - Brazilian Natural Stone	Rochas Ornamentais e de Revestimento	CENTROROCHAS (Associação Brasileira de Rochas Naturais)
Think Plastic	Plásticos transformados	INP (Instituto Nacional do Plástico)
Cinema do Brasil	Cinema	SIAESP (Sindicato da Indústria do Audiovisual do Estado de São Paulo)
Film Brazil	Audiovisual	APRO (Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais)
Music from Brazil	Serviços e Conteúdos Musicais	BM&A (Brasil Música & Artes)
Brazilian Publishers	Editorial Brasileiro	CBL (Câmara Brasileira do Livro)
Brazilian Content	Audiovisual	BRAVI (Brasil Audiovisual Independente)

PROJETO	SETOR	ENTIDADE
Latitude - Platform for Brazilian Art Galleries Abroad	Arte Contemporânea	ABACT (Associação Brasileira de Arte Contemporânea)
Brasil FoodService	Equipamentos e Ingredientes para Panificação	ABIEPAN (Associação Brasileira das Indústrias de Equipamentos, Ingredientes e Acessórios para Alimentos)
Brazil Machinery Solutions	Máquinas e Equipamentos	ABIMAQ (Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos)
Brazil Defense	Defesa e Segurança	ABIMDE (Associação Brasileira das Indústrias de Materiais de Defesa e Segurança)
Electro-Electronic	Eletroeletrônico	ABINEE (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica)
Programa Abrava Exporta	Refrigeração, Ar-condicionado, Ventilação e Aquecimento	ABRAVA (Associação Brasileira de Refrigeração, Ar-condicionado, Ventilação e Aquecimento)
Brazilian Safety	Produtoras de EPIs	ANIMASEG (Associação Nacional da Indústria de Material de Segurança e Proteção ao Trabalho)
Aerospace Brazil	Aeroespacial	PIT (Parque de Inovação Tecnológica São José dos Campos)
Brazil Auto Parts - Trusted Partners	Autopeças	SINDIPEÇAS (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores)
Move Brazil - Trailers and Truck Bodies	Implementos Rodoviários	ANFIR (Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários)
Fashion Label Brasil	Design e Moda	ABEST (Associação Brasileira de Estilistas)
Brazilian Footwear	Calçados e acessórios	ABICALÇADOS (Associação Brasileira das Indústrias de Calçados)
TexBrasil	Têxtil e Confecções	ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção)
Brazilian Material	Componentes para Calçados	ASSINTECAL (Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos)
Brazilian Leather	Couros	CICB (Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil)
Precious Brazil	Gemas e Joias	IBGM (Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos)
Franchising Brasil	Franquias	ABF (Associação Brasileira de Franchising)
Beautycare Brazil	Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos	ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos)
Brazilian Health Devices	Equipamentos Médico-Odontológicos e Hospitalares	ABIMO (Associação Brasileira da Indústria de Dispositivos Médicos)
Brazilian Pharma & Health	Farmoquímicos e Medicamentos	ABIQUIFI (Associação Brasileira da Indústria de Insumos Farmacêuticos)
Brazil Games	Jogos Eletrônicos	ABRAGAMES (Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais)
Brazil IT+	Software e Serviços Correlatos de TI	SOFTEX (Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro)

DO BRASIL PARA O FUTURO: TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Entre as áreas que ganharam maior visibilidade em 2025, tecnologia e inovação se destacaram pela presença consistente do Brasil nos principais fóruns globais do setor. Com apoio da ApexBrasil, do Sebrae e de instituições parceiras, startups e empresas de base tecnológica ampliaram o acesso a novos mercados e consolidaram o país como liderança regional na América Latina.

WEBSUMMIT LISBOA 2025

Um dos principais destaques foi a participação brasileira no Web Summit Lisboa 2025, realizada entre 10 e 13 de novembro de 2025. O país encerrou a décima edição do evento com mais de US\$ 5 milhões em negócios gerados, sendo US\$ 2,6 milhões fechados durante a feira e US\$ 3,4 milhões projetados para os 12 meses seguintes. “Esses resultados refletem a convergência entre diplomacia internacional, inovação e oportunidades de negócios. A Apex seguirá firme no compromisso de apoiar a internacionalização das startups brasileiras”, afirmou o presidente da Agência, Jorge Viana.

A delegação brasileira reuniu mais de 350 startups e empresas inovadoras, sob coordenação da ApexBrasil e do Sebrae, com apoio de instituições parceiras como Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur), Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimen-

tos Inovadores (Anprotec) e Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex). O evento contou com mais de 71 mil participantes de 157 países, 2.725 startups e 1.857 investidores, além de ampla repercussão internacional. A próxima edição do Web Summit está marcada para o período entre 9 e 12 de novembro de 2026.

Presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, com representantes de startups e equipe da ApexBrasil



Presidentes da ApexBrasil, Jorge Viana, e do Sebrae, Décio Lima, inauguram oficialmente o Pavilhão Brasil no evento



David Cabral e Gleyson Santos, fundadores da startup NeuroIdentify, na delegação brasileira no Web Summit Lisboa 2025

DA AMAZÔNIA PARA O MUNDO

A presença brasileira também promoveu a diversidade regional e o potencial da inovação fora dos grandes centros. É o caso da startup paraense NeuroIdentify, fundada pelo jovem empreendedor Gleyson Santos, de 24 anos, que apresentou no evento uma plataforma baseada em inteligência artificial voltada à identificação e ao apoio educacional de alunos neurodivergentes. Segundo Gleyson, a ferramenta ajuda a criar um ambiente mais inclusivo. A iniciativa já beneficia professores e alunos de Belém e a ideia é ampliar o alcance no Norte do Brasil, nas demais regiões e conquistar mercados internacionais. “No Web Summit Lisboa, com o apoio da ApexBrasil, demos passos importantes para viabilizar nossa expansão e alcançar mercados internacionais”, afirmou.

PROGRAMA DE INCUBAÇÃO DE STARTUPS EM PORTUGAL

Como desdobramento da estratégia de impulsionar o setor e abrir espaço para os talentos brasileiros da inovação, a ApexBrasil e o Sebrae lançaram o Programa de Incubação de Startups em Portugal, iniciativa inédita que permitirá a dez startups brasileiras desenvolverem, ao longo de 2026, projetos de expansão internacional a partir do Escritório da ApexBrasil em Lisboa. “Estamos dando um passo além da participação em feiras, mostrando que o Brasil é um parceiro global confiável e inovador”, destacou Jorge Viana durante o lançamento.

O presidente do Sebrae, Décio Lima, lembrou a importância da parceria num universo cada vez mais plural e global. “O Sebrae está aqui junto com a Apex porque esse é um mundo que não tem mais volta. Se nós não tivermos um mecanismo de indução, que é o papel do Sebrae, do espírito empreendedor e de preparação para o mercado globalizado, não cumprimos com responsabilidade a nossa tarefa”, afirmou.

ESCRITÓRIO DA APEXBRASIL EM PORTUGAL

Em 2025, a ApexBrasil inaugurou um escritório em Lisboa, Portugal, com o objetivo de fortalecer a atuação do Brasil na promoção de exportações e na atração de investimentos europeus. Localizado na Rua Rosa Araújo, o espaço funciona em um edifício cedido pela Câmara Municipal de Lisboa e abriga também representações do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur) e da Fundação Oswaldo Cruz.

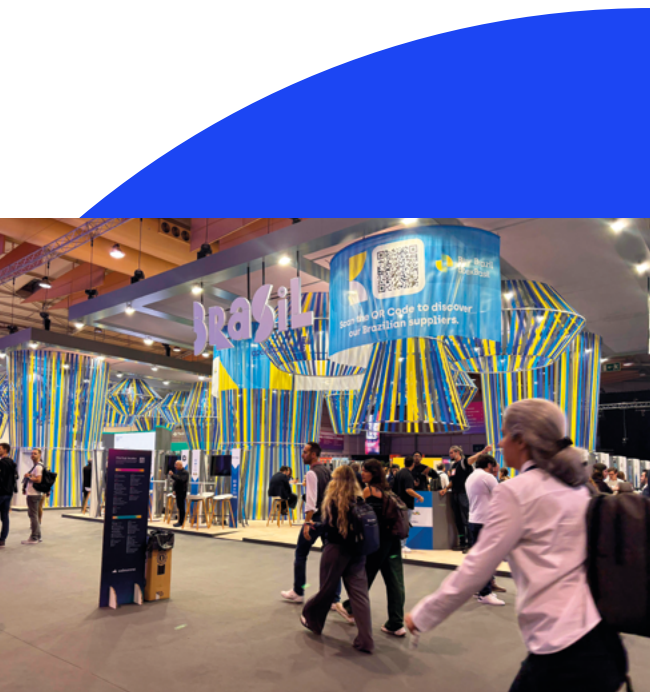
Apresentação de painel no estande brasileiro do evento Web Summit Lisboa 2025





CONFIRA AS STARTUPS/EMPRESAS SELECIONADAS:

- AIPER, BioTech (SP);
- Beeviral, MarTech (RJ);
- Wood Chat, ClimaTech (AC);
- BioLinker, BioTech (SP);
- Just Travel, TravelTech (BA);
- Hope, AgriTech (SP);
- PixNow, FinTech (SP);
- SleepUp, HealthTech (SP);
- SST, DeepTech (SP);
- 593iCAN, Indústria (SP).



SEMINÁRIO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A participação brasileira no Web Summit Lisboa teve início com o Seminário de Internacionalização, realizado em 10 de novembro, com a presença de mais de 500 participantes. Na abertura, o diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil, Floriano Pesaro, destacou o protagonismo das startups brasileiras no cenário global e o papel da Agência na promoção da inovação nacional. “As startups selecionadas pela ApexBrasil e pelo Sebrae para o Web Summit Lisboa se destacam em suas áreas e mostram ao mundo o que o país tem de melhor, mais tecnológico e inovador”, afirmou.

VIVATECH 2025

Outro destaque de 2025 foi a participação brasileira na Viva Technology (VivaTech) 2025, em Paris, onde o país marcou presença pelo sétimo ano consecutivo, com uma delegação de 38 startups e empresas de base tecnológica. A participação foi coordenada pela ApexBrasil em parceria com o Sebrae, com apoio da Embaixada do Brasil na França. Considerado um dos maiores eventos de inovação da Europa, o encontro reuniu mais de 180 mil participantes, 14 mil startups e 3,6 mil investidores de mais de 160 países.

O Pavilhão Brasil atraiu atenção ao apresentar soluções sustentáveis, escaláveis e voltadas para os desafios globais, como energia limpa, inteligência artificial responsável, educação, sustentabilidade e inclusão digital compatíveis com o exigente mercado europeu. Para a gerente de Indústria e Serviços da ApexBrasil, Maria Paula Velloso, a diversidade e a maturidade das empresas brasileiras demonstraram o potencial do país como polo global de inovação. “A delegação brasileira se destacou pela variedade de setores atendidos e soluções oferecidas, além da diversidade geográfica, de gênero e da maturidade das empresas. Temos talentos, soluções tecnológicas escaláveis e um ecossistema criativo que responde aos desafios do presente com visão de futuro”, afirmou.



Embaixador do Brasil na França, Ricardo Tavares, inaugura Pavilhão Brasil

A delegação também apresentou a diversidade regional e de gênero do ecossistema brasileiro, com 54% de lideranças femininas e a participação de oito startups das regiões Norte e Nordeste. “Temos um reflexo da diversidade e do dinamismo do nosso ecossistema. Temos startups lideradas por mulheres, vindas de todas as regiões do país, com propostas ousadas nas áreas de energia limpa, saúde, agricultura sustentável, educação e inteligência artificial ética”, destacou o gerente da Unidade de Inovação do Sebrae, Paulo Renato Cabral.

Presente na inauguração do Pavilhão Brasil, o embaixador do Brasil na França, Ricardo Tavares, ressaltou o compromisso do governo federal com a promoção internacional da inovação e da tecnologia. “A presença do Brasil neste espaço representa um avanço concreto na estratégia de internacionalização de startups, centros de pesquisa e instituições públicas e privadas ligadas ao setor”, afirmou.

A próxima edição da VivaTech já tem data marcada e será realizada de 17 a 20 de junho de 2026, em Paris.

Confira a lista das empresas participantes



PROTAGONISMO DO BRASIL NO DESIGN GLOBAL

O design foi outro setor que ganhou destaque nas ações da ApexBrasil em 2025. Reconhecido internacionalmente pela autenticidade, estética, funcionalidade, criatividade e sustentabilidade, o segmento teve o melhor do design nacional apresentado em feiras, eventos e rodadas de negócios no Brasil e no exterior, com apoio da Agência.

O Brasil foi um dos protagonistas durante a Semana de Design de Milão, na Itália, entre os dias 8 e 13 de abril. Considerado um dos mais importantes encontros do design internacional, o evento reúne duas mostras centrais: o iSaloni (Salão do Móvel de Milão), maior feira do setor moveleiro do mundo, e o FuoriSalone, que concentra exposições e projetos de arte e cultura espalhados pela cidade.

Com o apoio da ApexBrasil e da Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel), por meio do projeto setorial Brazilian Furniture, mais de 90 marcas brasileiras, entre empresas e designers independentes, participaram da edição de 2025. A presença nacional resultou em negócios estimados em mais de US\$ 111,7 milhões, sendo cerca de US\$ 14,4 milhões fechados durante o evento e aproximadamente US\$ 97,3 milhões projetados para os 12 meses seguintes.

“Mostramos como o Brasil é capaz de aliar tecnologia, qualidade de produção, criatividade e uma narrativa cultural singular”, completa a gerente de Indústria e Serviços da ApexBrasil, Maria Paula Velloso.

iSaloni (Salão do Móvel de Milão)

Na 63ª edição do iSaloni, o Brasil levou a quinta maior delegação internacional, reunindo peças de 33 indústrias e de mais de 50 designers. O Espaço Brasil contou com cenografia assinada pela empresa Estojo e curadoria da arquiteta Liana Tessler, responsável pela seleção das peças do Design + Indústria. O conceito, baseado no diálogo entre brasilidade, design e sustentabilidade, destacou o talento nacional alinhado ao tema central da feira, “Pensado para Humanos”. Entre as marcas participantes, 12 eram das regiões Norte e Nordeste, e 33 estrearam no evento. Mais de 30 empresas tinham mulheres em cargos de liderança.

Para o diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil, Floriano Pesaro, a participação brasileira refletiu diversidade e representatividade nacional. “É o Brasil todo representado. Mostramos o uso da madeira brasileira de floresta em pé, um material que o design nacional trabalha com excelência e que faz sucesso na Itália. Esse é o papel da ApexBrasil: levar ao mundo o que o Brasil tem de melhor”, afirmou.



Diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil, Floriano Pesaro, na abertura da mostra “Chuva do Caju”

Foto: Daniela Luquini

“Unimos a inspiração marinha a técnicas artesanais. Representar Alagoas foi também representar o Brasil.”

ALINE ANGELI,
designer



Designer Aline Angeli apresenta coleção Costa dos Corais criada com barro orgânico

Foto: Daniela Luquini

FuoriSalone

No FuoriSalone, o espaço do Brasil ganhou destaque com a exposição “Chuva do Caju”, instalada na Università degli Studi di Milano, um dos edifícios históricos mais emblemáticos da cidade. Com curadoria de Bruno Simões, a mostra teve como conceito um fenômeno natural que antecede a floração dos cajueiros e simboliza prosperidade, servindo de metáfora para a transformação e a imprevisibilidade diante dos desequilíbrios climáticos. “A ideia foi mostrar a transformação e a imprevisibilidade diante dos desequilíbrios climáticos e, a partir disso, apresentar o design como ferramenta de transformação”, explicou Simões.

A exposição reuniu móveis de alto padrão, peças de iluminação, pedras ornamentais, revestimentos cerâmicos, artesanato e objetos autorais, além de materiais inovadores desenvolvidos a partir de insumos sustentáveis ou reciclados, como couro reaproveitado e madeiras certificadas, aplicados com técnicas artísticas contemporâneas.

Do mar para a arte

Entre os destaques femininos da Semana de Design de Milão, a designer Aline Angeli apresentou a coleção Costa dos Corais, que utiliza o barro orgânico como material sustentável para a criação de peças de cerâmica com linguagem contemporânea. Inspiradas em espécies de peixes da Área de Proteção Ambiental Costa dos Corais, no litoral de Alagoas, as obras traduzem a biodiversidade brasileira em formas, texturas e cores.

“Unimos a inspiração marinha a técnicas artesanais. Representar Alagoas foi também representar o Brasil”, afirmou Aline Angeli. “Foi uma emoção ver o design brasileiro conquistar espaço no cenário internacional e participar dessa experiência proporcionada pela ApexBrasil”, completou.

Maison&Objet – Semana de Design de Paris 2025

A agenda internacional do design brasileiro incluiu ainda a participação na Maison&Objet, em Paris, entre 4 e 8 de setembro. Com apoio da ApexBrasil, da Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel) e da Associação Brasileira de Estilistas (Abest), além da Embaixada do Brasil na França, uma delegação formada por 31 empresas dos segmentos de design e decoração representou o país em uma das maiores feiras internacionais de design, mobiliário, arte e lifestyle. A edição de 2025 reuniu mais de 70 mil visitantes e resultou em negócios para a delegação brasileira da ordem de US\$ 40,1 mil durante o evento, com US\$ 454,6 mil estimados para os 12 meses seguintes.

A curadoria da exposição brasileira ficou a cargo do arquiteto e designer Bruno Simões, que desenvolveu o conceito Amuleto. “Além da beleza estética, as peças foram selecionadas por carregarem significado, memória e senso de pertencimento, funcionando como amuletos que transmitem sabedoria por meio de técnicas artesanais e ancestrais”, explicou. O projeto cenográfico foi

assinado pelo arquiteto Lucio Richetti, da Estojo Cenografia.

Das 31 empresas participantes, cinco eram das regiões Norte e Nordeste, e a maioria (21) contava com lideranças femininas. Entre elas, a Trapos & Fiapos, do Piauí, apresentou o tapete Entre Rios, produzido com fibras naturais de taboa e buriti e algodão orgânico. “A peça faz alusão aos dois rios que passam pela nossa cidade de Teresina: o rio Poty e o Parnaíba. Conta a possibilidade das águas dos rios que sempre correm para um lugar maior, que é o mar”, explicou empreendedora e representante comercial da marca, Nara Melo. A empresa já participou de outros eventos internacionais com apoio da ApexBrasil e exporta para países como Suíça, Uruguai e Estados Unidos.

“Nossa intenção, ao ter participado da Maison&Objet, foi compreender melhor o mercado consumidor da Europa e saber se buscam algo personalizado, tapeçaria autoral, feito à mão, peça única com alto valor agregado. A partir daí podemos ajustar com mais segurança e assertividade a nossa estratégia na expansão internacional da marca”, explicou Nara Melo.



Fundadoras da marca Trapos & Fiapos, Tereza Melo e Nara Melo

As ações aconteceram no contexto do Ano Cultural Brasil-França 2025, criado depois das experiências bem-sucedidas do Ano do Brasil na França (2005) e do Ano da França no Brasil (2009). O ano de 2025 também marcou os 200 anos das relações diplomáticas entre os dois países e os 10 anos do Acordo de Paris (Acordo do Clima).

Mostra com obras dos designers brasileiros no evento



Foto: Daniela Luquini



Clique e confira aqui a lista das empresas participantes



Clique e confira aqui a lista das marcas brasileiras participantes



OS MELHORES DOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS 2025

ApexBrasil e Exame premiaram empresas que se destacaram no comércio global ao longo do ano e contribuíram para o fortalecimento do Brasil no mercado mundial



estrangeiros. Mais do que um evento, a iniciativa simboliza o compromisso do Brasil com a excelência, a inovação e a competitividade global. Promovido pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) em parceria com a Revista Exame, a premiação reuniu autoridades, gestores públicos, especialistas em comércio exterior, empresários e líderes de diversos setores no Teatro B32 recebidos pessoalmente pelo presidente da Agência, Jorge Viana. “Este prêmio é uma espécie do “Oscar” do comércio exterior brasileiro. É o nosso “Oscar” de quem trabalha para exportar e conquistar mercados internacionais. É a segunda edição do Prêmio ApexBrasil – Revista Exame. É um reconhecimento e nós temos, de fato, muito o que celebrar”, afirmou Jorge Viana.

Em 2024, a ApexBrasil atendeu mais de 20 mil empresas e, antes mesmo de terminar 2025, já tinha ultrapassado a marca de 21 mil empresas atendidas. “Divido com vocês o sentimento de celebração e meu otimismo diante destes números e dos resultados de todo este trabalho que tem sido feito com a volta da diplomacia presidencial”.

A relevância do prêmio vai além do reconhecimento individual. Ele reforça a imagem do Brasil como um país capaz de gerar negócios internacionais, impulsionar a economia e ampliar a capacidade de inovação e sustentabilidade. “A gente busca os melhores cases justamente para inspirar outras empresas e mostrar que é possível alcançar o mercado internacional, crescer com as exportações e fazer realmente com que a nossa economia se desenvolva. Temos aqui empresas que representam todos os estados brasileiros, diversos setores da economia e em diversos estágios de maturidade da exportação. É uma premiação que reconhece as empresas que, ao longo do ano, mais se destacaram no comércio exterior, tanto nas exportações quanto na atração de investimentos”, afirmou Ana Paula Repezza, diretora de Negócios da ApexBrasil.

Nesta segunda edição do prêmio, o número de inscritos foi 71% maior do que o registrado em 2024. Segundo o diretor de Gestão Corporativa da ApexBrasil, Floriano Pesaro, esse aumento mostra o potencial das empresas brasileiras de todos os portes no comércio global e que a tendência é aumentar o número de participantes. “Foram 352 empresas inscritas e 19 empresas premiadas pela sua capacidade, pela sua diversidade e pela ampliação dos seus mercados”, ressaltou.

Em uma noite marcada por celebração e inspiração, São Paulo foi palco, no início do mês de dezembro, da segunda edição do Prêmio ApexBrasil – Revista Exame: Melhores dos Negócios Internacionais 2025, iniciativa que reconhece empresas brasileiras que se destacaram no comércio exterior e na atração de investimentos

O diretor de redação da Exame, Lucas Amorim, disse que a revista, que se tornou multiplataforma, promove o empreendedorismo há mais de 50 anos, quando já abria espaço para empreendedores tirarem dúvidas com especialistas. “É um privilégio ser parceiro da ApexBrasil neste projeto. Espero que seja o segundo ano de muitos que virão pela frente”, disse. Ele lembrou que o empreendedor brasileiro tem a capacidade de abrir caminhos, especialmente em ambientes e momentos complexos. “O empreendedor brasileiro está acostumado a superar desafios com criatividade e levar um jeito brasileiro de se posicionar perante o mundo”, afirmou.

INOVAÇÃO, LIDERANÇA, DIVERSIDADE E PROMOÇÃO DA SOCIOBIODIVERSIDADE EM DESTAQUE

As 18 categorias contemplaram áreas como inovação, liderança e diversidade, promoção da sociobiodiversidade, reforçando valores que posicionam o Brasil como protagonista em temas globais. O troféu entregue aos vencedores foi uma obra de arte criada pela artista plástica e escultora Christina Motta, responsável, entre outras obras, pela escultura de bronze da atriz francesa Brigitte Bardot, em Búzios, no litoral do Rio de Janeiro.

A premiação reconheceu empresas, cooperativas, startups, comerciais exportadoras, entidades setoriais, fundos de participação e sociedades de investimentos que se destacaram em 2025. Além dos prêmios, também foram concedidas duas menções honrosas pela promoção da diversidade racial nos negócios internacionais e pela excelência de concepção e implementação do projeto Lotus 903, premiado pelo Iconis Awards 2025 e German Deisng Awards 2025.

O prêmio de Melhor Exportadora do Ano entre as micro, pequenas e médias empresas foi concedido à '100% Amazônia'. A CEO, Fernanda Carvalho Stefani, disse que esse reconhecimento reforça a aposta da empresa na região amazônica não apenas pela escolha de fontes de matérias-primas sustentáveis, mas como símbolo de um modelo econômico regenerativo e responsável. *"Somos uma empresa de impacto. Agradeço profundamente a Apex por acreditar no nosso propósito e nos apoiar em nossa jornada de internacionalização. Dedico esse prêmio às mulheres que fazem parte da nossa empresa, que construíram a nossa trajetória nas lideranças operatórias"*, disse Fernanda, ao receber o troféu. *"Este prêmio é um testemunho do poder da socio biodiversidade amazônica e da bioeconomia do Brasil"*, concluiu.

Dona de marcas que estão na mesa dos brasileiros diariamente como Sadia, Perdigão, Qualy entre outras, a MBRF Global, fruto da recente fusão da Marfrig e a BRF foi a premiada na categoria de Melhor Exportadora do Ano entre as grandes empresas. O fundador, Marcos Molina, disse o quanto a exportação ajuda o Brasil a ser um grande produtor e melhorar o seu mercado interno. *"Somos cerca de 200 mil colaboradores,*

200 mil famílias e exportamos para o mundo inteiro. É uma honra ser dono de marcas icônicas do Brasil e receber esse prêmio. Quanto mais o Brasil produz, mais mercados se abrem e mais competitivos nós ficamos", disse ao receber o prêmio.

Antes da cerimônia de entrega do prêmio, os convidados assistiram ao espetáculo de dança da Companhia de Ballet de Cegos da Associação Fernanda Bianchini. Iniciado em 1995, o projeto ensina ballet e danças a deficientes visuais, como forma de inclusão, socialização e transformação de vidas. A apresentação delicada com jogo de luz e sombras simbolizando inclusão e transformação, valores que também refletem a essência do prêmio, emocionou a plateia.



Apresentação da Companhia de Ballet de Cegos da Associação Fernanda Bianchini emociona o público antes da cerimônia do Prêmio ApexBrasil – Revista Exame

CONFIRA OS PREMIADOS EM CADA CATEGORIA:



EMPRESAS EXPORTADORAS DO ANO



Grandes Empresas:
MBRF Global
(Fusão Marfrig - BRF)



Micro, Pequenas
ou Médias Empresas:
100% Amazônia

EMPRESAS VENCEDORAS NAS CATEGORIAS

PROMOÇÃO DA SOCIOBIODIVERSIDADE:	Ybyrá Biodesign da Amazônia
DESENVOLVIMENTO REGIONAL:	Cooperativa Mista dos Apicultores da Microrregião de Simpício Mendes (Comapi)
LIDERANÇA E DIVERSIDADE:	Plot Kids
COOPERATIVISMO DE PEQUENO E MÉDIO PORTE:	Cooperativa Central de Comercialização Extrativista do Acre (Cooperacre)
COOPERATIVISMO DE GRANDE PORTE:	Cooperativa Regional de Cafeicultores em Guaxupé (Cooxupé)
INDÚSTRIA – MICRO, PEQUENAS OU MÉDIAS EMPRESAS:	Vasap Design
INDÚSTRIA – GRANDES EMPRESAS:	Intelbras
COMERCIAIS EXPORTADORAS:	MasterInt Group
SERVIÇOS – MICRO, PEQUENAS OU MÉDIAS EMPRESAS:	Capyba
SERVIÇOS – GRANDES EMPRESAS:	Stefanini Group
AGRO – MICRO, PEQUENAS OU MÉDIAS EMPRESAS:	Zebuembryo
AGRO – GRANDES EMPRESAS:	Grupo 3Corações
PROMOÇÃO DIGITAL:	Diagnext
STARTUP:	Twiggy
INVESTIMENTO ESTRANGEIRO:	Engie
PROJETO SETORIAL AGRO:	União Nacional do Etanol de Milho (Unem)
PROJETO SETORIAL INDÚSTRIA E SERVIÇOS:	Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados)



Menção honrosa pela promoção da diversidade racial nos negócios internacionais:

InputPost



Menção honrosa pela excelência de concepção e implementação do projeto Lotus 903 premiado pelo Iconic Awards 2025 - Innovative Architecture e o German Awards Design 2025:

Lotus



APEXBRASIL DE CASA PRÓPRIA

Sede própria consolida legado institucional e projeta a ApexBrasil para o futuro

Para fechar 2025 com chave de ouro, a Agência inaugurou sua sede própria em Brasília (DF) e celebrou, na mesma ocasião, a abertura de 500 mercados internacionais. No dia 15 de dezembro, no auditório da casa nova, a Agência realizou cerimônia que contou com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do vice-presidente, Geraldo Alckmin, do ministro da Agricultura e Pecuária, Carlos Fávaro, e outras autoridades e representantes do setor produtivo.

UM NOVO CAPÍTULO

A inauguração da sede própria da ApexBrasil marca um novo capítulo na história da instituição e simboliza a consolidação de sua atuação estratégica para a promoção do Brasil no comércio mundial. *“Esta sede própria é mais que uma mudança física. Ela representa uma conquista de anos. Vai trazer uma economia estrutural, modernização institucional e a conexão da Apex com a população. Estamos muito felizes de abrir este espaço para as pessoas e*

Sede própria da ApexBrasil alia excelência arquitetônica e sustentabilidade, com reconhecimento internacional em prêmios de arquitetura e design e classificação Triple A



Jorge Viana, presidente da ApexBrasil, discursando durante cerimônia de inauguração da sede própria em Brasília

reforçar o papel da ApexBrasil como agência que dissemina e impulsiona a imagem comercial do Brasil para o mundo”, afirmou o presidente da ApexBrasil, Jorge Viana.

Durante a solenidade, o presidente Lula destacou o papel estratégico da ApexBrasil nos avanços da política de promoção comercial. *“Se há algo de que me orgulho por ter idealizado em 2003, e que apresentou um resultado excepcional, é a Apex. Quero parabenizar a Agência, seu corpo técnico e sua direção”,* afirmou, ao ressaltar que o país reúne condições para avançar ainda mais. *“Tenho muito orgulho dessa trajetória, marcada pela abertura de mais de 500 novos mercados. E podemos ir além. Precisamos trabalhar mais, qualificar ainda mais nossos produtos, porque não há ninguém capaz de competir com a diversidade e a riqueza de possibilidades que o Brasil oferece”,* reforçou.

Por sua vez, o vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Geraldo Alckmin, destacou que a nova sede fortalece a capacidade de atuação da ApexBrasil. *“Esse prédio próprio, bem instalado e acolhedor, é fundamental para promover o produto brasileiro e atrair investimentos”,* afirmou. Alckmin ressaltou ainda o desempenho do comércio exterior brasileiro. *“Mesmo com o mundo crescendo menos e preços menores, devemos bater recorde este ano, com US\$ 345 bilhões em exportações e US\$ 629 bilhões de corrente de comércio”,* disse Alckmin ao reforçar que não há crescimento sustentável sem abertura ao mundo. *“Não há país que tenha crescido de forma forte e duradoura sem priorizar o comércio exterior”.*

“Esta sede própria é mais que uma mudança física. Ela representa uma conquista de anos. Vai trazer uma economia estrutural, modernização institucional e a conexão da Apex com a população. Estamos muito felizes de abrir este espaço para as pessoas e reforçar o papel da ApexBrasil como agência que dissemina e impulsiona a imagem comercial do Brasil para o mundo.”

JORGE VIANA,
presidente da ApexBrasil

Presidente Lula e Jorge Viana durante o descerramento da placa de inauguração da sede própria da Agência



Presidente Luiz Inácio Lula da Silva discursando durante a cerimônia de inauguração da sede própria da ApexBrasil



Vice-presidente da República, Geraldo Alckmin, destaca a importância da sede própria para o fortalecimento da atuação da ApexBrasil

Mais do que um edifício administrativo, a sede própria foi concebida como uma edificação aberta, integrada à cidade e à sociedade. O projeto arquitetônico prevê o uso do espaço como ambiente de convivência, cultura e diálogo institucional, com áreas destinadas a exposições, eventos e atividades abertas ao público, inclusive nos fins de semana. A proposta é que o edifício funcione como uma vitrine permanente da produção brasileira, reunindo inovação, criatividade e a força da cultura exportadora do país.

ARQUITETURA E SUSTENTABILIDADE COM RECONHECIMENTO

A sede própria da ApexBrasil também se destaca pelo compromisso com a sustentabilidade e pela excelência arquitetônica, reconhecidas internacionalmente. O projeto é da construtora Lotus e foi premiado no Iconic Awards 2025 – Innovative Architecture, na categoria Arquitetura Visionária e Inacabada, e no German Design Award 2025, na categoria Arquitetura Excelente – Arquitetura Conceitual. Além disso, a edificação é finalista do GRI Awards 2025 em duas categorias: Projeto Corporativo do Ano e Destaque em Sustentabilidade do Ano.

Classificada como edifício Triple A, a sede possui mais de 17 mil metros quadrados de área construída e foi projetada para alcançar as mais altas certificações ambientais, como o LEED Platinum e a Etiqueta PBE Edifica – Nível A, concedida pelo Inmetro.

Entre os diferenciais estão a eficiência energética, com uso de energia solar, automação predial e aproveitamento da iluminação natural, além da utilização de materiais sustentáveis, como cimento CP4 e vidros reciclados.

A gestão hídrica também segue padrões avançados, com sistemas de reuso de água pluvial e de condensação, reduzindo o consumo de recursos naturais. O paisagismo biofílico integra natureza e arquitetura, contribuindo para o bem-estar dos usuários, a melhoria da qualidade do ar e a criação de ambientes mais saudáveis e acolhedores.

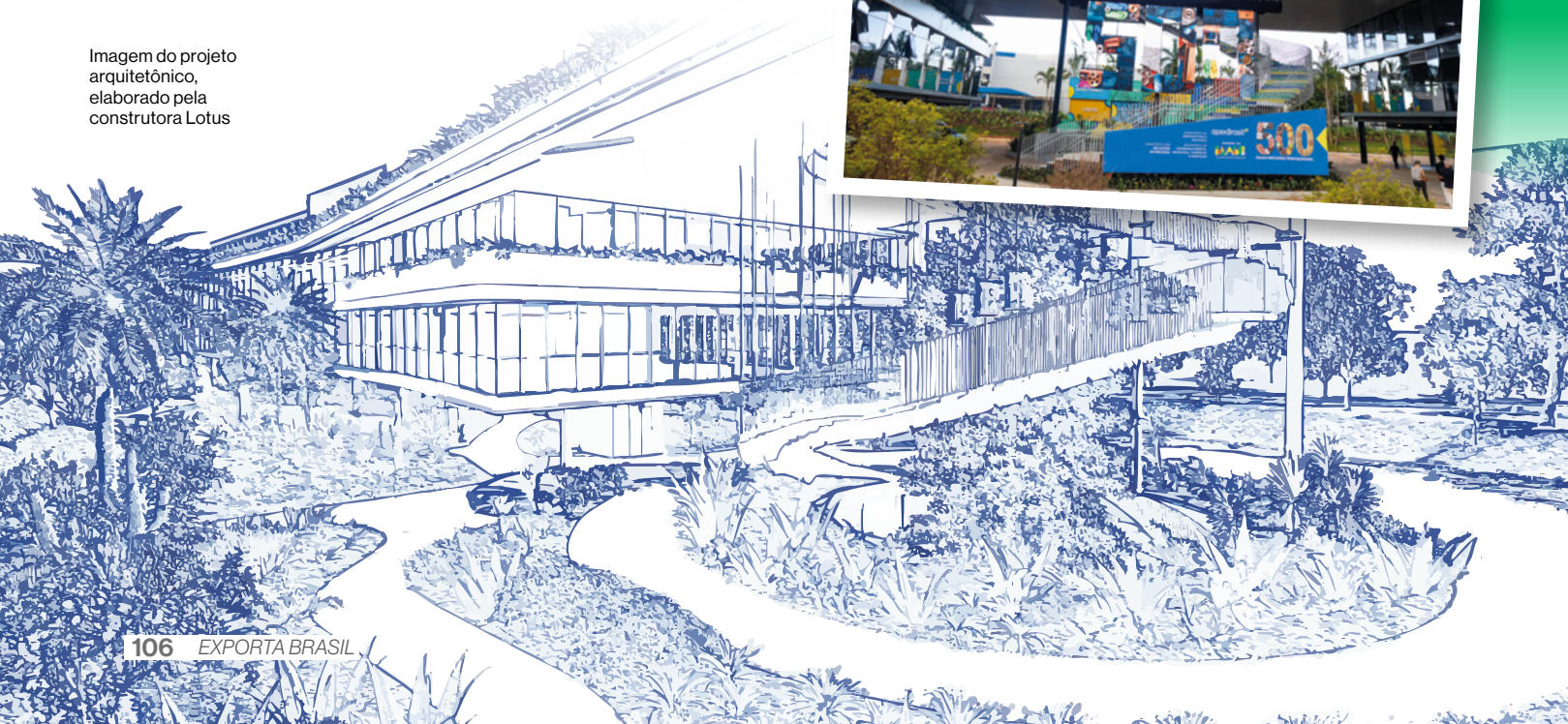
ECONOMIA E VISÃO DE LONGO PRAZO

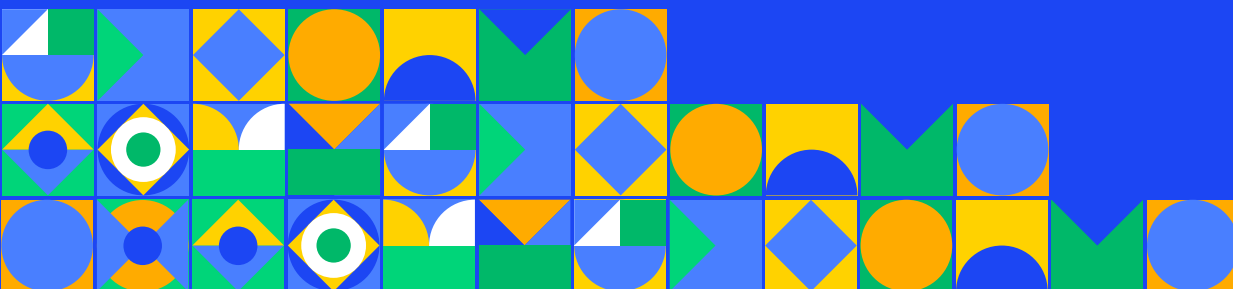
Além de seu valor simbólico e arquitetônico, a sede própria representa um avanço significativo do ponto de vista da eficiência administrativa e da responsabilidade com os recursos públicos.

A edificação substitui o imóvel anteriormente alugado pela Agência, que gerava um custo aproximado de R\$ 900 mil mensais. A mudança resulta em economia permanente e redução estrutural das despesas operacionais, fortalecendo a sustentabilidade financeira da instituição no longo prazo.



Imagem do projeto arquitetônico, elaborado pela construtora Lotus





apexBrasil 

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES
EXTERIORES

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

