



apexBrasil 

## TABLE OF CONTENTS

6	<i>Introduction</i>
9	<i>ApexBrasil Mentors</i>
25	<i>History in 25 milestones</i>
40	<i>The value of ApexBrasil</i>
42	<i>Business training</i>
60	<i>Market intelligence</i>
68	<i>Business promotion</i>
80	<i>Image and Brazil brand</i>
98	<i>Around the World</i>
103	<i>International expansion</i>
114	<i>Investment attraction</i>
126	<i>The future</i>
130	<i>Testimonials by Sector</i>
171	<i>Timeline</i>

## SUMÁRIO

5	Introdução
9	Mentores da ApexBrasil
25	História em 25 momentos
41	O valor da ApexBrasil
43	Qualificação empresarial
61	Inteligência de mercado
69	Promoção de negócios
79	Imagem e Marca Brasil
99	Pelo mundo
103	Expansão internacional
115	Atração de investimentos estrangeiros
127	Futuro
131	Depoimentos Setoriais
171	Linha do tempo



# Introdução

O Brasil celebra, em 2022, o bicentário de sua independência, enquanto a ApexBrasil completa um quarto de século de existência. O momento é propício, portanto, para um balanço da Agência nesses 25 anos de conquistas e, acima de tudo, para o devido tributo às mulheres e aos homens que trabalharam – e seguem trabalhando – para promover nossas exportações, atrair investimentos estrangeiros diretos e contribuir para a internacionalização das empresas brasileiras de todos os portes.

Nosso objetivo aqui não é traçar um panorama completo da história da inserção econômica internacional do Brasil, mas sim o de demonstrar que as raízes da ApexBrasil são profundas e que a solidez atual de seus ramos vem sobretudo das parcerias com atores públicos e privados. É uma força vital que emana diretamente do empreendedor brasileiro, cada vez mais consciente de que um grande país tem obrigatoriamente um grande

lugar a ocupar no mundo. Somos inovadores, somos sustentáveis, somos resilientes e somos ambiciosos. O lugar natural de nossa indústria, de nosso agronegócio e de nossos serviços é o topo, o ápice, o ápex.

Que sigamos juntos por mais 25 anos, por mais dois séculos, irmanados pelo interesse nacional e por essa ampla visão de desenvolvimento do Brasil, convertendo oportunidades externas em negócios que beneficiarão o conjunto da sociedade brasileira.

Parafraseando o lema de Rio Branco, que a ApexBrasil e seus parceiros levem sempre os produtos e a ideia da pátria a todas as partes do planeta.

Augusto Pestana  
Presidente da ApexBrasil

# Introduction

*In 2022 Brazil celebrates the bicentennial of its independence, while ApexBrasil reaches a quarter century of existence. The time is ripe, therefore, for an assessment of the Agency's 25 years of achievements and, above all, for the due tribute to the women and men who worked – and continue to work – to promote our exports, attract foreign direct investment and contribute to the internationalization of Brazilian companies of all sizes.*

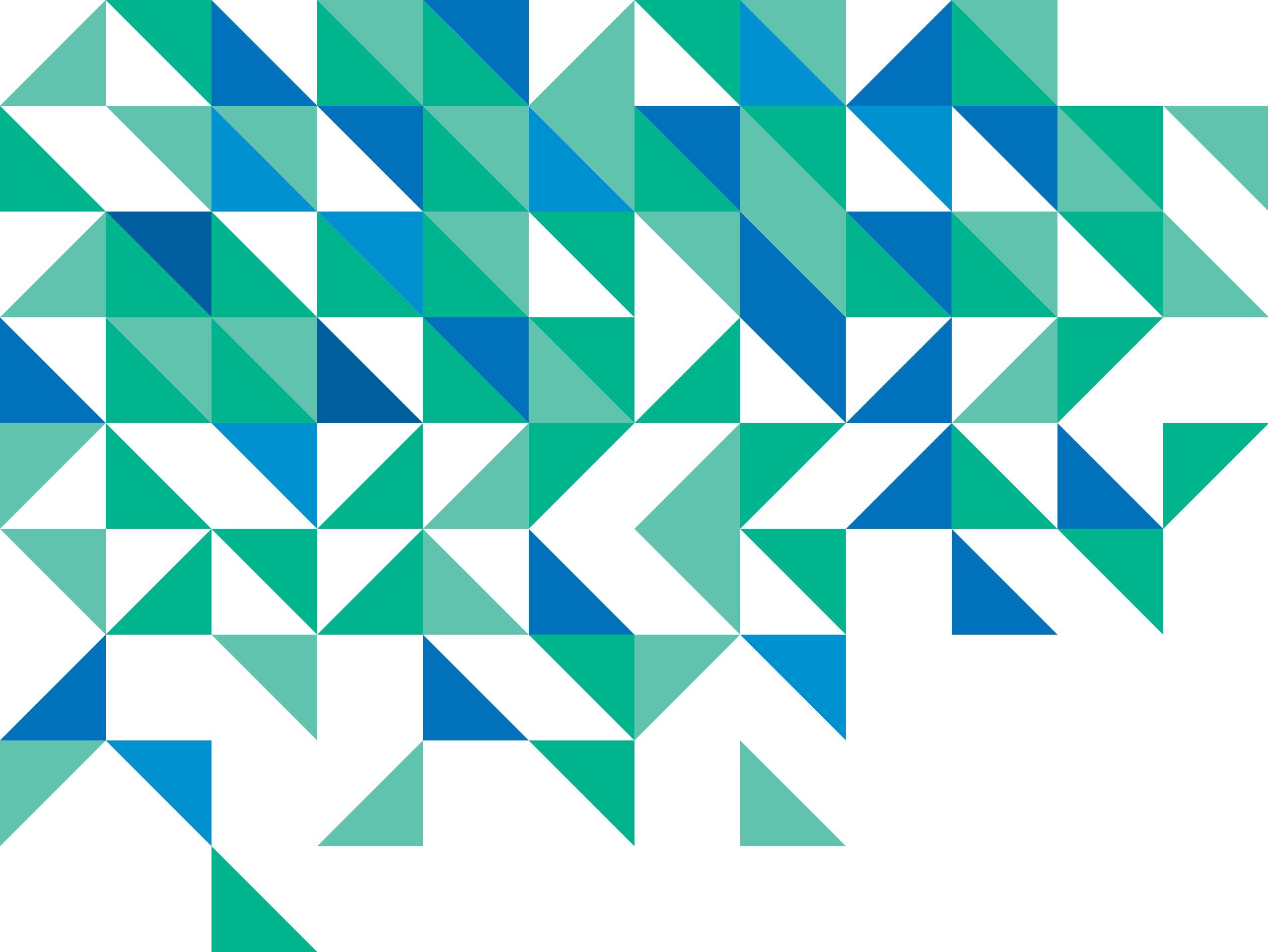
*Our objective with this book is not to provide a full overview of the history of Brazil's international economic integration, but rather to demonstrate that ApexBrasil's roots are deep and that the current strength of its branches stems mainly from partnerships with the public and private sectors. It is a vital force that*

*comes directly from the Brazilian entrepreneur, who is increasingly aware that a great country must occupy a great place in the world. We are innovative, we are sustainable, we are resilient, and we are ambitious. The natural place of our industry, our agribusiness and our services is the top, the apex.*

*May we walk together for another 25 years, for another two centuries, united by the national interest and by this broad vision for the development of Brazil, converting foreign opportunities into businesses that will benefit the whole of Brazilian society. To paraphrase Rio Branco's motto, ApexBrasil and its partners always take the products and the idea of the homeland to all parts of the planet.*

*Augusto Pestana  
President of ApexBrasil*





# Mentores da ApexBrasil

Pioneiros, líderes e inspiradores da Agência – ontem, hoje e sempre – em sua missão de promover exportações, atrair investimentos e internacionalizar a empresa brasileira.

## *ApexBrasil Mentors*

*The Agency's inspiring pioneers and leaders – past and present – in their mission to promote exports, attract investments and take Brazilian companies abroad.*

## VISCOUNT OF CAIRU

[Bahia, 1756 – Rio de Janeiro, 1835]

Received a law degree from the University of Coimbra, where he also studied mathematics. Influenced by the work of Adam Smith, he pioneered the systematization of commercial law and political economy studies in Brazil. With the transfer of the Portuguese royal court to Rio de Janeiro, in 1808, in a process that would culminate, fourteen years later, in the Independence of Brazil, Cairu played a decisive role in the opening of Brazilian ports to friendly nations (a decree of January 28, 1808), a fundamental milestone in the history of our foreign trade, as well as in the promoting the opening of factories and manufactures in the country (charter of April 1, 1808). He was elected congressman to the Constituent Assembly in 1823 and senator for Bahia in 1826.

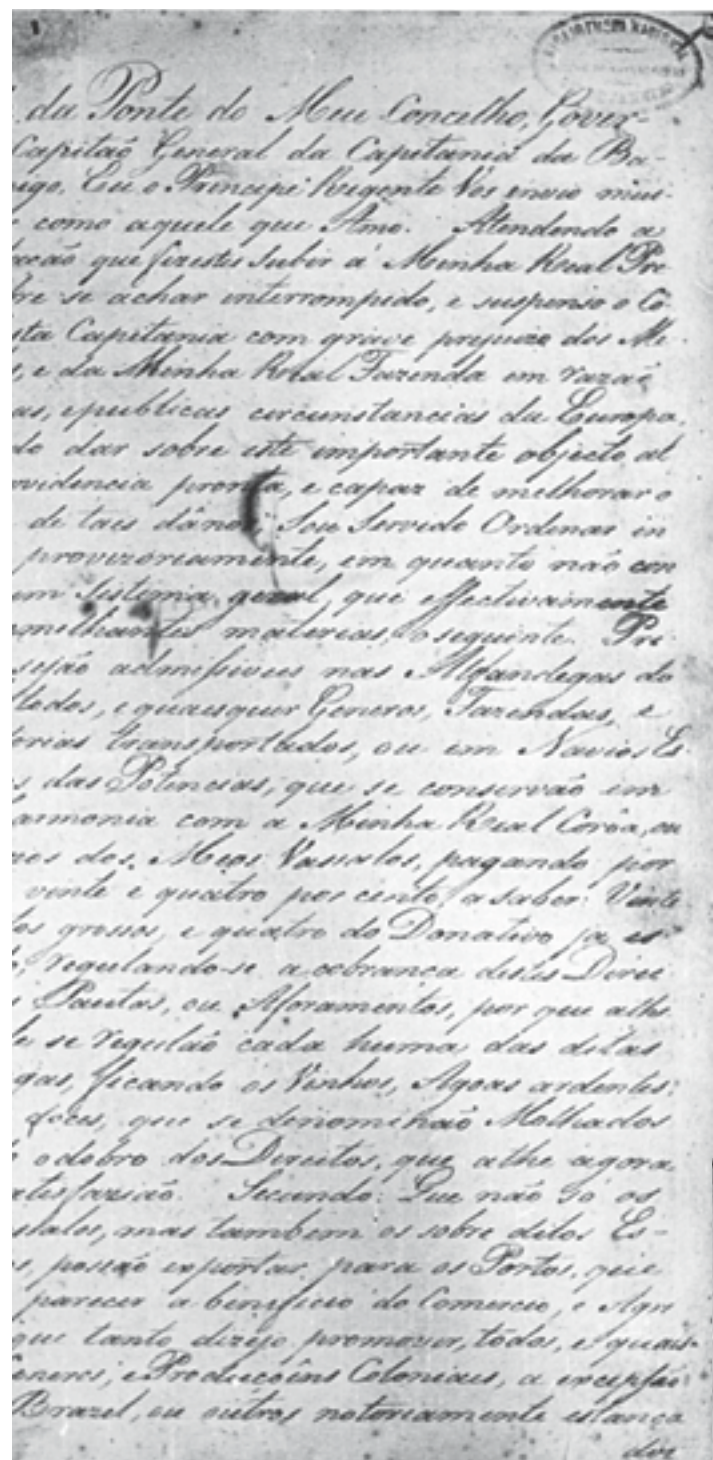


Selo comemorativo pela passagem dos 100 anos de abertura dos portos brasileiros

Commemorative stamp for the 100 years of the opening of Brazilian ports.

"I, the Prince Regent, announce to those who hold this Charter: that, desiring to promote and advance national wealth, and as one of its sources of it, manufactures and industry that multiply, improve and add value to the goods and products of agriculture and the arts, (...) and being convenient to remove all obstacles that can render useless and frustrate such advantageous benefits: I am favorable to abolish and revoke any and all prohibition that exist in this regard in the State of Brazil..."

Excerpt from the charter of April 1, 1808, written by the Viscount of Cairu



## VISCONDE DE CAIRU

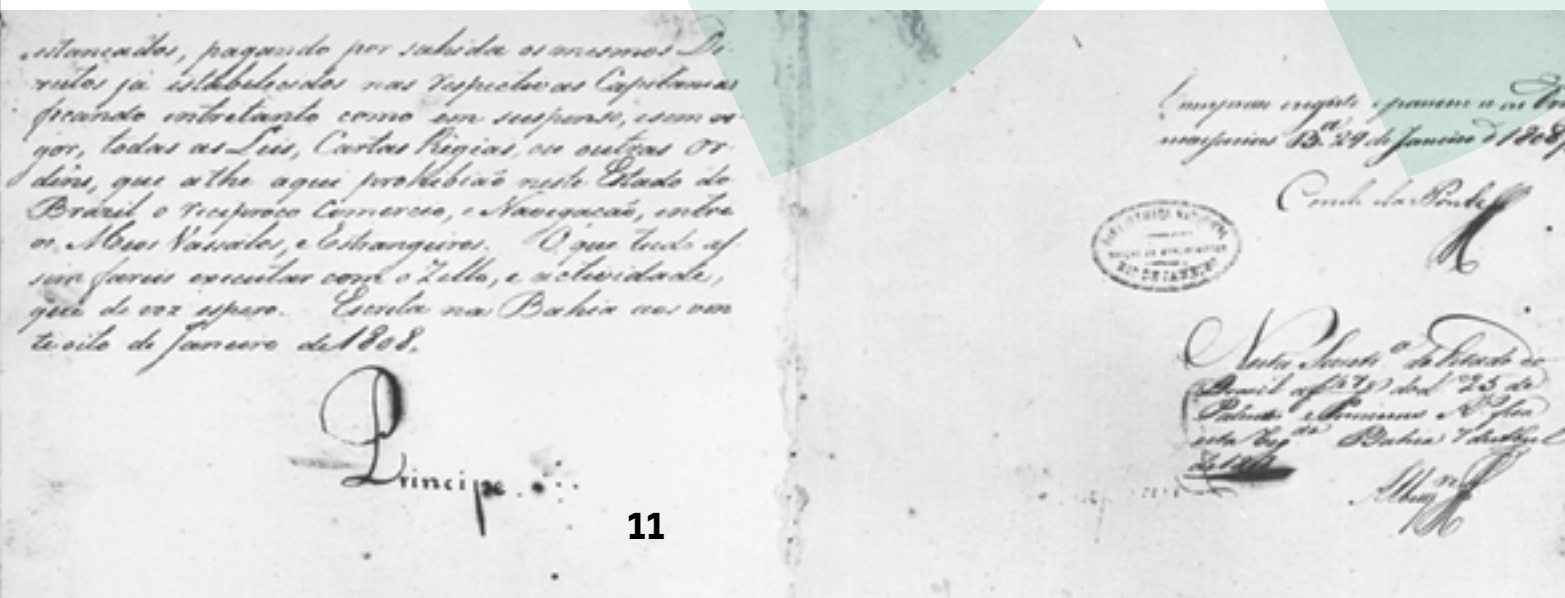
[Bahia, 1756 – Rio de Janeiro, 1835]

Formou-se em direito pela Universidade de Coimbra, onde também estudou matemática. Influenciado pela obra de Adam Smith, foi pioneiro da sistematização do direito comercial e dos estudos de economia política. Com a transferência da sede do Império português para o Rio de Janeiro, em 1808, em processo que culminaria, quatorze anos depois, com a Independência do Brasil, Cairu teve papel decisivo na abertura dos portos brasileiros às nações amigas (decreto de 28 de janeiro de 1808), marco fundamental na história de nosso comércio exterior, bem como na promoção da abertura de fábricas e manufaturas no país (alvará de 1º de abril de 1808). Eleger-se deputado à Assembleia Constituinte de 1823 e senador pela Bahia em 1826.



Eu, o príncipe regente, faço saber aos que o presente Alvará virem: que desejando promover e adiantar a riqueza nacional, e sendo um dos mananciais dela as manufaturas e a indústria que multiplicam e melhoram e dão mais valor aos gêneros e produtos da agricultura e das artes, (...) e convindo remover todos os obstáculos que podem inutilizar e frustrar tão vantajosos proveitos: sou servido abolir e revogar toda e qualquer proibição que haja a este respeito no Estado do Brasil...

Trecho do alvará de 1º de abril de 1808, redigido pelo Visconde de Cairu





## JOSÉ BONIFÁCIO

[São Paulo, 1763 – Rio de Janeiro, 1838]

Formou-se em filosofia pela Universidade de Coimbra e estudou engenharia de minas e química na França e na Alemanha. Nas duas primeiras décadas do século XIX, notabilizou-se em Portugal como cientista, especialista em mineração e gestor de projetos de infraestrutura. De volta ao Brasil, em 1819, ingressou na vida política e assumiu papel decisivo na articulação do processo de Independência. José Bonifácio foi o primeiro chanceler do Brasil independente (1822-1823) e deputado à Assembleia Constituinte de 1823. Como gestor e estadista, defendeu a diversificação da economia e da pauta exportadora brasileira. A lista de produtos incluída na obra *Gêneros que servem já ou podem servir para o futuro para o comércio e exportação do Brasil* reflete sua visão ambiciosa e sua confiança no potencial do desenvolvimento econômico brasileiro.



Os portos do Brasil continuarão a estar abertos a todas as nações pacíficas e amigas para o comércio que as leis não proíbem. Os colonos europeus que para aqui emigrarem poderão contar com a mais justa proteção neste país rico e hospitaleiro. Os sábios, os artistas, os capitalistas e os empreendedores encontrarão também amizade e acolhimento.

Trecho do Manifesto aos Governos e Nações Amigas, de 6 de agosto de 1822, redigido por José Bonifácio.

Selo comemorativo pelo retorno de José Bonifácio ao Brasil

Commemorative stamp for José Bonifácio's return to Brazil



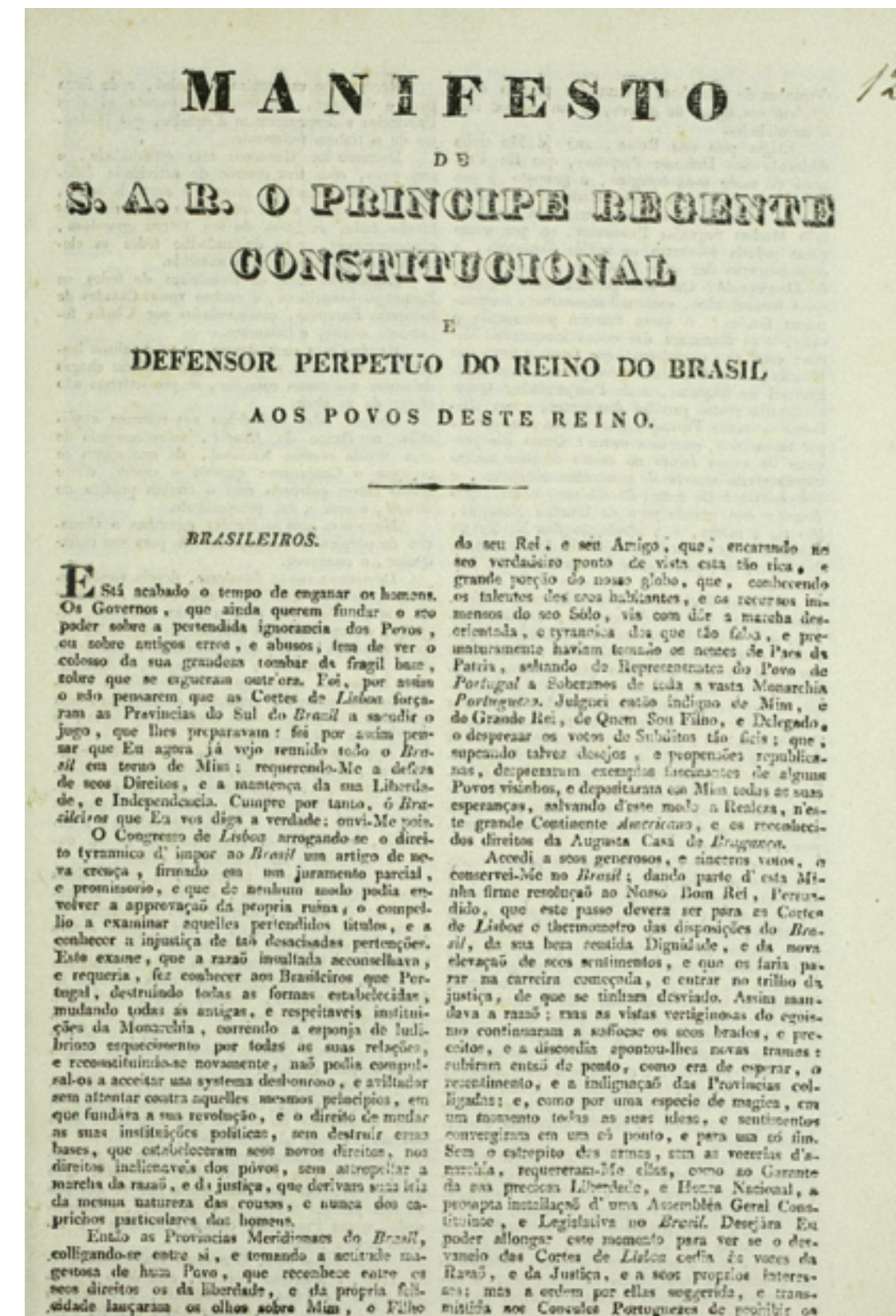
## JOSÉ BONIFÁCIO

[São Paulo, 1763 – Rio de Janeiro, 1838]

Graduated in philosophy from the University of Coimbra and studied mining engineering and chemistry in France and Germany. In the first two decades of the 19th century, he distinguished himself in Portugal as a scientist, mining specialist and infrastructure project manager. Back in Brazil, in 1819, he entered political life and assumed a decisive role in the formulation of the Independence process. José Bonifácio was the first chancellor of independent Brazil (1822-1823) and congressman to the Constituent Assembly of 1823. As a manager and statesman, he defended the diversification of Brazilian economy and exports agenda. The list of products included in the work *Goods that serve now or may serve in the future for Brazil's trade and exports reflects his ambitious vision and his confidence in the potential of Brazilian economic development.*

"Brazil's ports will continue to be open to all peaceful and friendly nations for the commerce that the laws do not prohibit. European settlers who emigrate here will be able to count on the fairest protection in this rich and hospitable country. Scholars, artists, capitalists and entrepreneurs will also find friendship and be welcome."

Excerpt from the Manifesto to the Governments and Friendly Nations, of August 6, 1822, written by José Bonifácio



## VISCOUNT OF MAUÁ

[Rio Grande do Sul, 1813 – Rio de Janeiro, 1889]

Orphaned by his father at the age of five, he began working while still a teenager in commerce and, at the age of 23, was already the owner of an important commercial house. The main Brazilian business leader in the mid-19th century, Mauá was a pioneer in the naval industry and rail transport in Brazil. He knew how to reconcile innovative technological projects with attracting foreign capital, having built a conglomerate operating in various sectors, including the financial market, transport, infrastructure, communications, metallurgy, mining and agribusiness, and being present in European and American markets. He was elected congressman for Rio Grande do Sul in several terms legislatures in the 1850s, 1860s and 1870s.

*“As the Viscount of Mauá, assignee of John Barnett Humphreys requires me, I would like to grant him an exclusive privilege of fifteen years for use of a system that the aforementioned Humphreys invented and ceded to the aforementioned Mauá, through which steam locomotives can overcome slopes of 1/10 on the railways, and even, in cases of extreme need, of 1/8, according to the drawing and description submitted by the petitioner, and are filed. And so that this privilege may be enjoyed, the competent Charter is issued.”*

*Letter patent from 1857 for the use by Mauá of an innovative transport system developed by a British engineer based in Brazil.*

## VISCONDE DE MAUÁ

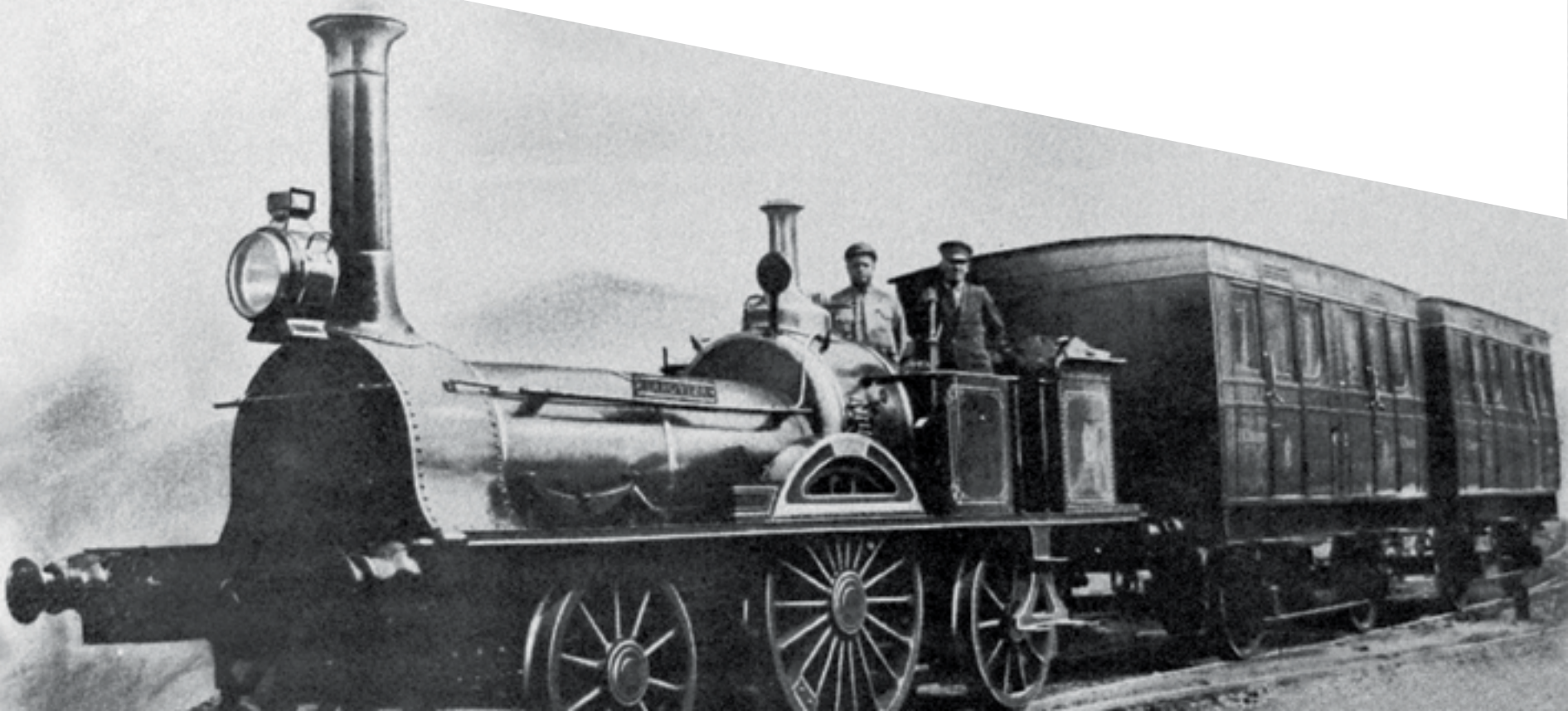
[Rio Grande do Sul, 1813 – Rio de Janeiro, 1889]

Órfão de pai aos cinco anos, começou a trabalhar adolescente no comércio e, aos 23 anos, já era proprietário de importante casa comercial. Principal liderança empresarial brasileira em meados do século XIX, Mauá foi pioneiro da indústria naval e do transporte ferroviário no Brasil. Soube conciliar projetos tecnológicos inovadores com a captação de capital estrangeiro, tendo construído conglomerado com atuação em vários setores, incluindo o mercado financeiro, transportes, infraestrutura, comunicações, metalurgia, mineração e agronegócio, e estando presente em mercados europeus e americanos. Elegeu-se deputado pelo Rio Grande do Sul em diversas legislaturas nas décadas de 1850, 1860 e 1870.

“

*Atendendo ao que me requer [o Visconde de] Mauá, cessionário de John Barnett Humphreys, hei por bem conceder-lhe privilégio exclusivo por quinze anos para o emprego de um sistema que o dito Humphreys inventou e cedeu ao mencionado Mauá, por meio do qual as locomotivas a vapor podem vencer nos caminhos de ferro declives de 1/10, e mesmo, em casos de extrema necessidade, de 1/8, segundo o desenho e descrição que o suplicante apresentou, e ficam arquivados. E, para que possa gozar deste privilégio, se lhe passará a competente Carta.*

*Carta-patente de 1857 para a utilização por Mauá de sistema inovador de transporte desenvolvido por um engenheiro britânico radicado no Brasil*



Locomotiva  
Baroneza

Baroness  
locomotive



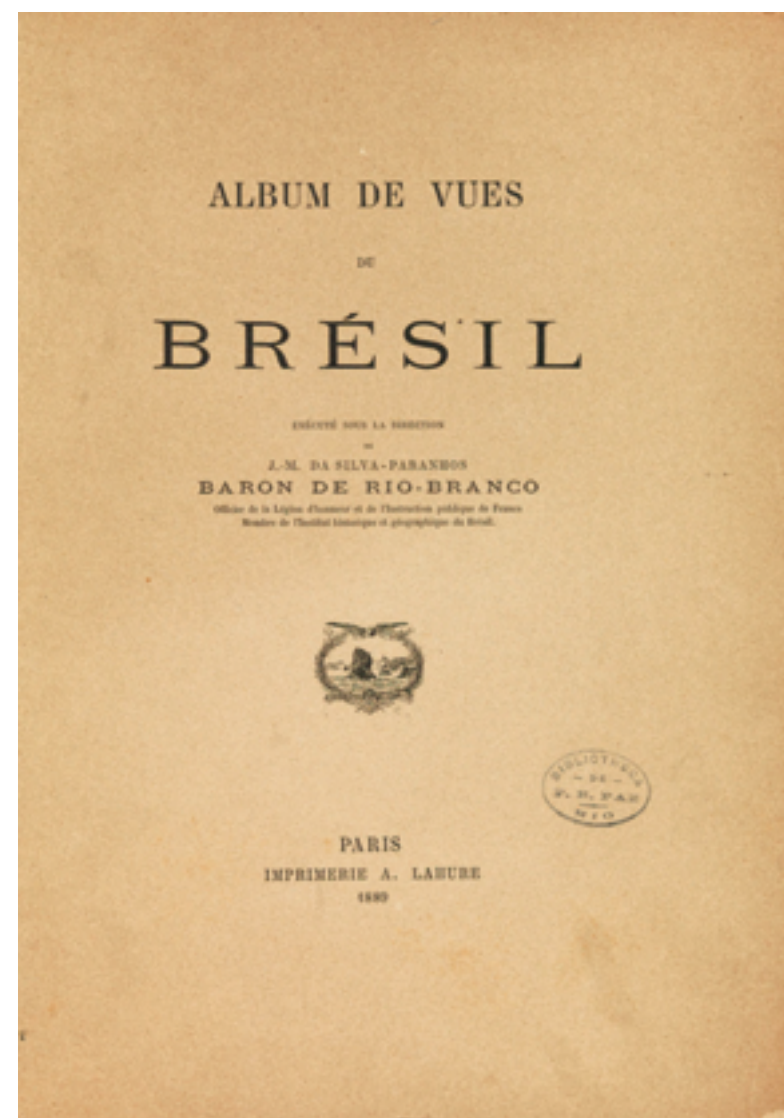
## BARON OF RIO BRANCO

\* Rio de Janeiro, 1845  
+ Rio de Janeiro, 1912

After studying at the Schools of Law in São Paulo and Recife and a brief period in Parliament as a congressman for Mato Grosso, Rio Branco joined the Foreign Service in 1876. Throughout the 1890s and 1900s, combining diplomatic skills with solid technical foundations, he led the successful Brazilian participation in arbitration or negotiation processes that peacefully defined our borders and incorporated almost 1 million square kilometers into the national territory. As chancellor between 1902 and 1912, he created the foundations of a pragmatic, consistent foreign policy at the service of national development. Rio Branco was also a pioneer in public diplomacy and the international promotion of Brazil's image, contributing directly to our participation in universal exhibitions and creating communication channels with audiences abroad.

*"In the past 40 years, with its interior pacified, Brazil has made great efforts, under the direction of the Emperor, Dom Pedro II, to spread instruction, to improve the level of education, to develop agriculture, industry and commerce, taking advantage of the soil's natural richness through the construction of railways, the establishment of navigation lines and the granting of incentives to immigrants. The results obtained, after the end of the revolutionary period, are already considerable. In no part of the American continent, except in the United States and Canada, has the march of progress been firmer and faster."*

*Final excerpt of the book "An Outline of the History of Brazil", written by Rio Branco for the book promoting Brazil at the Universal Exhibition of Paris 1889.*



Frontispício do *Album de Vues du Brésil* (1889)

Front page of the *Album de Vues du Brésil* (1889)

Ao lado, selo comemorativo pelos 150 anos de nascimento do Barão do Rio Branco

Opposite, a commemorative stamp for the 150 years of birth of Baron of Rio Branco

## BARÃO DO RIO BRANCO

[Rio de Janeiro, 1845 – Rio de Janeiro, 1912]

Após os estudos nas Faculdades de Direito de São Paulo e do Recife e breve período no Parlamento como deputado por Mato Grosso, Rio Branco ingressou no Serviço Exterior em 1876. Ao longo das décadas de 1890 e 1900, conciliando habilidade diplomática com sólido embasamento técnico, liderou a exitosa participação brasileira em arbitragens ou processos negociadores que, de forma pacífica, definiram nossas fronteiras e incorporaram quase 1 milhão de quilômetros quadrados ao território nacional. Como chanceler entre 1902 e 1912, criou os fundamentos de uma política externa pragmática, consistente e a serviço do desenvolvimento nacional. Rio Branco foi, ainda, pioneiro da diplomacia pública e da promoção internacional da imagem do Brasil, contribuindo diretamente para nossa participação em Exposições Universais e criando canais de comunicação com públicos no exterior.



17

*Nos últimos 40 anos, pacificado no interior, o Brasil fez grandes esforços, sob a direção do imperador D. Pedro II, para difundir a instrução, para melhorar o nível do ensino, para desenvolver a agricultura, a indústria e o comércio, tirando partido das riquezas naturais do solo pela construção de ferrovias, pelo estabelecimento de linhas de navegação e pela concessão de estímulos aos imigrantes. Os resultados obtidos, depois de encerrado o período revolucionário, são já consideráveis. Em nenhuma parte do continente americano, salvo nos Estados Unidos e no Canadá, a marcha do progresso tem sido mais firme e mais rápida.*

*Trecho final do "Esboço da História do Brasil", redigido por Rio Branco para o livro de divulgação do Brasil na Exposição Universal de Paris 1889*



16

## ROBERTO CAMPOS

[Mato Grosso, 1917 – Rio de Janeiro, 2001]

After studying philosophy and theology in Minas Gerais and a brief period as a professor in São Paulo's countryside, he joined the Foreign Service in 1939. An advocate of Brazilian economic diplomacy, he participated in the international conferences that led to the creation of the IMF (International Monetary Fund), the World Bank and the GATT (General Agreement on Tariffs and Trade). A great enthusiast of foreign investments as a drive of modernization, diversification and strengthening of the Brazilian economy, Campos was among the founders of institutions such as the Brazilian Development Bank - BNDE (later BNDES), of which he was president in the late 1950s, the Central Bank and Institute for Applied Economic Research (IPEA). He was the Brazilian Ambassador to Washington (1961-1964) and London (1975-1982) and Minister of Planning (1964-1967). He entered politics in 1982, being elected senator for Mato Grosso and, in the 1990s, congressman for Rio de Janeiro.

Selo Postal de 1962, em comemoração aos 10 anos do BNDES

A 1962 postage stamp in commemoration of BNDES's 10th anniversary

*"Today, the great synthesis of growth is well known: price stability in macroeconomics; competition in microeconomics; international openness; and massive investments in human capital. 'The tower and the nave are worthless,' said Sophocles, 'without man'. The society of the next millennium will be a globalized and digitized society."*

*Roberto Campos's inaugural speech at the Brazilian Academy of Letters, 1999*



## ROBERTO CAMPOS

[Mato Grosso, 1917 – Rio de Janeiro, 2001]

Após estudos de filosofia e teologia em Minas Gerais e um breve período como professor no interior de São Paulo, ingressou no Serviço Exterior em 1939. Exponente da diplomacia econômica brasileira, participou das conferências internacionais que levaram à criação do FMI, do Banco Mundial e do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT). Grande entusiasta dos investimentos estrangeiros como vetor de modernização, diversificação e fortalecimento da economia brasileira, Campos esteve entre os idealizadores de instituições como o BNDES, que presidiu, ao final da década de 1950, o Banco Central e o Ipea. Foi embaixador do Brasil em Washington (1961-1964) e Londres (1975-1982) e ministro do Planejamento (1964-1967). Entrou na vida político-partidária em 1982, elegendo-se senador pelo Mato Grosso e, nos anos 1990, deputado pelo Rio de Janeiro.



*Conhece-se, hoje, a grande síntese do crescimento: estabilidade de preços na macroeconomia; competição na microeconomia; abertura internacional; e investimentos maciços no capital humano. 'De nada valem a torre nem a nave' dizia Sófocles, 'sem o homem'. A sociedade do próximo milênio será uma sociedade globalizada e digitalizada.*

*Discurso de posse de Roberto Campos na Academia Brasileira de Letras, 1999*



## PAULO TARSO FLECHA DE LIMA

[Minas Gerais, 1933 – Distrito Federal, 2021]

With a law degree from the former University of Brazil, currently Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ), he joined the Foreign Service in 1955. Combining the qualities of a skilled diplomatic negotiator, specialized in economic and commercial matters, with those of an executive with extensive knowledge of Brazilian private sector, Flecha de Lima conceived the modernization of Brazilian trade promotion. He prioritized market intelligence, export qualifications and a results-based planning culture. He was Secretary General of Foreign Affairs (1985-1990), during which time he led the regional integration process that culminated in the creation of Mercosur, and Brazilian Ambassador to London (1990-1993), Washington (1993-1999)

and Rome (1999-2001).

The set of these activities – direct promotion plus indirect promotion; research, documentation, dissemination and, on the other hand, direct support to the exporter, organization of trade fairs and exhibitions, etc. – began to shape the means available to the Ministry of Foreign Affairs to implement its trade promotion objectives.

To carry out these tasks, a trade promotion system was organized at the Ministry of Foreign Affairs based on a principle of symmetry. The idea adopted was that, if Itamaraty wanted to carry out its legal attributions well, it should have a system as efficient and flexible as that of its users, that is, the exporters. This principle was reflected in the implementation of modern techniques and procedures for managerial and business administration, consolidated in a management-by-objectives (MBO) system, with regular procedures for planning, programming, organization, control, evaluation and permanent self-regeneration. In short, a permanent system was established concerned with correlating the objectives that were intended to be achieved with activities, guidelines and resources.

“Diplomatic Paths: 10 Years of the International Agenda”, 1997

Selo Postal de 1976 com imagem do Palácio Itamaraty

A 1976 postage stamp with the Itamaraty Palace's facade

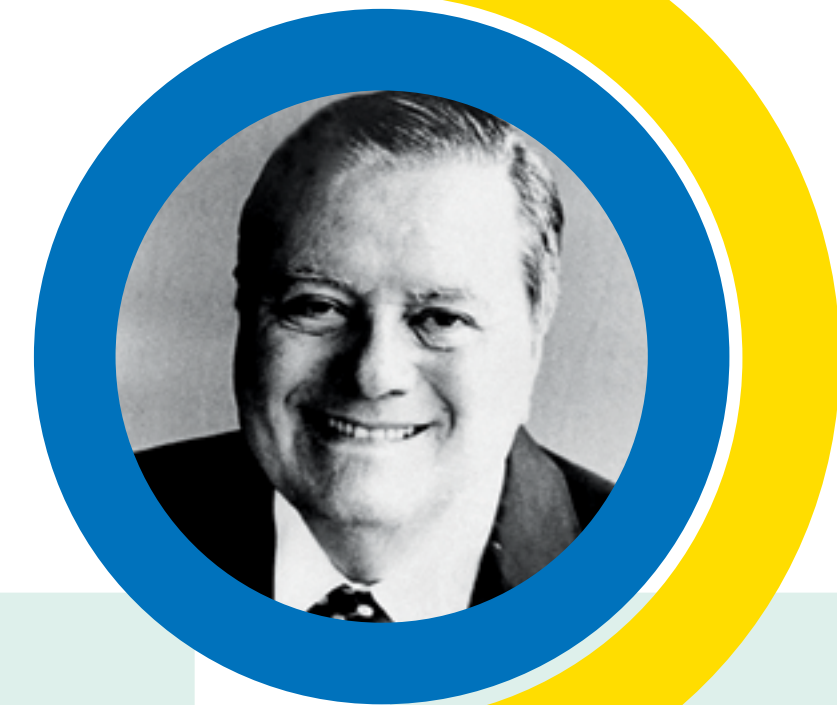


## PAULO TARSO FLECHA DE LIMA

[Minas Gerais, 1933 – Distrito Federal, 2021]

Formado em direito pela antiga Universidade do Brasil, atual Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), ingressou no Serviço Exterior em 1955. Combinando as qualidades de hábil negociador diplomático, especializado em temas econômico-comerciais, com as de executivo com amplo conhecimento do setor privado nacional, Flecha de Lima idealizou a modernização da promoção comercial brasileira. Atribuiu prioridade à inteligência de mercados, à qualificação para a exportação e a uma cultura de planejamento baseada em resultados. Foi secretário-geral das Relações Exteriores (1985-1990), período no qual liderou o processo de integração regional que culminou na criação do Mercosul, e embaixador do Brasil em Londres (1990-1993), em Washington (1993-1999) e em Roma (1999-2001).

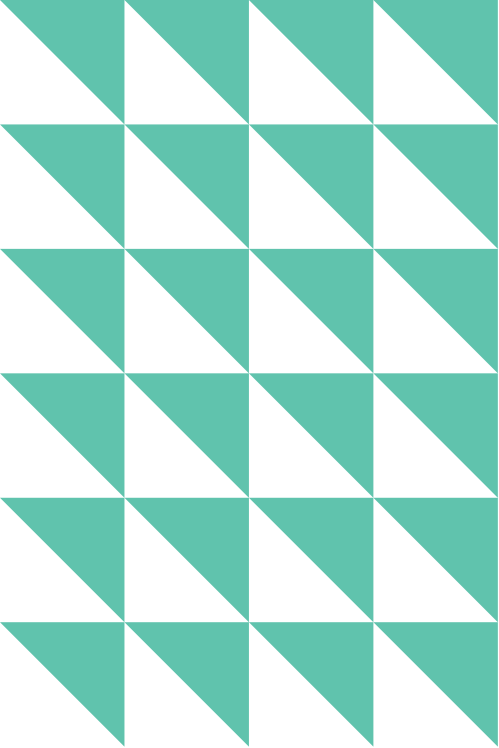
O conjunto dessas atividades – promoção direta mais promoção indireta; pesquisa, documentação, divulgação e, de outro lado, apoio direto ao exportador, organização de feiras e exposições etc. – passou a configurar os meios de que dispunha o Ministério das Relações Exteriores para implementar seus objetivos de promoção comercial.



Para levar adiante essas tarefas, foi organizado um sistema de promoção comercial no Ministério das Relações Exteriores baseado em um princípio de simetria. Adotava-se a ideia de que, se o Itamaraty quisesse bem executar suas atribuições legais, deveria dispor de um sistema tão eficiente e flexível quanto o de seu usuário, ou seja, o exportador. Esse princípio se refletiu na implantação de técnicas e procedimentos modernos de administração gerencial e de

administração de empresas, consolidadas em um sistema de administração por objetivos (APO), com procedimentos regulares de planejamento, programação, organização, controle, avaliação e permanente autorregeneração. Em suma, estabeleceu-se um sistema permanentemente preocupado em correlacionar os objetivos que se pretendia alcançar, as atividades, as diretrizes e os recursos.

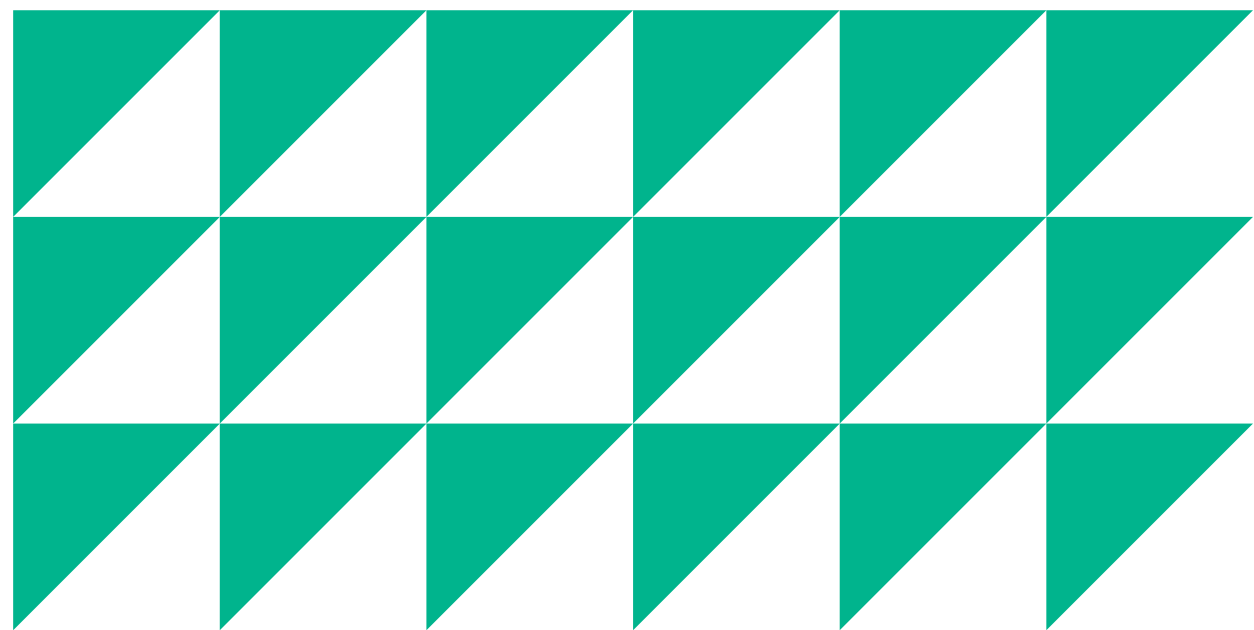
Livro Caminhos diplomáticos: 10 anos de Agenda Internacional, 1997



## PRATINI DE MORAES

[Rio Grande do Sul, 1939]

Economista e político brasileiro, foi deputado federal pelo Rio Grande do Sul e ministro da Indústria e Comércio (1970-1974), das Minas e Energia (1992) e da Agricultura (1999-2003). Assumiu em 1988 a presidência da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB), cargo em que permaneceu até 1999. Entre 2003 e 2008, presidiu a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (ABIEC). Ao longo de sua trajetória profissional, Pratini de Moraes notabilizou-se como exímio articulador de parcerias entre os setores público e privado em prol da internacionalização da economia brasileira, tanto no agronegócio quanto na indústria e nos serviços.



## PRATINI DE MORAES

[Rio Grande do Sul, 1939]

*Brazilian economist and politician, he was a congressman for Rio Grande do Sul and Minister of Industry and Commerce (1970-1974), Mines and Energy (1992) and Agriculture (1999-2003). In 1988, he was appointed president of the Brazilian Foreign Trade Association (AEB), a position he held until 1999. Between 2003 and 2008, he chaired the Brazilian Beef Exporters Association (ABIEC). Throughout his professional career, Pratini de Moraes has distinguished himself as an excellent negotiator of partnerships between the public and private sectors in favor of the internationalization of the Brazilian economy, both in agribusiness and in industry and services.*

## DOROTHEA WERNECK

[Minas Gerais, 1948]

Economista e política brasileira, foi ministra do Trabalho (1989-1990) e da Indústria e Comércio (1995-1996), período em que idealizou a criação de uma agência de promoção das exportações com foco no empreendedor de pequeno porte. Sua visão somou-se à liderança de José Frederico Álvares, que, na condição de Secretário-Executivo da CAMEX, coordenou a edição do Decreto n. 2.398, de 21 de novembro de 1997, marco fundador da ApexBrasil. Em 1999, Werneck substituiu Álvares na presidência da Agência, consolidando e ampliando sua operação. Permaneceu no cargo até o final de 2002.



## DOROTHEA WERNECK

[Minas Gerais, 1948]

*Brazilian economist and politician, she was Minister of Labor (1989-1990) and of Trade & Industry (1995-1996), when she idealized the creation of an export promotion agency focused on small entrepreneurs. Her vision added to the leadership of José Frederico Álvares, who, as Executive Secretary of CAMEX, coordinated the publication of Decree 2.398, on November 21, 1997, which established ApexBrasil. In 1999, Werneck replaced Álvares as president of the Agency, consolidating and expanding its operations. She remained in the position until the end of 2002.*



# História em 25 momentos

Contextos e movimentos históricos que  
contribuíram para a promoção das exportações  
brasileiras e para a formação da ApexBrasil

## *History in 25 milestones*

*Contexts and historical movements that  
contributed to the promotion of Brazilian  
exports and to the establishment of  
ApexBrasil*

## 1808

Assinatura da Carta de Abertura dos Portos às Nações Amigas, pelo príncipe regente D. João. O documento concedia permissão de comércio entre o Brasil e as nações consideradas amigas.

## 1823

Criação da Secretaria de Estado dos Negócios Estrangeiros, pelo Decreto Imperial de 13 de novembro.

## 1826-1840

*O Brasil assina tratados de amizade, comércio e navegação com nações como França, Áustria, Prússia, Dinamarca, Estados Unidos, Países Baixos e com as cidades-estado alemãs de Lübeck, Bremen e Hamburgo. Um tratado especial foi assinado com a Grã-Bretanha, revogado em 1844.*

## 1808

*Signing of the Letter of The Opening of the Ports to Friendly Nations, by Prince Regent D. João. The document granted permission for trade between Brazil and nations considered friendly.*

## 1823

*Creation of the State Secretariat of Foreign Affairs, by the Imperial Decree of November 13.*

## 1826 | 1840

*Brazil signs treaties of friendship, commerce and navigation with nations such as France, Austria, Prussia, Denmark, the United States, the Netherlands and the German city-states of Lübeck, Bremen and Hamburg. A special treaty was signed with Great Britain, revoked in 1844.*

## 1850

Instituição do Código Comercial que normatizou as atividades comerciais e a profissão de comerciante. A regulamentação estabeleceu garantias para a realização das operações comerciais, além de instituir um aparato burocrático exclusivo para as causas mercantis, como os tribunais e juízos comerciais.

## 1862

Estreia do Brasil nas Exposições Mundiais, em Londres, Inglaterra, quando a cidade recebeu o evento pela segunda vez.

## 1850

*Establishment of the Commercial Code that regulated commercial activities and the profession of trader. The regulation set the guarantees for carrying out commercial operations, in addition to instituting a bureaucratic apparatus exclusively for commercial causes, such as commercial courts.*

## 1862

*Brazil's debut at the Universal Exhibitions, in London, England, when the city hosted the event for the second time.*

## Brazil enters the world stage

*From the second half of the 19th century, the main European nations and the United States began to organize universal or world exhibitions, open to all who wanted to show their products.*

*The first universal exhibition took place in London, England, in 1851.*

*By the end of the 19th century, other exhibitions followed, such as Paris, France, in 1855, 1867, 1878, 1889, 1900; Vienna, then capital of the Austro-Hungarian Empire, in 1873; Philadelphia, in the United States, in 1876; Melbourne, Australia, in 1880; Barcelona, Spain, in 1888; Chicago, also in the United States, in 1893; and Brussels, Belgium, in 1897.*

*Universal or world exhibitions received large audiences and represented a series of opportunities: exchanges of scientific and technological knowledge; conducting political agreements and implementing economic investments.*

*Images of the Brazilian Pavilion at the World Exhibition in Philadelphia (USA), in 1876*

## O Brasil se mostra para o mundo

A partir da segunda metade do século XIX, as principais nações europeias e os Estados Unidos passaram a organizar exposições universais ou mundiais, abertas a todos que quisessem mostrar seus produtos.

A primeira exposição universal aconteceu em Londres, na Inglaterra, em 1851.

Até o final do século XIX, seguiram-se outras exibições como Paris, na França, em 1855, 1867, 1878, 1889, 1900; Viena,

então capital do Império Austro-Húngaro, em 1873; Filadélfia, nos Estados Unidos, em 1876; Melbourne, na Austrália, em 1880; Barcelona, na Espanha, em 1888; Chicago, também nos Estados Unidos, em 1893; e Bruxelas, na Bélgica, em 1897.

As exposições universais ou mundiais recebiam grande público e representavam uma série de oportunidades: trocas de conhecimento científico e tecnológico; condução de acordos políticos e concretização de investimentos econômicos.

Imagens do pavilhão brasileiro na Exposição Mundial da Filadélfia (EUA), em 1876

## 1922

Exposição Universal do Rio de Janeiro em comemoração ao primeiro centenário da Independência, teve 15 pavilhões estrangeiros e cerca de 10 mil expositores. O pavilhão brasileiro contou com 25 áreas representativas das principais atividades do país.

## 1929

Criação da unidade de Serviços Econômicos e Comerciais, subordinada diretamente ao chanceler brasileiro, no âmbito do Ministério das Relações Exteriores, primeira iniciativa de promoção comercial dos produtos brasileiros no exterior.

## 1952

Criação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), que passou a se chamar Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) em 1982. O banco surgiu a partir do trabalho de técnicos americanos e brasileiros, reunidos na Comissão Mista Brasil-Estados Unidos (CMBEU), que se dedicaram a formular recomendações para implementação de projetos prioritários para o desenvolvimento econômico do Brasil.

## 1922

*Universal Exhibition of Rio de Janeiro, in celebration of the first 100 years of independence with the participation of 14 countries, in addition to Brazil, and about 10 thousand exhibitors. The Brazilian pavilion had 25 areas representing the main activities in the country.*

## 1929

*Creation of the Economic and Commercial Services unit, operating under the direct supervision of the Brazilian Chancellor, within the scope of the Ministry of Foreign Affairs, the first initiative to promote Brazilian products abroad.*

## 1952

*Creation of the National Bank for Economic Development (BNDE), which was renamed the National Bank for Economic and Social Development (BNDES) in 1982. The bank emerged from the work of American and Brazilian technicians, gathered in the Brazil-United States Joint Commission (CMBEU), dedicated to formulating recommendations for the implementation of priority projects for Brazil's economic development.*

## 1953

Criação da Câmara de Comércio Exterior do Banco do Brasil S.A. (CACEX) em substituição à Carteira de Exportação e Importação (CEXIM), também do BB. A CACEX passou a desempenhar todas as funções relacionadas à execução da política de comércio exterior do país.

## 1965

Criação do Departamento de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores.

## 1953

*Creation of the Foreign Trade Chamber of Banco do Brasil S.A. (CACEX) in replacement of the Export and Import Portfolio (CEXIM), also managed by Banco do Brasil. CACEX began to perform all functions related to the execution of the country's foreign trade policy*

## 1965

*Creation of the Trade Promotion Department at the Ministry of Foreign Affairs.*



## Itamaraty: um portal para o mundo

O Ministério das Relações Exteriores é também conhecido como Itamaraty. O nome tem origem no prédio que serviu como sede do órgão no Rio de Janeiro, entre 1899 e 1970, e que se transformou numa marca da diplomacia e de excelência no serviço público. Por sua força, a marca sobreviveu à transferência da capital para Brasília e passou a designar também a obra-prima modernista de Oscar Niemeyer, sede atual do Ministério e verdadeiro portal do Brasil para o mundo. Há várias teorias para a etimologia da palavra nas línguas do ramo tupi-guarani, mas, pelo contexto histórico, o mais provável é que Itamaraty signifique a “água que flui entre as pedras e as esculpe”, uma bela imagem para o *soft power* brasileiro.



Acima, antiga sede do Itamaraty no Rio de Janeiro (RJ). Abaixo, o Palácio do Itamaraty em Brasília (DF)

*The old Itamaraty headquarters in Rio de Janeiro (RJ) above. The Itamaraty Palace in Brasília (DF) below.*

## Itamaraty: a gateway to the world

*The Brazilian Ministry of Foreign Affairs is also known as Itamaraty. The name is a reference to the building in Rio de Janeiro that served as headquarters of the Ministry from 1899 to 1970, which became a brand of excellence in diplomacy and public service. Thanks to its strength, the brand survived the transfer of Brazil's capital to Brasília and was applied to the modernist masterpiece by Oscar Niemeyer, the new headquarters and a true Brazilian gateway to the world. There are many theories for the origin of the word in the native Brazilian languages, but, taking into consideration the historical context, Itamaraty could be translated as the water that flows through the stones and sculpts them, an apt image to describe the Brazilian soft power.*



## 1966

Criação do Fundo de Financiamento às Exportações (FINEX) com objetivo de suprir a demanda de crédito não atendida pelo setor financeiro privado, bem como para desenvolver e diversificar a pauta de exportações do Brasil.

## 1972

Em 17 de julho, criação do Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa (CEBRAE), por iniciativa do BNDE e do Ministério do Planejamento. A partir de 1990, a entidade transformou-se num serviço social autônomo, denominado Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

## 1966

*Creation of the Export Financing Fund (FINEX) in order to meet the demand for credit not met by the private financial sector, as well as to develop and diversify Brazilian exports.*

## 1972

*Creation of the Brazilian Center for Managerial Assistance to Small Businesses (CEBRAE), an the initiative of BNDE and the Ministry of Planning. As of 1990, the entity became an autonomous social service, called the Micro and Small Business Support Service (SEBRAE).*

## 1972

Assinado o Decreto-Lei n. 1.219, de 15 de maio, para conceder estímulos à exportação de manufaturados. O decreto estabeleceu a Comissão para Concessão de Benefícios Fiscais a Programas Especiais de Exportação (BEFIEEX), cujo objetivo, entre outros, era examinar os programas de exportações que lhe fossem encaminhados, seguir com providências sobre créditos tributários e submeter parecer à decisão do ministro da Fazenda.

## 1973

Criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) para superar as barreiras que limitavam a produção de alimentos no território nacional, o que se mostrou crucial para o desenvolvimento do agronegócio brasileiro nas décadas seguintes.

## 1990

No início da década, o Brasil elaborou a abertura comercial com redução de tarifas de importação e reformulação dos incentivos às exportações. Como resultado de uma série de medidas tributárias, os fluxos comerciais entre o país e o mundo se intensificaram.

## 1972

*Decree-Law No. 1.219 signed on May 15, to grant incentives to the export of manufactured goods. The decree established the Commission for the Granting of Tax Benefits to Special Export Programs (BEFIEEX), whose objective, among others, was to examine incoming exports programs, proceed with measures on tax credits, and submit an opinion to the decision of the Minister of Finance.*

## 1973

*Creation of the Brazilian Agricultural Research Corporation (EMBRAPA) to overcome barriers that limited food production in the country, which proved to be crucial to the development of Brazilian agribusiness in the following decades.*

## 1990

*At the beginning of the decade, Brazil developed a trade liberalization with the reduction in import tariffs and a reformulation of export incentives. As a result of a series of tax measures, trade flows between the country and the world intensified.*



## 1991

Criação do Mercosul, pelo Tratado de Assunção, tendo como membros fundadores Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai.

Criação do Programa de Financiamento às Exportações (PROEX), administrado pelo Banco do Brasil, para financiamento e garantias às exportações ou importações de produtos brasileiros por micro e pequenas empresas em condições similares às do mercado internacional.

## 1992

Criação da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), no Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (MICT).

## 1991

*Foundation of Mercosur, by the Treaty of Asunción, having as founding members Brazil, Argentina, Paraguay and Uruguay.*

## 1991

*Creation of the Export Financing Program (PROEX), managed by Banco do Brasil, to finance and guarantee exports or imports of Brazilian products by micro and small companies under conditions similar to those in the international market.*

## 1992

*Creation of the Foreign Trade Secretariat (SECEX), under the Ministry of Industry, Commerce and Tourism (MICT).*

## 1992

Formação da União Europeia (EU), pelo Tratado de Maastricht, acordo político-econômico assinado por doze países europeus. A integração europeia havia se iniciado em 1944, pela integração pioneira de Bélgica, Luxemburgo e Países Baixos.

## 1993

Formado o Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX) para informatização dos processos administrativos relativos às exportações, bem como para aperfeiçoar, acompanhar e controlar as operações de comércio exterior.

## 1995

Criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), órgão multilateral para a incentivar a desregulamentação do comércio e investimentos internacionais e acordos de livre comércio sob a cláusula de nação mais favorecida. A organização substituiu o antigo Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT), em vigor desde 1947, que era a base para as negociações comerciais e discussões sobre o mercado.

## 1992

*Establishment of the European Union (EU), by the Maastricht Treaty, a political-economic agreement signed by 12 European countries. European integration had begun in 1944, with the pioneering integration of Belgium, Luxembourg and the Netherlands.*

## 1993

*The Integrated Foreign Trade System (SISCOMEX) was created to computerize administrative processes related to exports, as well as to improve, monitor and control foreign trade operations.*

## 1995

*Foundation of the World Trade Organization (WTO), a multilateral organization to encourage the deregulation of international trade and investment and free trade agreements under the most-favored-nation clause. The organization replaced the former General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), in force since 1947, which was the basis for trade negotiations and market discussions.*





## 1995

Criação da Câmara de Comércio Exterior (CAMEX), órgão ministerial responsável pela formulação, adoção, implementação e coordenação de políticas e atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços brasileiros.

## 1997

Criação do Fundo de Garantia às Exportações (FGE), vinculado ao Ministério da Fazenda, para garantir operações de exportação ou importação de produtos brasileiros.

## 1997/1998

Criação da Rede Brasileira de Promoção Comercial (BrazilTradeNet), um portal web para captação, disseminação e processamento de informações comerciais, no âmbito do Departamento de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores.

## 1997

Criação da Agência de Promoção de Exportação, com a sigla APEX, no âmbito do SEBRAE.

## 1995

*Creation of the Foreign Trade Chamber (CAMEX), a ministerial body responsible for formulating, adopting, implementing and coordinating policies and activities related to foreign trade of Brazilian goods and services.*

## 1997

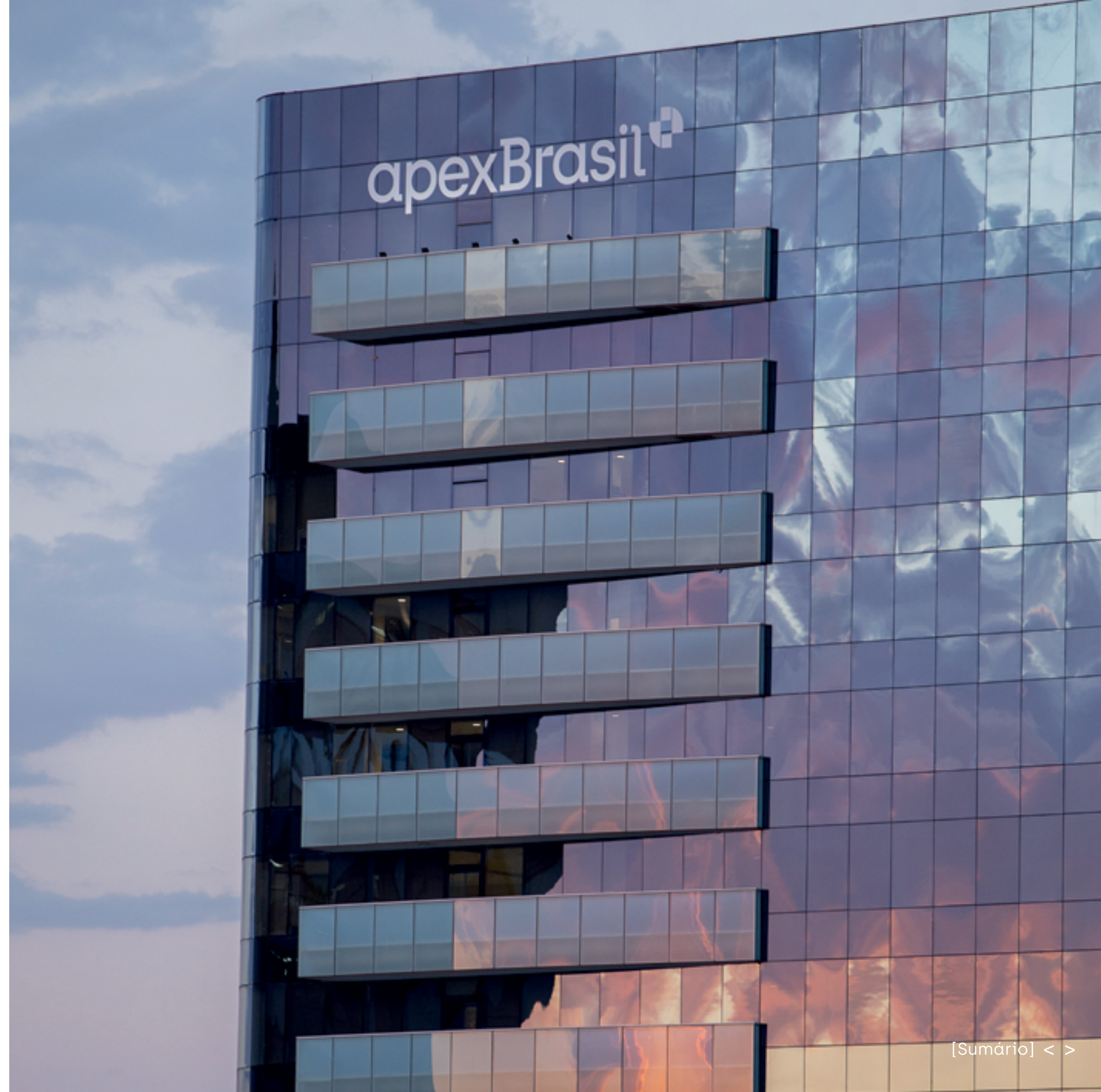
*Creation of the Export Guarantee Fund (FGE), linked to the Ministry of Finance, to guarantee export or import operations of Brazilian products.*

## 1997 | 1998

*Creation of the Brazilian Trade Promotion Network (BrazilTradeNet), a web portal for capturing, disseminating and processing trade information, within the scope of the Ministry of Foreign Affairs's (MRE) Trade Promotion Department.*

## 1997

*Creation of the Export Promotion Agency, under the acronym APEX, within the scope of SEBRAE.*





*Since the beginning of its journey, which now spans 25 years, ApexBrasil has worked hard to promote Brazilian products and services abroad, to attract foreign investment to strategic sectors of the Brazilian economy and to strengthen the international perception of foreign investors and buyers about Brazilian companies, products and services. Additionally, the Agency primarily seeks to serve small and medium-sized companies in order to generate more jobs for Brazilians. So, this story deserves to be told.*

*The following pages bring examples of solutions over these 25 years that were – and continue to be – fundamental to achieving these goals.*

Desde o início de sua jornada, que agora alcança 25 anos, a ApexBrasil trabalha fortemente para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior, atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira e fortalecer a percepção internacional dos investidores e compradores estrangeiros sobre as empresas, produtos e serviços brasileiros. E mais: a Agência procura atender prioritariamente empresas de pequeno e médio porte com objetivo de gerar mais empregos para os brasileiros. Por isso essa história merece ser contada.

As páginas a seguir trazem exemplos de algumas das soluções desenvolvidas nesses 25 anos que foram – e continuam a ser – fundamentais para atingir esses objetivos.

## The value of ApexBrasil

When Brazilian entrepreneurs turn to ApexBrasil, they are looking for something extra.

Entrepreneurs from different business sectors know that the Agency can offer safe paths, which go far beyond promoting a product in the international market. They need answers, and ApexBrasil knows how to offer a return that will take them to the world.

### Mission

**To promote exports, the internationalization of Brazilian companies and foreign direct investment, in support of national public policies and strategies, in order to contribute to the sustainable growth of the Brazilian economy.**

### Vision

**To be recognized as the best export promotion, internationalization and investment Agency by 2023.**

Since its creation in 1997 to this day, there has been a significant change in ApexBrasil's activities as well as business community itself. Little by little, both understood the dynamics and requirements of competitive international trade. In this environment, the Agency has consolidated itself as the main support channel for the multiple initiatives involving Brazilian businesses abroad.

These are ApexBrasil's action axes, which can be summarized as follows:

- (a) business development,
- (b) market intelligence,
- (c) business and image promotion,
- (d) international expansion, and
- (e) investment attraction.

Five directions that involve priority actions, complementary to each other, are fundamental to leverage exports and attract foreign direct investment. Simple, but with great results, strategic for the repositioning of the Brazilian economy. Therefore, let's explore the world of ApexBrasil.

## O valor da ApexBrasil

Quando os empresários brasileiros recorrem à ApexBrasil, buscam algo a mais.

Os empreendedores de diferentes segmentos comerciais e produtivos sabem que a Agência pode oferecer caminhos seguros, que vão muito além da promoção de um produto no mercado internacional. Eles necessitam respostas, e a ApexBrasil sabe como oferecer um retorno capaz de levá-los para o mundo.

Desde sua criação, há 25 anos, em 1997, até os dias atuais, percebe-se uma significativa mudança nas atividades da ApexBrasil e também do próprio empresariado nacional. Pouco a pouco, ambos compreenderam as lógicas e as exigências do concorrido comércio internacional. Nesse ambiente, a Agência se consolidou como o principal canal de apoio às múltiplas ações que envolvem os negócios brasileiros no exterior.

São os chamados eixos de atuação da ApexBrasil, que podem ser assim resumidos:

- (a) qualificação empresarial,
- (b) inteligência de mercado,
- (c) promoção de negócios e imagem,
- (d) expansão internacional e
- (e) atração de investimentos.

Cinco direcionamentos que envolvem ações prioritárias, complementares entre si, fundamentais para alavancar as exportações e conquistar investimentos estrangeiros diretos. Simples, mas grandioso nos resultados obtidos, estratégicos para o reposicionamento da economia brasileira. Portanto, vamos explorar o mundo da ApexBrasil.

### Missão

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

### Visão

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



## Business development

ApexBrasil competently carries out export promotion policies in cooperation with the government and initiatives to promote investments, according to national development policies in the industrial, commercial, technological, agricultural and service sectors. And, mainly, government policies that favor small and medium-sized companies with the objective of generating more jobs for Brazilians.

*Exporting goods, products and services may seem like a huge challenge for companies. For some of them, international trade represents an almost insurmountable barrier. How to export? Which product should be prioritized? Where to find potential customers? How to set a fair price for operations? Is it necessary to adapt the company to meet international market requirements? These are pertinent and common issues that commonly affect entrepreneurs seeking to start exporting.*

*To answer those questions, collaborate with entrepreneurs, and show possible paths for safe exports, ApexBrasil develops a series of training activities for companies, which seek overcome barriers and challenges, increase competitiveness, and to promote an export culture inside companies.*

## Qualificação empresarial

A ApexBrasil realiza, com competência, as políticas de promoção de exportações, em cooperação com o poder público; ações para promoção de investimentos, em conformidade com as políticas nacionais de desenvolvimento nos setores industrial, comercial, tecnológico, de agricultura e de serviços. E, principalmente, as políticas governamentais que favoreçam empresas de pequeno e médio porte com objetivo de gerar mais empregos para os brasileiros.

**A** exportação de bens, produtos e serviços pode parecer um enorme desafio para as empresas. Para algumas delas, o comércio internacional representa uma barreira quase intransponível. Como exportar? Qual produto deve ser priorizado? Onde encontrar potenciais clientes? Como definir o preço justo para as operações? É necessário adaptar a empresa para atender às exigências do mercado internacional? São questões pertinentes e corriqueiras que, tradicionalmente, acometem os empreendedores que buscam iniciar ações de exportação.

Para responder a essas dúvidas, desmistificar a situação, colaborar com os empreendedores e mostrar caminhos possíveis para a exportação segura, a ApexBrasil desenvolve uma série de ações de qualificação que se propõem a vencer barreiras e desafios, incrementar a competitividade e promover a cultura exportadora nas empresas.



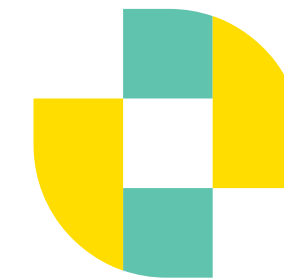
*When we work with qualification projects, we meet the passionate ones. We say: 'Let's change the vision a little bit, get out of your view as an entrepreneur, as an owner, and let's look from the customer's perspective; how the customer may be seeing your product; sometimes, the customer is seeing it in a different way...' We have to carry out an integration and adaptation process that is part of the initiatives we have at ApexBrasil, especially business development projects such as PEIEX, for example.*

*Maira Rodrigues, ApexBrasil's employee*



*We arrive at a company in the countryside, which has a quality product, and we manage to take its product abroad, either to Europe or to the United States. So, it is a joy to be able to change the history of companies, of those people. (...) Working and being able to make companies stand out and conquer the world is a pleasure.*

*Ulisses Medeiros, ApexBrasil's employee*



**PEIEX**   
**apexBrasil**



*Quando trabalhamos com os projetos de qualificação, encontramos os apaixonados. Falamos: 'Vamos mudar um pouquinho a visão, sair da sua visão de empresário, de dono, e vamos olhar a perspectiva do cliente; como o cliente pode estar enxergando seu produto; às vezes, o cliente está enxergando de uma forma diferente...' A gente tem que fazer um processo de integração e adaptação que faz parte dessas ações que temos na APEX, sobretudo de qualificação como o PEIEX, por exemplo.*

*Maira Rodrigues, colaboradora da ApexBrasil*



*Chegamos a uma empresa no interior do país, que possui um produto de qualidade, e conseguimos fazer com que ela leve seu produto para o exterior, seja à Rússia ou aos Estados Unidos. Então, é uma alegria conseguir mudar a história das empresas, dessas pessoas. (...) Trabalhar e conseguir fazer com que as empresas se coloquem e conquistem o mundo lá fora é uma satisfação.*

*Ulisses Medeiros de Araújo Junior, colaborador da ApexBrasil*

## First steps

One of the outstanding initiatives of ApexBrasil in business training/development is the Export Qualification Program (PEIEX), which seeks to prepare Brazilian companies so that they can start the export process in a planned manner. The program is currently present in all regions of the country through partnerships with educational institutions (universities, technology parks or research support foundations) or industry and commerce federations. As the executing bodies, they are responsible for applying the methodology created by ApexBrasil for company training in courses that last from three to six months.

Through PEIEX, professionals specialized in foreign trade guide entrepreneurs in the most suitable paths to the foreign market. Gradually, based on a detailed analysis of the company, the program offers specialized technical consultancy, diagnosis of readiness to export, specific training related to foreign trade and technical and managerial recommendations that result in an export plan for the participating companies.

## Capable leaders

In the vast majority of cases, the decision-making process toward foreign trade implies an internal business action, convincing and training management leaders. One of the main challenges to be overcome by companies, with regard to the strategic importance of internationalization, is the lack of understanding by business managers.

Unlike national commercial operations, international ones encompass totally different environments, including legislation, taxation, human resources, competition, local business practices, hiring of personnel, in addition to other issues, which can result in a breach of expectations between anticipated objectives and the reality of facts.

ApexBrasil considers it is essential to train leaders, presenting all the complexity of international expansion to the companies' top management, making them aware of medium and long-term corporate strategies. In that regard, it developed the Internationalization and Competitiveness Program (Programa Internacionalização e Competitividade), and the Inter-Com, carried out in partnership with Fundação Dom Cabral (an internationally renowned Brazilian business school), which seeks to train the leaders of Brazilian companies for the challenges of taking their operations abroad.

The program structured the strategic vision of Brazilian executives about the expansion international so that they could meet opportunities and challenges through lectures, games of business and testimonials about cases of success.

## Primeiros passos

Uma das ações de destaque no segmento de qualificação é o **Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX)**, que busca preparar empresas brasileiras para que possam iniciar o processo de exportação de forma planejada. O programa, atualmente, está presente em todas as regiões do país por meio de parcerias realizadas com instituições de ensino (universidades, parques tecnológicos ou fundações de amparo à pesquisa) ou federações de indústria e comércio. Chamadas de entidades executoras, são responsáveis pela aplicação da metodologia criada pela ApexBrasil para a qualificação de empresas em cursos que têm duração de três a seis meses.

Com o PEIEX, profissionais especialistas em comércio exterior orientam os empresários sobre os caminhos mais adequados para o mercado externo. De forma gradual, a partir de análise detalhada da empresa, o programa oferece consultorias técnicas especializadas, diagnóstico de prontidão para a exportação, capacitações específicas relacionadas ao comércio exterior e recomendações técnicas e gerenciais que resultam na elaboração de um plano de exportação da empresa que participa dessas atividades.





## Líderes capazes

**N**a grande maioria das vezes, a tomada de decisão pelo caminho do comércio exterior implica uma ação interna empresarial, de convencimento e de capacitação das lideranças gerenciais. Um dos principais desafios a ser superado pelas empresas, no que diz respeito à importância estratégica da internacionalização, é a falta de compreensão dos responsáveis pela gestão dos negócios.

Diferentemente das operações comerciais nacionais, as internacionais abrangem ambientes totalmente diversos, entre eles legislação, tributação, recursos humanos, competição, práticas locais de negócios, contratação de pessoas, além de outras questões, o que pode resultar numa quebra de expectativas entre os objetivos esperados e a realidade enfrentada.

A ApexBrasil considera fundamental capacitar lideranças, apresentando toda a complexidade da expansão internacional para a alta direção das empresas, sensibilizando-as a respeito de estratégias corporativas de médio e longo prazos. Nesse sentido, desenvolveu o **Programa Internacionalização e Competitividade**, o **Inter-Com**, realizado em parceria com a Fundação Dom Cabral (escola de negócios brasileira, com padrão e atuação internacionais), que buscava capacitar as lideranças de empresas brasileiras para os desafios da internacionalização de suas operações.

O programa estruturou a visão estratégica dos executivos brasileiros sobre a expansão internacional para que eles pudessem conhecer as oportunidades e desafios por meio de aulas expositivas, jogos de negócios e depoimentos sobre casos de sucesso.



## Passport to the World

To make it easier for entrepreneurs planning to start foreign trade activities, ApexBrasil made available on its website qualified information on exports, in a consistent and organized way. Named *Passaporte para o Mundo* (Passport to the World), the platform provided precise and orderly guidelines on how to export, explaining concepts and listing the main trade organizations in Brazil and abroad,

among other relevant information. The platform offered an environment focused on learning and disseminating knowledge, seeking to expand international business in a professional way. Therefore, it contributed to distance training, which allowed it to be the basis for the future Business School project being developed by the Agency.

The initiative explored topics related to increasing international competitiveness and access to markets and international business opportunities, always focusing on strategic markets.

The *Passaporte para o Mundo* program was an innovative tool that ApexBrasil offered to the entrepreneur and his team, by means of courses, videos, lectures, successful cases and hundreds of files with specialized technical content.



## Passaporte para o mundo

Levando você mais longe, a gente leva o Brasil todo também.

apexBrasil

Uma nova plataforma, uma experiência



**P**ara facilitar a vida dos empreendedores que buscam iniciar atividades de comércio exterior, a ApexBrasil disponibilizou em sua página na internet, de maneira consistente e organizada, informações qualificadas sobre a exportação. Batizada de **Passaporte para o Mundo**, a plataforma disponibilizava orientações precisas e ordenadas sobre como exportar, explicando os conceitos da área e relacionando as principais entidades

representativas de exportação no Brasil e no exterior, entre outras informações relevantes. A plataforma oferecia um ambiente propício para a aprendizagem e a disseminação de conhecimento, buscando ampliar negócios internacionais de forma profissional e concreta. Buscava, portanto, contribuir para a capacitação à distância, o que lhe permitiu ser a base para o futuro projeto de Escola de Negócios que vem sendo desenvolvido pela Agência.

A iniciativa explorava temas relacionados ao incremento da competitividade internacional e ao acesso a mercados e oportunidades de negócios internacionais, sempre com foco em mercados estratégicos.

O **Passaporte para o Mundo** foi um instrumento inovador que a ApexBrasil ofereceu ao empresário e à sua equipe, na forma de cursos, vídeos, palestras, cases de sucesso e centenas de arquivos com conteúdo técnico especializado.

## Safe paths

The decision-making process toward international trade implies the correct selection of a market. The prior collection of information on existing business opportunities and practices, product demand, available logistics or infrastructure, and the local political and economic environments represent decisive factors for export success.

In order to guide and enable correct decisions, ApexBrasil developed Mercado Foco (Market Focus), a set of business seminars aimed at raising awareness of companies and their leaders about opportunities in foreign markets. Another outstanding initiative are the Webinars Direto do Mercado (Straight from the Market Webinars), organized in collaboration with the Agency's international offices and which seek to present business opportunities to companies interested in exporting. The series is structured in a calendar of events with the objective of presenting potential markets that help companies in their prioritization and analysis.

## Creating opportunities

Trading companies act as intermediaries between manufacturers and buyers. In other words, they contribute, as facilitators, in commercial export operations. Thinking of small companies, often lacking specialized personnel capable of negotiating the value of products or international contracts in a foreign language, ApexBrasil offered the Brasil Trade (Tradings do Brasil), in partnership with the Brazilian Council of Commercial Importers and Exporters (CECIEX).

The project was developed to enhance the indirect export by small companies. To this end, the strategy of organizing business roundtables in different regions of Brazil was adopted. The objective, successfully achieved, was to promote exports and create business opportunities for micro, small and medium-sized local companies that intend to start exporting or seek to conquer new international markets through trading companies and international buyers.



## Caminhos seguros

A tomada da decisão pelo comércio internacional implica selecionar corretamente um mercado. A prévia coleta de informações sobre oportunidades e práticas comerciais existentes, a demanda de produtos, a logística ou infraestrutura disponíveis e o contexto político-econômico local representam fatores decisivos para o sucesso da exportação.

No sentido de orientar e permitir decisões acertadas, a ApexBrasil desenvolveu o **Mercado Foco**, um conjunto de seminários empresariais voltados à sensibilização de empresas e de suas lideranças sobre oportunidades no mercado externo. Outra iniciativa de destaque são os intitulados **Webinars Direto do Mercado**, organizados em colaboração com escritórios internacionais da Agência e que buscam apresentar oportunidades de negócios para empresas interessadas em exportar. A série se estrutura em um calendário de eventos com o objetivo de apresentar mercados potenciais que auxiliem as empresas em suas prioridades e análises.



## Criar oportunidades

**T**radings são agências que atuam como intermediárias entre fabricantes e compradores. Ou seja, contribuem, como facilitadoras, nas operações comerciais de exportação. Pensando nas empresas de pequeno porte, muitas vezes carentes de pessoal especializado capacitado para, em língua estrangeira, negociar o valor de produtos e celebrar contratos internacionais, a ApexBrasil oferece o **Tradings do Brasil**, em parceria com o Conselho Brasileiro das Empresas Comerciais Importadoras e Exportadoras (CECIEX).

O projeto foi desenvolvido para po-

tencializar a exportação indireta de empresas de pequeno porte. Para isso, foi adotada, de forma geral, a estratégia de organizar rodadas de negócios nas diferentes regiões do Brasil. O objetivo, alcançado com sucesso, foi o de promover a exportação e criar oportunidades de negócios para as micro, pequenas e médias empresas locais que pretendem iniciar exportações ou buscam conquistar novos mercados internacionais por intermédio de comerciais exportadoras e compradores internacionais.

## Exploring market access strategies

Another great challenge for the company that launches itself into the world of exports is to structure a marketing strategy capable of exploring, creating and delivering value that satisfies potential international buyers.

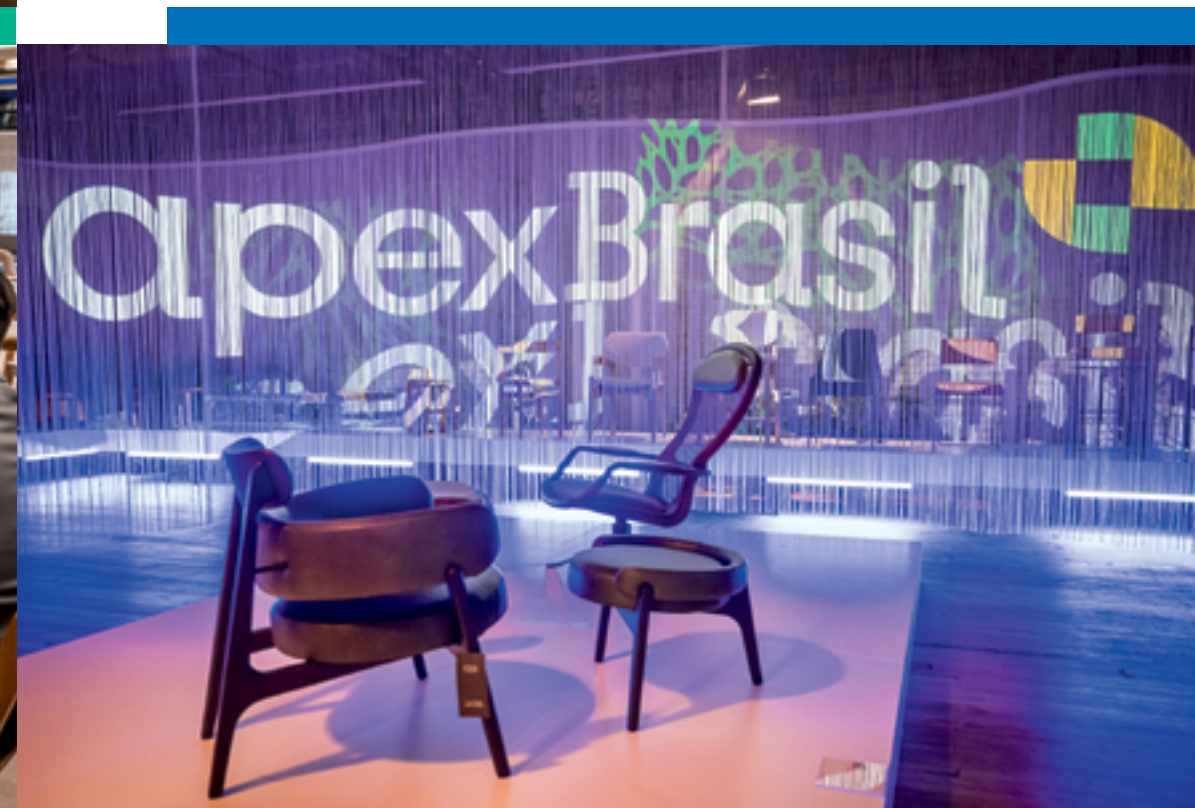
Traditionally, the purpose of marketing is to create value and capture customer attention, providing profitable relationships for both parties. To guide entrepreneurs and provide specific knowledge on the topic of foreign market needs, both in relation to the benefits of products, market distribution, as well as correct pricing and ways of communicating the value proposition to professional buyers and the target audience, ApexBrasil offers the Marketing Internacional (International Marketing) course. The course is carried out in partnership with Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), a higher education institution in Brazil, and aims to present the main concepts of international marketing to companies desiring to promote and position their brands abroad.



## Explorar estratégias de acesso ao mercado

Outro grande desafio para a empresa que se lança no mundo das exportações é o de estruturar uma estratégia de *marketing* capaz de explorar, criar e entregar valores que satisfaçam os potenciais compradores internacionais.

Tradicionalmente, a finalidade do *marketing* é criar valor e chamar a atenção do cliente, proporcionando relacionamentos lucrativos para ambas as partes. Para orientar os empreendedores e fornecer conhecimento específico sobre o tema de necessidades do mercado externo, tanto em relação aos benefícios de produtos, distribuição de mercado, quanto à precificação correta e formas de comunicação da proposta de valor para compradores profissionais e público final, a ApexBrasil oferece o curso **Marketing Internacional**. O curso é realizado em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), instituição de ensino superior do Brasil, e tem o objetivo de apresentar os principais conceitos de *marketing* internacional para empresas que desejam promover e posicionar suas marcas no exterior.



## Ser sustentável

Cada vez mais, o mercado internacional mostra-se comprometido com as agendas ambientais e com os temas que envolvem a chamada sustentabilidade empresarial. Planejar ações de comércio exterior que respondam a essa tendência de negócios foi o objetivo do **Produto ICV Global**. O programa, desenvolvido pela ApexBrasil em parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV/EAESP), buscava fomentar a internacionalização de micro e pequenas empresas que se diferenciavam por seus atributos de inovação e sustentabilidade.

## Being sustainable

Increasingly, the international market appears to be committed to environmental agendas and to issues involving corporate sustainability. Planning foreign trade actions that respond to this business trend was the objective of the Produto ICV Global (ICV Global Product). The program, developed by ApexBrasil in partnership with the Center for Sustainability Studies at the Escola de Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas (FGV/EAESP), sought to encourage the internationalization of micro and small companies that stand out for their innovation and sustainability qualities.

## Going further

Oftentimes, companies directly involved in foreign trade, in addition to wanting to compete more effectively and better position their brand, feel the need to expand their business or, mainly, consolidate it through the installation of offices or bases abroad.

The implementation of local operations in certain countries requires specific planning and know-how. To this end, ApexBrasil offers the *Estratégia para Internacionalização* (Internationalization

Strategy) course, in partnership with Fundação Instituto de Administração (FIA/USP), a Brazilian business school with international standards and scope. With the objective of preparing companies that wish to open operations abroad, the classes deal with the planning of fundamental topics, such as when and how to expand, who to expatriate, how to hire employees (lawyers, accountants, etc.) abroad, how to select local personnel and how to manage the operation according to the destination country.

## Innovation

A recurring theme in the world of international business is the packaging of products offered or exported. On the one hand, there are issues related to the design itself, that is, the quality, functionality and attractiveness of the packaging. And, on the other hand, there are issues related to the adequacy of packaging to international norms or standards (or even specific to the receiving country).

Therefore, in the competitive world of foreign trade, it is essential to compete for spaces and offer products

that respond positively to the target audience, especially in the creation of exclusive and attractive packaging.

Thinking about such issues – and considering the reality of many companies that lack professionals specialized in packaging or product design –, ApexBrasil has developed at least two outstanding actions:

The Programa Design Export (Design Export Program) is carried out in partnership with Centro Brasil Design (CBD), an organization specialized in devising, developing and implementing strategic design programs and projects in line with public policies, and that seeks to train companies wishing to incorporate design into their products, packaging, or processes to increase its competitiveness in the international market.

And Inova Embala (Packaging Innovation), carried out in partnership with Instituto de Embalagens, a leading organization in packaging studies and research in Brazil, which sought to disseminate good practices in packaging design, in transport and storage conditions and in export, safety and sustainability adequacy.

## Chegar mais longe

Muitas vezes, empresas diretamente envolvidas no comércio exterior, além de desejarem competir de maneira mais efetiva e posicionar melhor a sua marca, sentem a necessidade de ampliar os negócios ou, principalmente, consolidá-los por meio da instalação de escritórios ou bases no exterior.

A efetivação de operações locais em determinados países exige planejamento e *know-how* específico. Para tanto, a ApexBrasil disponibiliza o curso **Estratégia para Internacionalização**, que oferece, em parceria com a Fundação Instituto de Administração (FIA/USP). Com o objetivo de preparar as empresas que desejam abrir operações no exterior, as aulas tratam do planejamento de temas fundamentais, a exemplo de quando e como expandir, quem expatriar, como contratar colaboradores (advogados, contadores, servidores) no exterior, como selecionar pessoal local e como fazer a gestão da operação de acordo com o país de destino.





## Inovar

Um tema bastante recorrente no mundo dos negócios internacionais diz respeito às embalagens dos produtos oferecidos ou exportados. De um lado, há questões relacionadas ao design propriamente dito, ou seja, qualidade, funcionalidade e atratividade das embalagens. E, de outro, há as questões relacionadas à adequação das embalagens às normas ou padrões internacionais (ou mesmo específicas do país receptor do produto).

Portanto, no mundo competitivo do mercado exterior, é fundamental disputar espaços e oferecer produtos que respondam positivamente ao público-alvo, especialmente na criação de embalagens exclusivas e atrativas.



Pensando em tais questões – e considerando a realidade de muitas empresas que são carentes de profissionais especializados em design de embalagens ou de produtos – a ApexBrasil desenvolveu pelo menos, duas ações de destaque:

O **Programa Design Export** é realizado em parceria com o Centro Brasil Design (CBD), instituição especializada em idealizar, desenvolver e implantar programas e projetos estratégicos de design alinhados às políticas públicas, e busca capacitar empresas que desejam incorporar o design a seus produtos, embalagens ou processos para aumentar sua competitividade no mercado internacional.

E o **Inova Embala**, realizado em parceria com o Instituto de Embalagens, instituição de referência em ensino e pesquisa sobre embalagens no Brasil, que buscava difundir boas práticas no design de embalagens, nas condições de transporte e armazenamento e na adequação para a exportação, segurança e sustentabilidade.

## Market intelligence

Whether new or experienced exporters, one of the biggest challenges for Brazilian companies is to define to which markets they should export their products, mainly due to the dynamism of the economy or the broad international competition. Having qualified information is a great competitive advantage for companies to leverage their investments in the right places and where they will succeed in their international business.

In that regard, the Agency develops studies and market analyses that aim to guide companies and partners toward the best opportunities for their international business.



One of the areas in which we work is intelligence, which is always challenging, because it is an area of knowledge and knowledge is infinite. Generally, in organizations, it is a subsidiary area; it is not final. At ApexBrasil it almost became a business area, because it serves the client at the end. We study the market and deliver it to companies.

The main thing is for the user to combine information from different places, from different points and reach conclusions or insights that will help the decision maker. It is the user who decides this entire work process.

Igor Celeste, ApexBrasil's employee



### Bilateral Trade and Investment Map

BRAZIL-GULF COOPERATION COUNCIL (GCC)



Sejam novos exportadores ou exportadores experientes, um dos maiores desafios para empresas brasileiras é definir quais os mercados para onde devem exportar seus produtos, principalmente pelo dinamismo da economia ou pela ampla concorrência internacional. Ter informação qualificada é um grande diferencial competitivo para as empresas potencializarem seus investimentos nos locais corretos e nos quais poderão ter sucesso em seus negócios internacionais.

Diante disso, a Agência desenvolve estudos e análises de mercados que visam orientar as empresas e os parceiros em relação às melhores oportunidades para os seus negócios internacionais.



Uma das áreas em que trabalhamos é a inteligência, sempre desafiadora, porque é uma área de conhecimento e o conhecimento é infinito. Geralmente, nas organizações, é uma área subsidiária; não é finalística. Na APEX virou quase uma área de negócio, porque atende o cliente na ponta. Nós estudamos o mercado e entregamos isso para as empresas. O principal é a pessoa cruzar informações de diferentes lugares, de diferentes pontos e chegar às conclusões ou insights que vão ajudar o tomador de decisão. É a pessoa que decide todo esse processo de trabalho.

Igor Celeste, colaborador da ApexBrasil

## Qualified information

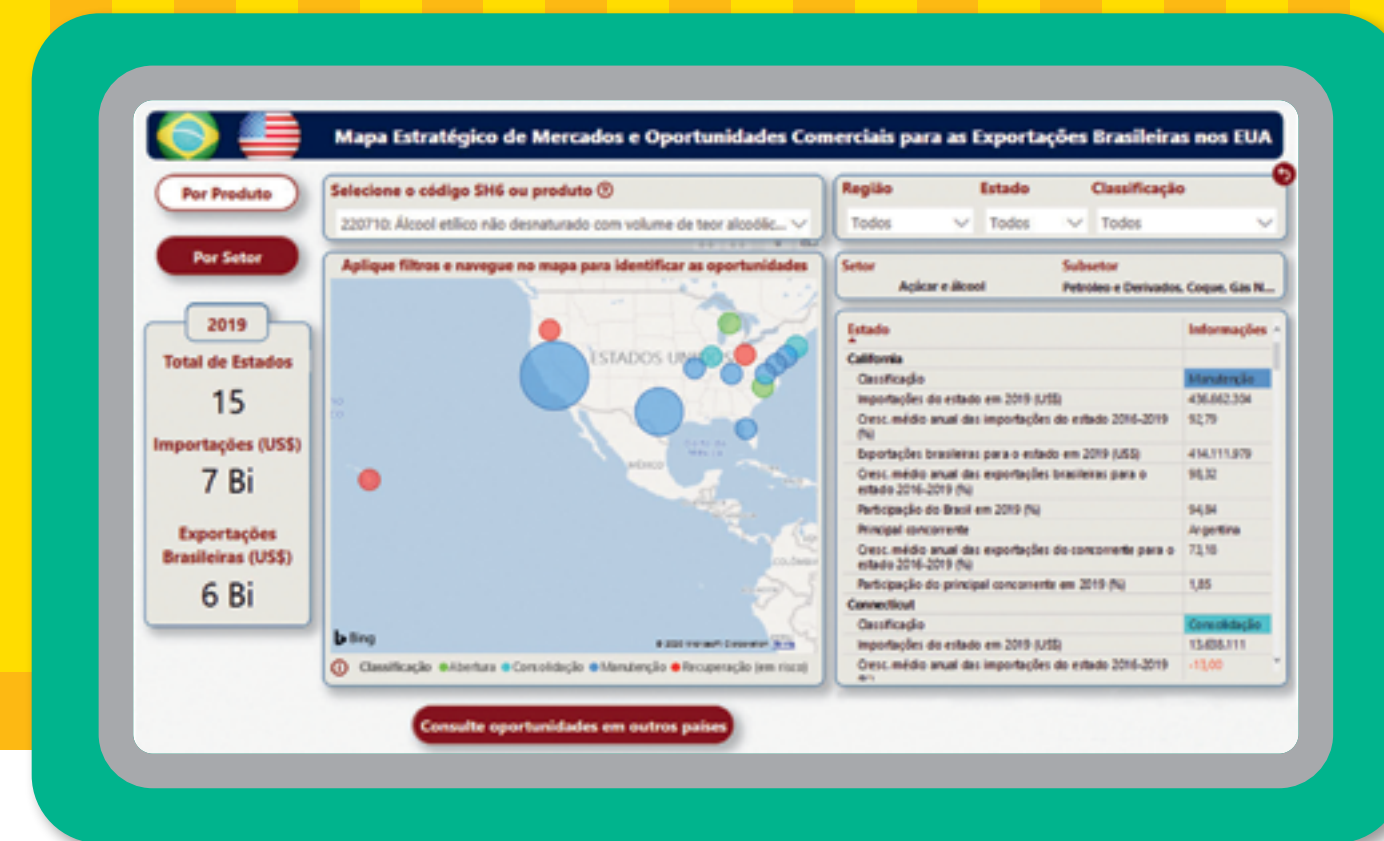
Currently, there are many ways to obtain quick and practical information about the world of foreign trade. The internet is one of them. However, when not used properly, it can confuse rather than guide.

It was with the Brazilian exporter in mind that ApexBrasil started to produce *Estudos de Oportunidades de Mercados* (Market Opportunity Studies), reports with information on economic performance, market characteristics, business, production, consumption, regulations and main export opportunities for the different Brazilian productive sectors.

These are summary documents, prepared by teams of foreign trade specialists, which objectively and clearly offer real market opportunities abroad, as well as updated information on foreign markets.

Still regarding qualified information, ApexBrasil produces *Estudos do Perfil País* (Country Profile Studies), reports with precise information about specific markets. These studies are essential for companies that have already defined their market of interest and need additional information, such as competition possibilities, real or potential competitors, trade barriers and economic indicators that show the financial health of the buyer country.

As one can tell, ApexBrasil is committed to the preparation of studies and reports that offer a panoramic view and concise analysis of the main world markets, allowing Brazilian companies a quick access to the most relevant aspects for trade and investment.



## Informação qualificada

Atualmente existem muitos meios de se obter informação rápida e prática sobre o mundo do comércio exterior. A internet é um deles. No entanto, quando não bem utilizada, pode mais confundir do que orientar.

Foi pensando no exportador brasileiro que a ApexBrasil passou a produzir os **Estudos de Oportunidades de Mercados**, relatórios com informações de desempenho econômico, características do mercado, comércio, produção, consumo, regulações e principais oportunidades para exportação dos diferentes setores produtivos brasileiros.

São documentos de síntese, elaborados por equipes de especialistas em comércio exterior, que garantem, de forma objetiva e clara, as reais oportunidades de mercado no exterior, bem como informações atualizadas dos mercados externos.

Ainda no campo da informação qualificada, a ApexBrasil produz os **Estudos do Perfil País**, relatórios com informações precisas sobre determinado mercado nacional. Esses estudos mostram-se fundamentais para as empresas que já definiram o seu mercado de interesse e necessitam informações

complementares, como possibilidades de competição, concorrentes reais ou potenciais, barreiras comerciais e indicadores econômicos que mostrem a saúde financeira do país comprador.

Como é possível perceber, a ApexBrasil empenha-se na elaboração de estudos e relatórios capazes de oferecer uma visão panorâmica e análises sucintas sobre os principais mercados mundiais, permitindo às empresas brasileiras um rápido acesso aos aspectos mais relevantes para comércio e investimentos.



## Sectors and demands

The world of foreign trade, due to the variety of exported products and the complexity of commercial relations, is organized into sectors. For the agents involved, whether specialists or entrepreneurs, it is necessary to understand the historical behavior of each specific sector.

In that regard, ApexBrasil prepares Estudos Setoriais (Sector Studies) by collecting data on international demand and business opportunities, in addition to demonstrating the path of foreign sales and contributing to create public policies and projects that support exports.

Aware of the need to collect and produce information directly in the target markets, ApexBrasil's intelligence teams carry out on-site prospecting trips. The Prospecções Comerciais (Business Prospecting Missions) correspond, therefore, to a moment in the production of studies and business intelligence analyses that guide the planning of commercial promotion actions and the identification of market opportunities for Brazilian products.

## Commercial Maps

With the objective of providing reliable strategic information, capable of guiding and leveraging Brazilian international trade, ApexBrasil has produced relevant tools, whether in the form of a digital platform or a comparative report.

The first is called MAPA de Oportunidades (Opportunities Map), an online tool intended to support Brazilian companies in mapping priority markets and diversifying destinations and exported products.

The second, called MAPA Bilateral de Comércio e Investimentos (Business and Investments Bilateral Map), compiles data on the economic relations panorama of the countries involved, such as the history of trade and money flows involving exports, imports and investments. The macroeconomic view of the flow of investments between Brazil and another country shows where the biggest business opportunities for Brazilian companies are.

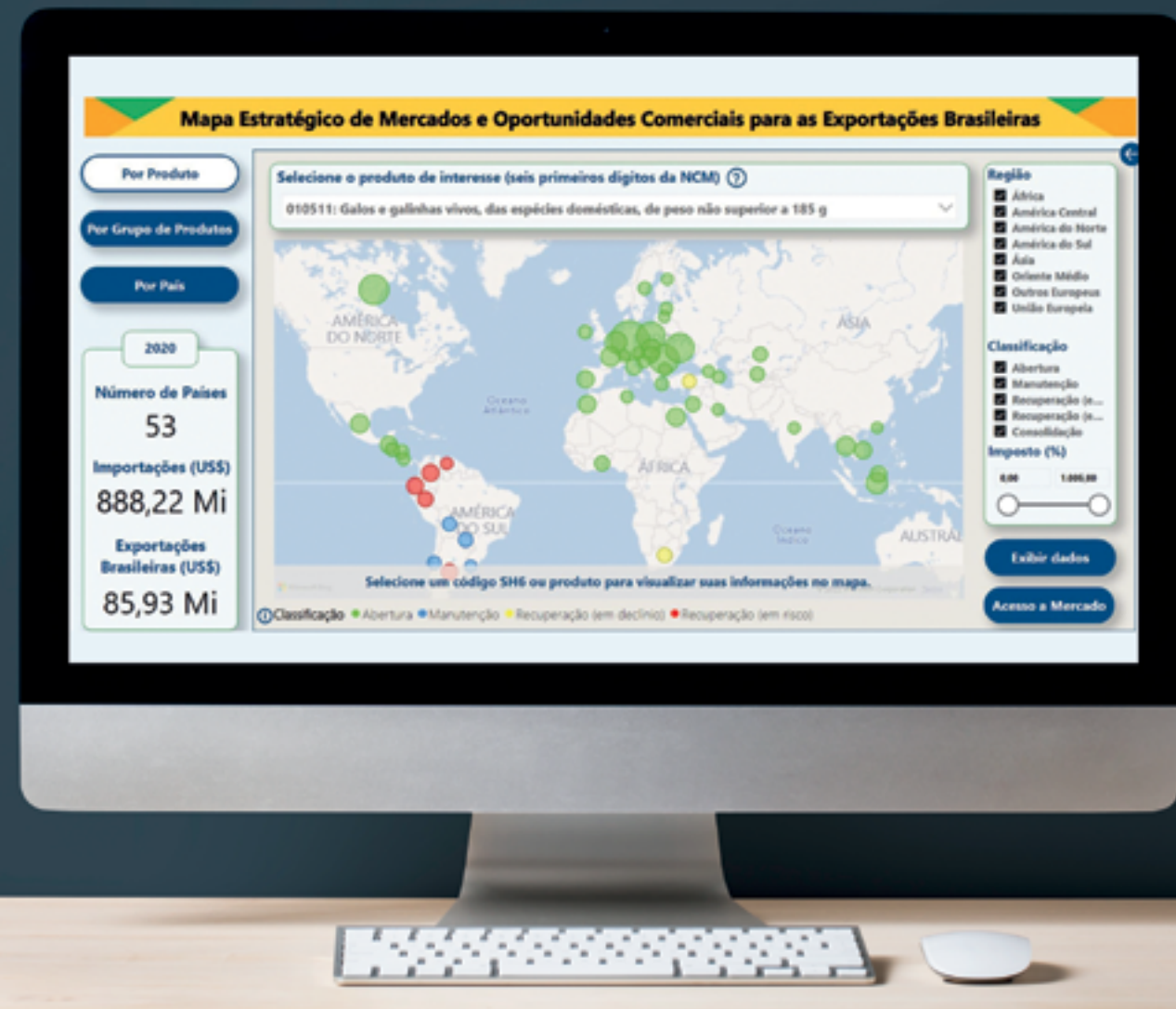
## Setores e demandas

O mundo do comércio exterior, em função da variedade de produtos exportados e da complexidade das relações comerciais, encontra-se organizado em setores. Para os agentes envolvidos, sejam especialistas ou empreendedores, é necessária a compreensão do comportamento histórico de cada setor específico.

A ApexBrasil contribui, nesse sentido, com a elaboração de **Estudos Setoriais** capazes de levantar dados de demandas internacionais e de oportunidades de negócios, além de demonstrar a trajetória das vendas externas e colaborar para a criação de políticas públicas e projetos de apoio à exportação.

Cientes da necessidade de levantamento e produção de informações, diretamente nos mercados-alvo, as equipes da inteligência da ApexBrasil realizam viagens de prospecção *in situ*. As **Prospecções Comerciais** correspondem, portanto, a um momento da produção de estudos e análises de inteligência comercial que balizam o planejamento das ações de promoção comercial e a identificação de oportunidades de mercado para produtos brasileiros.





## Market Prioritization

In addition to qualified information and strategic comparative mapping, ApexBrasil has developed and made available the Metodologia de Priorização de Mercados (Market Prioritization Methodology), capable of surpassing previous models, based

on subjective or sensory data. This is a specific methodology aimed at prioritizing markets for foreign trade actions. An objective tool, with more than 30 variables that considers quantitative and qualitative aspects to define priority markets.

## MAPAs do comércio



Com o objetivo de disponibilizar informações estratégicas confiáveis, capazes de orientar e alavancar o comércio internacional brasileiro, a ApexBrasil tem produzido instrumentos de relevante utilidade, seja no formato de plataforma digital ou de relatório comparativo.

O primeiro chama-se **MAPA de Oportunidades**, ferramenta *online* que se destina a apoiar as empresas brasileiras no mapeamento de mercados prioritários e na diversificação de destinos e de produtos exportados.

O segundo, intitulado **MAPA Bilateral de Comércio e Investimentos**, compila dados sobre o panorama das relações econômicas dos países envolvidos, a exemplo do histórico de trocas comerciais e fluxos de dinheiro envolvendo exportação, importação e investimentos. A visão macroeconômica do fluxo de investimentos entre o Brasil e um outro país demonstra onde estão localizadas as maiores oportunidades de negócios para empresas brasileiras.

## Priorização de mercados

Além de informações qualificadas e de mapeamentos comparativos estratégicos, a ApexBrasil desenvolveu e disponibiliza a **Metodologia de Priorização de Mercados**, capaz de superar modelos anteriores, baseados em dados subjetivos ou sensoriais. Trata-se de metodologia específica voltada para a priorização de mercados para ações de comércio exterior. Instrumento objetivo, com mais de 30 variáveis que consideram aspectos quantitativos e qualitativos para definição de mercados prioritários.

## Business promotion

ApexBrasil works hard to promote business and enhance the country's image by facilitating Brazilian companies' access to international markets, diversifying export destinations, attracting investment and improving international perception of Brazilian companies, products and services.



I was invited to participate in a very challenging project, which was the World Cup. ApexBrasil was one of the official sponsors of the event and, during the competition, we brought a thousand buyers to Brazil. It was the biggest Buyer Project we did, within the business promotion area. It was a very complex project, very challenging and with excellent results.

Jaci Bicalho Felix Braga,  
ApexBrasil's employee



We are a very strong team, we never do anything alone. And we put a lot of love into it. I feel grateful and very happy with what I do. When we represent our country, it has a different flavor, and when we are able to help a company, no matter how small, it is an endless joy. So, we never get tired.

Raquel Gomes de Vilharva,  
ApexBrasil's employee

## Promoção de negócios



**A** ApexBrasil trabalha fortemente na promoção de negócios e na valorização da imagem do país com o objetivo de facilitar o acesso das companhias brasileiras aos mercados internacionais, diversificar os destinos das exportações, atrair investimentos e melhorar a percepção internacional acerca das empresas, produtos e serviços brasileiros.



Fui convidado para participar de um projeto muito desafiador, que foi o da Copa do Mundo. A APEX foi um dos patrocinadores oficiais do evento e, durante a competição, trouxemos mil compradores para o Brasil. Foi o maior Projeto Comprador que fizemos, dentro do viés de promoção de negócios. Foi um projeto muito complexo, muito desafiador e com excelentes resultados.

Jaci Bicalho Felix Braga,  
colaborador da ApexBrasil

Temos um sentimento de equipe muito forte, nunca fazemos nada sozinhos. E a gente faz isso com muito amor. Sinto-me grata e muito feliz com o que faço. Quando representamos nosso país, tem um sabor diferente e, quando conseguimos ajudar uma empresa, por pequena que seja, é uma alegria que não tem fim. Então a gente não se cansa.

Raquel Gomes de Vilharva,  
colaboradora da ApexBrasil





## → Feiras internacionais

A exposição de produtos em feiras públicas – nacionais ou internacionais – representa um meio bastante efetivo de garantir as atividades mercantis. Demonstrar as qualidades e a eficácia de produtos e serviços, bem como de investimentos, é uma importante ação de promoção de negócios. As feiras internacionais, gerais ou setoriais, representam momentos valiosíssimos para o empreendedor vislumbrar novos mercados, encontrar parceiros comerciais, conhecer tendências. Por isso é essencial que as empresas brasileiras participem de tais eventos. A ApexBrasil desenvolve ações de apoio à participação e de promoção de produtos brasileiros em feiras por todo o mundo. Somente em 2021, ano que marcou a retomada das ações presenciais após o arrefecimento da pandemia mundial de Covid-19, a ApexBrasil levou empreendedores brasileiros para participar de 49 feiras realizadas ao redor do planeta. Destacam-se a Exposição Universal de Dubai 2020 (adiada para 2021), feira internacional que reúne diversos setores, como empresas privadas, ONGs e instituições governamentais, com o propósito de discutir temas como negócios, tecnologia, urbanismo, sustentabilidade, ciências, cultura, gastronomia e economia; a GulFood-2021, maior feira de alimentos e bebidas do Oriente Médio, realizada em Dubai, Emirados Árabes Unidos; e a SIAL China, maior feira de produtos alimentícios inovadores da Ásia, realizada em Xangai.

## GulFood

A GulFood é a maior feira de alimentos e bebidas do Oriente Médio. Realizada no World Trade Center Dubai, nos Emirados Árabes, o evento reúne fabricantes, distribuidores e fornecedores do mundo todo, representando os setores-chave dentro da indústria alimentícia. A feira também apresenta as principais tendências de mercado e mobiliza os formadores de opinião e mídia especializada do mercado árabe. Além disso, compradores e vendedores têm a possibilidade de realização direta de negócios.

Com apoio da ApexBrasil, em 2021, 42 empresas brasileiras, divididas em quatro pavilhões, apresentaram seus produtos. Em 2022, esse número saltou para 114 empresas.





## International fairs

The exhibition of products at business fairs – in Brazil or abroad – represents a very effective means of guaranteeing commercial activities. Demonstrating the qualities and effectiveness of products and services, as well as investments, is an important business promotion action. Feiras Internacionais (International Fairs), whether general or sector, represent an extremely valuable opportunity for the entrepreneur to envision new markets, find business partners, and learn about trends. So, it is essential for Brazilian companies to participate in such events. ApexBrasil supports the participation and promotion of Brazilian products at trade fairs all over the world. In 2021 alone, the year that marked the return of in-person initiatives with the slowdown of the Covid-19 worldwide pandemic, ApexBrasil took Brazilian entrepreneurs to 49 trade fairs around the planet. Of particular note is the Universal Exhibition of Dubai 2020 (postponed to 2021), an international fair that brings together several sectors, including private companies, NGOs and government institutions, with the purpose of discussing topics such as business, technology, urbanism, sustainability, science, culture, gastronomy and economy. Among the most important trade fairs ApexBrasil was present at GulFood-2021, the largest food and beverage fair in the Middle East, held in Dubai, United Arab Emirates; and SIAL China, the largest fair for innovative food products in Asia, held in Shanghai.

## GulFood

GulFood is the largest food and beverage fair in the Middle East. Held at the World Trade Center Dubai, in the United Arab Emirates, the event brings together manufacturers, distributors and suppliers from all over the world, representing key sectors within the food industry. The fair also presents the main market trends and mobilizes opinion makers and specialized media in the Arab market. In addition, buyers and sellers have the possibility to conduct business directly.

With ApexBrasil's support, in 2021, 42 Brazilian companies split in four pavilions presented their products. In 2022, the number of companies increased to 114.



## Conversar com o mundo

**Missões empresariais** são fundamentais para que o exportador brasileiro tenha maior acesso aos potenciais compradores internacionais. Os encontros promovidos pela ApexBrasil representam uma jornada prospectiva, minuciosamente organizada por especialistas e chancelada pelo governo brasileiro.



A ApexBrasil elabora agendas para as empresas brasileiras com compradores adequados a seus perfis. A equipe da Agência fornece suporte variado durante o evento, como disponibilização de informações de inteligência comercial, preparação das empresas brasileiras quanto aos aspectos culturais, indicação de material a ser apresentado, realização de reuniões de mentoria individual para as empresas participantes e busca de apoio de especialistas locais, buscando o melhor aproveitamento das reais oportunidades de negócios.

**6.392 empresas brasileiras participaram de feiras, missões prospectivas e comerciais e rodadas de negócios promovidas com apoio da ApexBrasil em 2021. Entre elas, 2.486 micro e pequenas empresas**

## Exposure

Missões Empresariais (Business Missions) are essential for Brazilian exporters to have greater access to potential international buyers. The meetings promoted by ApexBrasil comprise a prospective journey, meticulously organized by specialists and approved by the Brazilian government.

ApexBrasil prepares schedules for Brazilian companies to meet potential buyers suited to their profiles. The Agency's team provides different types of support during the event, such as business intelligence information, preparing Brazilian companies regarding cultural aspects, recommending material to be presented, holding individual mentoring meetings for participating companies and seeking support from local specialists, in order to make the best use of real business opportunities.

6,392 Brazilian companies participated in trade fairs, prospective and trade missions and business roundtables with the support of ApexBrasil in 2021. Among them, 2,486 Micro and Small Companies.



## E muito mais

A Agência também disponibiliza outros projetos de promoção de negócios, desenvolvidos com a expertise necessária para a valorização de empresas e produtos no exterior: o **Projeto Aceleração**, voltado para empresas de pequeno porte, preferencialmente aquelas atendidas pelo PEIEX, que precisam de ações diferenciadas para promover produtos específicos; o **Projeto Comprador**, voltado para as empresas que apresentam dificuldades em participar das feiras internacionais. Nesse sentido, a Agência promove ações nas quais compradores internacionais são trazidos para acompanhar as principais feiras ou eventos setoriais no Brasil. Trata-se de oportunidade para a oferta de produtos brasileiros e de contato direto com importadores especialmente selecionados.

As **Rodadas Digitais de Negócios**, focadas na promoção e aproximação entre empresas brasileiras e compradores internacionais, são apoiadas por meio de plataforma *online* de negócios. Já os **Workshops de Planejamento dos Mercados** são voltados à promoção de encontros que objetivam planejar ações e atividades de promoção de exportação do Brasil em mercados prioritários.



## And much more

The Agency also makes available other business promotion projects, developed with the necessary expertise for the promotion of companies and products abroad: the Projeto Aceleração (Acceleration Project), aimed at small companies, preferably those serviced by PEIEX, which need specific actions to promote specific products; the Projeto Comprador (Buyer Project), aimed at companies unable to participate in international trade fairs. In that regard, the Agency promotes actions in which international buyers are brought in to participate in the main fairs or sector events in Brazil. This is an opportunity to offer Brazilian products and direct contact with especially selected importers.

The Rodadas Digitais de Negócios (Digital Business Roundtables), focused on promoting and bringing together Brazilian companies and international buyers, are supported by an online business platform. The Workshops de Planejamento dos Mercados (Market Planning Workshops) are aimed at promoting meetings to plan actions and initiatives to promote Brazilian exports in priority markets.

## Image and Brazil brand

Image-building activities for Brazilian products and services and the respective positioning of the “Brazil brand” among the professional business audience and opinion makers.



The figure of speech I use the most is that, for me, ApexBrasil is like a bridge. We build the means. We are going to have a trade mission, we are going to participate in a fair, we are going to bring a buyer, but those who cross the bridge and make contact with the outside world are the companies themselves.

*Juarez Leal, ApexBrasil's employee*



Our audience has changed over the years. Before, we had an inexperienced entrepreneur who wanted to export overnight and was unaware of anything. So, it was necessary to measure the information given to him and encourage him to follow the steps and evolve in his business. Today we have more qualified entrepreneurs who know more about the market and the world, so the relationship is different. We also have those who are overqualified and who demand a lot from us. They know what they want, they know their product and where that product can go, so they have a stronger and different demand for the Agency. I am very happy when the businessperson says that ApexBrasil makes a difference in their company.

*Ana Claudia Cunha Barbosa, ApexBrasil's employee*

## Imagem e Marca Brasil

Atividades de construção de imagem de produtos e serviços brasileiros e respectivo posicionamento da marca “Brasil” junto ao público profissional de negócios e formadores de opinião.



A figura de linguagem que eu mais uso é que, para mim, a APEX é como se fosse uma ponte. Construimos os meios. Vamos fazer uma missão comercial, vamos fazer uma feira, vamos trazer um comprador, mas quem atravessa a ponte e faz o contato com o exterior são as empresas.

*Juarez Leal, colaborador da ApexBrasil*



Há uma diferença de público ao longo desses anos. Antes tínhamos um empresário cru que queria exportar da noite para o dia e não tinha conhecimento de nada. Então era preciso dosar a informação dada a ele e instigá-lo a seguir os passos e ir evoluindo no negócio dele. Hoje em dia temos empresários mais qualificados e que conhecem mais do mercado e do mundo, então o acesso é diferente. Temos também aqueles que são superqualificados e que nos exigem demais. Ele sabe o que quer, ele conhece o produto dele e sabe onde esse produto pode chegar, então ele tem uma exigência da Agência mais forte e diferente.

*Eu fico muito feliz quando o empresário diz que a APEX faz diferença na empresa dele.*

*Ana Claudia Cunha Barbosa, colaboradora da ApexBrasil*





## Image and Brazil brand

*In foreign trade, one of the biggest challenges is to present outstanding products or services, whose quality and attributes are acknowledged and valued even by competitors. To ensure and enhance international competitiveness, ApexBrasil has promoted actions that allow Brazilian companies to participate in specialized events to promote the Brazil brand.*

*With regard to Brazilian fashion, such stimulus implies carrying out public relations campaigns, publicizing it in fashion channels and organizing fashion shows. All actions aim at building image with potential buyers and opinion makers. The Moda Brasil (Brazil Fashion) project, aimed at footwear, clothing, cosmetics and jewelry, for example, sought to jointly promote groups of products and services, seeking to expand Brazilian exports and showing the distinguishing aspects that add value to its final offer.*

*For the technology sector, differentiation and value are equally critical. ApexBrasil also promotes actions that allow Brazilian companies to participate in specialized events,*

*such as technical seminars, workshops with internationally renowned technology companies (e.g. Embraer, Stefanini and WEG), development of public relations campaigns and dissemination in specialized channels.*

*This was the case of the Brasil Tecnológico (Technological Brazil) project, focused on machinery, software, medical equipment, ethanol and aeronautical products.*

*As for the design sector, which has particular territorial contours, since the market has specific points of reference, such as Italy, France and Spain, ApexBrasil maintains initiatives to support participation in events and promotion of the Brazil brand. This is the case of organizing technical seminars with Brazilian designers, holding conceptual product shows, developing public relations campaigns and publicizing them in specialized channels. As an example of success, the Agency promoted the Casa Brasil Design (Brazil Home Design) project, covering the ceramic, ornamental stone, furniture, lighting, design and architecture segments.*



## Marca Brasil

No comércio exterior, um dos maiores desafios é apresentar um produto ou serviço diferenciado, com qualidade e atributos que sejam reconhecidos e valorizados, inclusive pelos concorrentes. Para garantir e potencializar a competitividade internacional, a ApexBrasil tem promovido ações que permitem a participação de empresas nacionais em eventos especializados de promoção da marca Brasil.

No caso da moda brasileira, tal estímulo implica a realização de campanhas de relações públicas, a divulgação em canais próprios da moda e a organização de desfiles. Tudo isso visando ao processo de construção de imagem positiva junto aos potenciais compradores e formadores de opinião. O projeto **Moda Brasil**, voltado para calçados, vestuário, cosméticos e joias, por exemplo, buscou promover grupos de produtos e de serviços de forma conjunta, com o objetivo de ampliar a oferta brasileira e demonstrar os diferenciais que agregam valor a sua proposta final.

The same goes for the cultural sector, since ApexBrasil has supported Brazilian entrepreneurs with actions aimed at promoting the most diverse products. The *Talento Brasil* (Brazil Talent) project, especially focused on music, film, advertising and television, is a good example.

Another remarkable action was a food sector promotion called *Sabores do Brasil* (Flavors from Brazil). The country is internationally renowned for the production of food and beverages, and the appreciation of certain market niches show the high quality of our products, their differentiation and their value. In any case, whether at specialized events or at large international fairs, presenting Brazilian products is always a success, especially when associated with the dissemination of elements of national culture, such as music and dance. This is what happens when ApexBrasil undertakes *Gastrodiplomacy*, an institutional action for the international promotion of gastronomy through actions abroad, as a way of expanding and positioning the country's image, promoting agribusiness products and services.



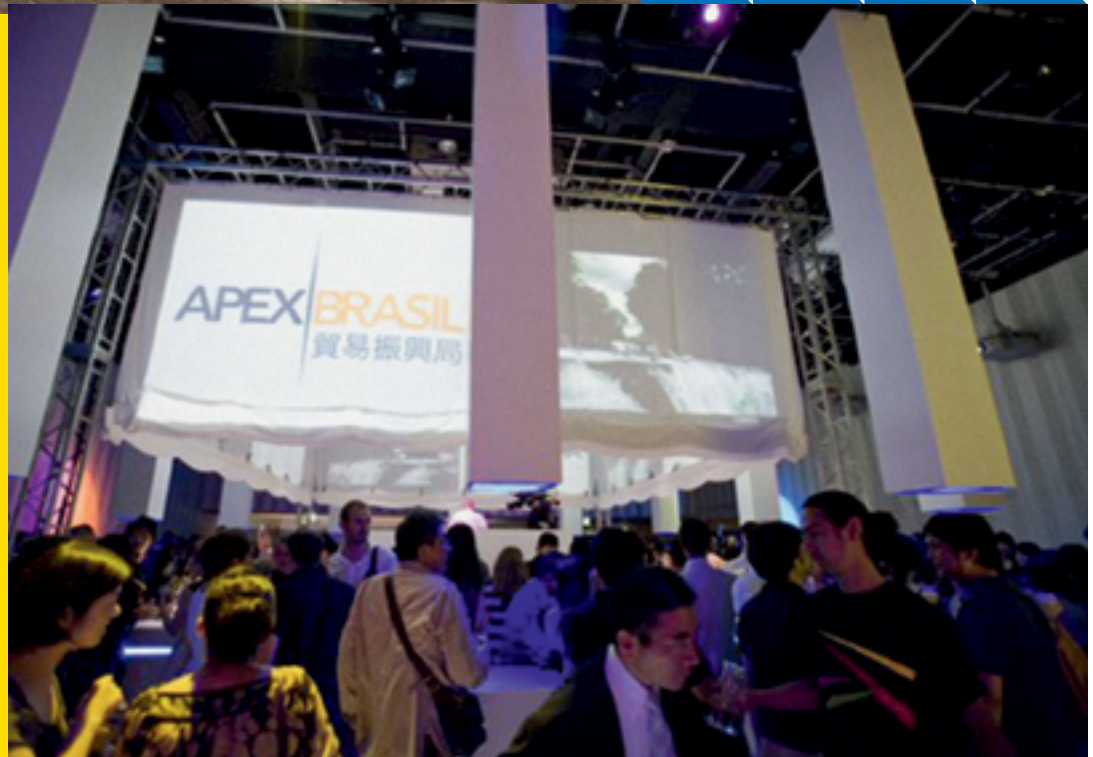
Já para o setor do design, que tem contornos territoriais particulares, uma vez que o mercado apresenta pontos de referência específicos, como Itália, França e Espanha, a ApexBrasil mantém ações de apoio à participação em eventos e promoção da marca Brasil. É o caso da organização de seminários técnicos com designers brasileiros, realização de mostras conceituais de produtos, desenvolvimento de campanhas de relações públicas e divulgação em canais especializados. Como exemplo de sucesso, a Agência promoveu o projeto **Casa Brasil Design**, abarcando os segmentos de cerâmica, rochas ornamentais, móveis, iluminação, design e arquitetura.

No setor cultural, o processo se repete, e a ApexBrasil tem estado ao lado dos empresários brasileiros com ações voltadas para a promoção dos mais diversos produtos. O projeto **Talento Brasil**, especialmente voltado para a música, cinema, propaganda e televisão, é um bom exemplo disso.

Outra ação que vale destacar foi a da promoção do setor de alimentação, intitulada **Sabores do Brasil**. O país é reconhecido internacionalmente pela produção de alimentos e bebidas e a valorização de nossa oferta em determinados nichos de mercado que demonstrem a alta qualidade de nossos produtos, sua diferenciação e seu valor é sempre necessária. De todas as formas, seja em eventos especializados, seja em grandes feiras internacionais, apresentar produtos brasileiros é sempre um sucesso, especialmente quando associado à divulgação de elementos da cultura nacional, como a música e a dança. É o que ocorre quando a ApexBrasil empreende a **Gastrodiplomacia**, ação institucional para promoção internacional da gastronomia por meio de ações no exterior como forma de ampliar e posicionar a imagem do país, valorizando os produtos e serviços relacionados ao agronegócio.

Para o setor de tecnologia, a diferenciação e a valorização são igualmente fundamentais. A ApexBrasil também tem promovido ações que permitem às empresas nacionais participarem de eventos especializados, como seminários técnicos, *workshops* com empresas de tecnologia reconhecidas internacionalmente (como ocorreu com a Embraer, Stefanini e a WEG), desenvolvimento de campanhas de relações públicas e divulgação em canais especializados. Foi o caso do projeto **Brasil Tecnológico**, voltado para máquinas, *softwares*, equipamentos médicos, etanol e produtos aeronáuticos.





## Inroads with Store Project

Another successful initiative, aimed at Brazilian exporting companies, mainly those of consumer goods that have difficulty positioning their brands in international retail chains, where ApexBrasil has been providing the opening of commercial space. These are campaigns for Brazilian products carried out in partnership with the main retail chains in the world. Strategically, during a certain period, Brazilian products are displayed and sold in large stores, department stores and international supermarkets. Thus, seeking to raise awareness of consumers to the potential and distinguished value of the Brazilian offer, promotion and sales campaigns are organized, accompanied by cultural attractions and even raffles of trips to Brazil. In this regard, Projeto Loja (Store Project), which developed actions focused on strengthening Brazil's image, was in department stores and supermarkets in France (Lafayette and Printemps), the United Kingdom (Selfridges), Mexico (El Corte Inglés), United States (Macy's), Germany (Kaufhof) and Italy (Coin).



## Espaços abertos com o Projeto Loja

Outra iniciativa de grande repercussão, destinada às empresas brasileiras exportadoras, principalmente aquelas de bens de consumo que têm dificuldade de posicionar suas marcas em cadeias de varejo internacional, onde a ApexBrasil vem propiciando a abertura de espaço comercial. São campanhas de produtos brasileiros realizadas em parceria com as principais redes e cadeias de varejo no mundo. De forma estratégica, durante um determinado período, os produtos brasileiros são expostos e comercializados nas grandes lojas, magazines e hipermercados internacionais. Assim, buscando sensibilizar o público consumidor sobre o potencial e o valor diferenciado da oferta brasileira, organizam-se campanhas de promoção e venda, acompanhadas de atrativos culturais e até de sorteio de viagens ao Brasil. Nesse sentido, o **Projeto Loja**, que desenvolveu ações focadas no fortalecimento da imagem do Brasil, esteve em lojas de departamentos e supermercados da França (Lafayette e Printemps), Reino Unido (Selfridges) México (El Corte Inglés), Estados Unidos (Macy's), Alemanha (Kaufhof) e Itália (Coin).



## Vitrines mundiais

Organizada pela FIFA, a **Copa do Mundo de Futebol** é uma das maiores vitrines de audiência internacional. Nesse evento, os meios de comunicação e divulgação mostram-se particularmente voltados à produção de matérias sobre os países participantes. Momento propício à realização de ações junto ao público visitante e

ao empresariado do país sede, no sentido promover a imagem de produtos e serviços brasileiros, é um evento de constante atenção da ApexBrasil. Muitas vezes é possível “unir o útil ao agradável”, convidando importadores de outros países para participar de rodadas ou encontros de negócios com empreendedores nacionais.

A ApexBrasil desenvolveu campanhas de comunicação durante a realização das Copas do Mundo da Alemanha, África do Sul, Brasil e Rússia. As ações buscaram a promoção diferenciada dos produtos e serviços brasileiros, em especial nas principais praças de realização de jogos e eventos relacionados.



## Worldwide showcases

Organized by FIFA, the Soccer World Cup is one of the biggest showcases for international audiences. In this event, the media is particularly focused on the production of pieces about the participating countries. An ideal time to carry out actions with the visiting public and the host country's business community, in order to promote the image of Brazilian products and services. It is a priority event for ApexBrasil. It is often possible to "mix business and fun", inviting importers from other countries to participate in business roundtables or meetings with national entrepreneurs.

ApexBrasil developed communication campaigns during the World Cups in Germany, South Africa, Brazil and Russia. These actions sought to especially promote Brazilian products and services, mainly in the cities where games and related events were held.



Outro momento de grande atração de público e de exposição midiática é o das **Exposições Universais ou Mundiais**, ambientes que reúnem a quase totalidade dos países do planeta e onde são explorados temas de relevância para a economia global. Oportunidade ímpar para a apresentação da diversidade cultural de um povo e das soluções desenvolvidas para o enfrentamento dos grandes desafios da humanidade. A participação do Brasil nesses eventos colabora com a construção de uma imagem positiva do país junto à mídia internacional e ao público presente. Bons exemplos disso foram as organizações promovidas pela Agência dos espaços do Brasil em grandes mostras internacionais como:

**EXPO DUBAI, 2021,**  
**2.1 million visitors**

**EXPO MILLAN, 2015,**  
**5.3 million visitors**

**EXPO SHANGHAI, 2010,**  
when the Brazil Pavilion had  
**2.6 million visitors**

**EXPO DUBAI, em 2021,**  
visitada por **2,1 milhões de pessoas**

**EXPO MILÃO, em 2015, espaço**  
que recebeu **5,3 milhões de visitantes**

**EXPO XANGAI, em 2010, quando o Pavilhão do Brasil recebeu a visita de 2,6 milhões de pessoas**

Another time of great public attention and media exposure are the Universal or World Exhibitions. Environments that bring together almost all the countries in the world and where topics of relevance to the global economy are explored. A unique opportunity to present the cultural diversity of a people and the solutions developed to face humanity's greatest challenges. Brazil's participation in these events contributes to building a positive image of the country among the international media and the public. Good examples of this were the organization of the Brazilian pavilions by the Agency in major international exhibitions, such as:



The Brazil Pavilion at Expo Dubai 2020 was located in the Sustainability section and highlighted three dimensions: Together for Nature, Together for People and Together for Tomorrow.

It was one of the five most visited pavilions in the event.



O Pavilhão do Brasil na Expo Dubai 2020 se localizou no distrito da Sustentabilidade e destacou três dimensões: Juntos pela Natureza, Juntos pelas Pessoas e Juntos pelo Amanhã.

Foi um dos cinco pavilhões mais frequentados do evento.





## Relationship marketing

ApexBrasil believes that, in order to access some of the most important private companies' decision makers, mainly worldwide buyers, it is necessary to structure relationship marketing actions. These are initiatives that emphasize customer retention and satisfaction, such as inviting them individually to non-commercial events, but which may allow for an approach or opening of a commercial dialogue.

In that regard, the Agency promotes actions together with highly visible world events, such as Formula 1, Moto GP and Professional BullRiders. ApexBrasil sponsored part of the initiatives and, in return, organizes a series of activities that allow for a boost in the relationship with exporters. The Projeto Fórmula Indy (Formula Indy Project), which provided meetings that stimulated interaction between Brazilian and North American businesspersons, is an example of the success of these initiatives.



Another area that requires relationship marketing actions is international media - to promote awareness of the real export potential of Brazilian products and services. Agency programs, such as Press Trips, organizes missions of foreign journalists to the country in order to visit the main national business events and priority sectors for exports and/or investment attraction.

ApexBrasil is also concerned with coordinated action and leads the Programa de Imagem e Acesso a Mercados do Agronegócio Brasileiro (Image and Access to Markets by the Brazilian Agribusiness Program). This initiative seeks to boost exports by improving the perception of strategic international markets about agribusiness products and includes positioning and communication actions for the sustainable Brazilian agribusiness.

## Marketing de relacionamento



A ApexBrasil acredita que, para acessar alguns dos maiores tomadores de decisão de empresas privadas, principalmente compradores em nível mundial, é necessário estruturar ações conhecidas como de *marketing de relacionamento*. São atividades que enfatizam a retenção e a satisfação do cliente, como convidá-los individualmente para eventos não comerciais, mas que podem permitir uma aproximação ou uma abertura de diálogo comercial.

Nesse sentido, a Agência promove ações junto aos eventos mundiais com grande visibilidade, tais como a Fórmula 1, o Moto GP e o Professional BullRiders. A ApexBrasil patrocina parte da atividade e, como contrapartida, organiza uma série de atividades que permitem o incremento do relacionamento com exportadores. O **Projeto Fórmula Indy**, que proporcionou encontros com objetivo de estimular a interação entre empresários brasileiros e norte-americanos, é um exemplo de êxito dessas iniciativas

Outro campo que exige ações de *marketing de relacionamento* é o voltado para a mídia internacional, para promover o reconhecimento do real potencial de exportação dos produtos

e serviços brasileiros. Programas da Agência, como o **Press Trip**, organizam missões de jornalistas estrangeiros ao país para visitas aos principais eventos de negócios nacionais e aos setores prioritários para exportação e/ou atração de investimentos.

A ApexBrasil também se preocupa com atuação coordenada e lidera o **Programa de Imagem e Acesso a Mercados do Agronegócio Brasileiro**. A iniciativa busca impulsionar as exportações a partir da melhoria da percepção de mercados internacionais estratégicos sobre os produtos do agronegócio e inclui ações de posicionamento e comunicação do agronegócio brasileiro sustentável.



## Around the world

When a company operates abroad, it needs specialized support from professionals who have a deep understanding of the country's reality, such as consumption habits, ways of doing business, places to promote products and professionals to be hired.

Seeking to support Brazilian entrepreneurs, ApexBrasil started to implement Escritórios ApexBrasil (APEX Offices) in order to guarantee and facilitate international operations, promote Brazilian products and attract new investments. In 2022, there are nine offices around the world: Miami and San Francisco (United States), Dubai (United Arab Emirates), Shanghai and Beijing (China), Moscow (Russia), Bogotá (Colombia), Brussels (Belgium) and Jerusalem (Israel). One of those offices' roles is to offer services that are important at the time of a company's international expansion. These Agency outposts carry out market research, business prospecting and support for internationalization, in addition to working directly with international investors.

The *Estudo Individual sob Demanda* (On-Demand Individual Study), another important Agency initiative, is available to Brazilian companies that need a more specific assessment on the target market for their investments or commercial strategies. It contains general information on the country and sector of interest, volume and value of imports, industry analysis, importers, suppliers, local competitors, tariffs and different regulations.



## Pelo mundo

Quando uma empresa está operando no exterior, ela precisa de apoio especializado de profissionais que conheçam profundamente a realidade do país, como os hábitos de consumo, as formas de negociar, os locais para a promoção de produtos e os profissionais a contratar. Buscando apoiar os empresários brasileiros, a ApexBrasil passou a implantar os **Escritórios APEX** de maneira a garantir e facilitar as operações internacionais, promover os produtos brasileiros e atrair novos investimentos. São nove escritórios pelo mundo em 2022: Miami e São Francisco (Estados Unidos), Dubai (Emirados Árabes Unidos), Xangai e Pequim (China), Moscou (Rússia), Bogotá (Colômbia), Bruxelas (Bélgica) e Jerusalém (Israel). Uma das funções desses escritórios é a de apresentar serviços que são importantes na hora da inserção internacional de uma

empresa. Esses postos avançados da Agência realizam estudos de mercado, prospecção de negócios e suporte para internacionalização, além de atuarem diretamente no contato com investidores internacionais.

O **Estudo Individual sob Demanda**, outra importante iniciativa da Agência, está à disposição de empresas brasileiras que necessitem de uma avaliação mais específica a respeito do mercado para onde pretendem direcionar seus investimentos ou estratégias comerciais. Contém informações gerais do país e do setor de interesse dos empreendedores, volume e valor das importações, análise da indústria, importadores, fornecedores, concorrentes locais, tarifas alfandegárias e diferentes regulamentações.



# Abrangência de atuação

## Scope of action

### 14 ApexBrasil Offices


Integration between institutional partners, diplomatic posts and ApexBrasil offices overseas.

### 14 Escritórios ApexBrasil


Trabalho integrado com parceiros institucionais, postos diplomáticos e escritórios da ApexBrasil no exterior.

**1.148 empresas brasileiras atendidas** pelos escritórios no exterior em 2021.

*1,148 Brazilian companies assisted by our foreign offices in 2021.*

 Brasília, São Paulo, Porto Alegre, Recife, Belém, Bogotá, Moscou, Miami, São Francisco, Bruxelas, Dubai, Jerusalém, Pequim e Xangai.

*Brasília, São Paulo, Porto Alegre, Recife, Belém, Bogotá, Moscow, Miami, San Francisco, Brussels, Dubai, Jerusalem, Beijing and Shanghai.*

 Desks África do Sul e Índia  
*South Africa and India Desks*

## International expansion

*The most experienced Brazilian exporting companies and start-ups that seek to expand their businesses by opening and expanding their operations abroad face major challenges related to management and business development issues in the market in which they will operate. In view of this need, ApexBrasil offers a set of services that guide companies and partners in defining integration and advancement strategies when starting operations abroad.*



When ApexBrasil was recognized in 2020 as one of the best start-up promoters in Brazil, an award we received, it meant recognition from our clients. This was a high point in our trajectory.

*Paula Borges Gomes Akitaya, ApexBrasil's employee*



In the beginning, the objective was to promote Brazilian foreign trade, through support to companies. Over time, an entire new set of tools was added. We changed! And the Agency has always had that, it has always had change in its DNA. This possibility of change is what made ApexBrasil grow. I remember when we set foot abroad, in 2004. There was a need to have someone from ApexBrasil abroad, and the way to be there, to give physical support to companies, were the distribution centers for Brazilian products abroad.

*Cláudio José Anchieta de Carvalho Borges, ApexBrasil's employee*

## Expansão internacional

**A**s empresas brasileiras exportadoras mais experientes e as *startups* que buscam ampliar seus negócios por meio da abertura e expansão de suas operações no exterior enfrentam grandes desafios relacionados com os temas de gestão e desenvolvimento de negócios no mercado em que atuarão. Diante dessa necessidade, a Agência oferece um conjunto de serviços que visa orientar empresas e parceiros na definição de estratégias para inserção e avanço no processo de abertura de operações no exterior.



*Quando a APEX foi reconhecida, em 2020, como uma das melhores fomentadoras de startups do Brasil, um prêmio que recebemos, foi um reconhecimento do cliente que atendemos. Isso foi um ponto alto na nossa trajetória.*

*Paula Borges Gomes Akitaya, colaboradora da ApexBrasil*



*No começo, o objetivo era promover o comércio exterior brasileiro, mediante apoio às empresas. Com o tempo, foi agregado todo o rol que temos hoje. Mudamos! E a Agência sempre teve isso, ela sempre teve a mudança em seu DNA. Essa possibilidade de mudança é o que fez a APEX crescer.*

*Lembro de quando colocamos o primeiro pé no exterior, em 2004. Havia a necessidade de ter alguém da APEX lá fora, e a maneira de estar lá no exterior, para dar um suporte material para as empresas, eram os centros de distribuição de produtos brasileiros no exterior.*

*Cláudio José Anchieta de Carvalho Borges, colaborador da ApexBrasil*

## A methodology for internationalization

When a company realizes the importance or the need to open an office and maintain an operation abroad, many questions arise about the best internationalization strategy. How and where to start? In which region? Which products are the most suitable? Where to find skilled labor? How to respond to legal and bureaucratic requirements? What costs are involved? These are

recurring questions that can often inhibit, and even prevent, business expansion. To help Brazilian companies in their step-by-step planning and opening of operations abroad, ApexBrasil offers the Metodologia de Internacionalização (Internationalization Methodology) which guarantees a safe internationalization process, minimizing risks, protecting investment and reducing costs.

In addition to offering a safe methodology for opening operations abroad, the Agency promotes a series of in-person workshops that present strategies and procedures aimed at building an international expansion plan.



## Internacionalização com método

Quando uma empresa percebe a importância ou a necessidade de abrir um escritório e manter uma operação no exterior, surgem muitas dúvidas sobre a melhor estratégia de internacionalização. Como e por onde começar? Em qual região? Quais produtos são mais adequados? Onde encontrar mão de obra especializada? Como responder às exigências legais e burocráticas? Quais os custos envolvidos? São perguntas recorrentes que, muitas vezes, podem inibir, e até mesmo impedir, a expansão dos negócios. Para ajudar a empresa brasileira em seu passo a passo no planejamento e na abertura de operação no exterior, a ApexBrasil oferece **Metodologia de Internacionalização**, capaz de garantir um processo seguro, que minimiza os riscos, protege o investimento e reduz custos.

Além de oferecer metodologia segura sobre a abertura de operação no exterior, a Agência promove uma série de *workshops* presenciais, capazes de apresentar estratégias e procedimentos voltados para a construção de um plano de expansão internacional.



## Distribution Centers

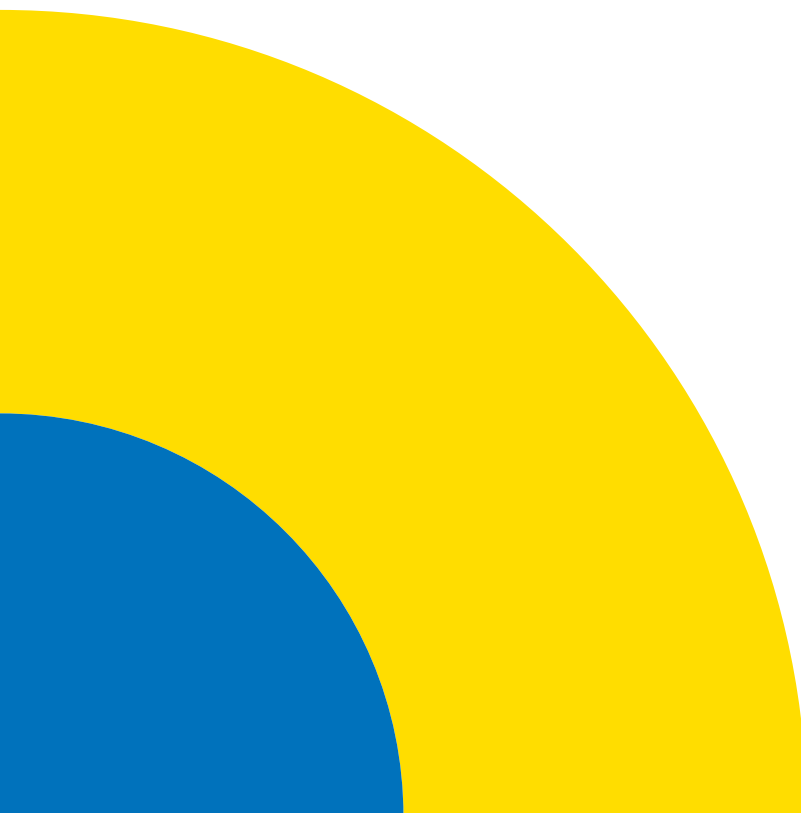
One of the biggest difficulties faced by Brazilian companies dedicated to exports was international logistics, which meant to ensure the right means of product delivery, at the right place and at the agreed time. Seeking to overcome this challenge, ApexBrasil designed Centros de Distribuição (Distribution Centers) in strategic markets (United States, Poland, Germany and Portugal), in order to facilitate and improve the delivery of Brazilian products abroad safely and with competitive costs. The Distribution Centers proved to be a successful experience, which later evolved into the implementation of ApexBrasil's Escritórios de Negócios (Business Offices) around the world.



## Centros de Distribuição

Uma das maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas brasileiras dedicadas à exportação dizia respeito à logística internacional, principalmente para garantir os meios corretos para a entrega dos produtos no local adequado e no tempo combinado. Buscando reduzir esse gargalo, a ApexBrasil idealizou os **Centros de Distribuição** (depósitos), localizados em mercados estratégicos (Estados Unidos, Polônia, Alemanha e Portugal), de maneira a facilitar e aperfeiçoar a entrega de produtos brasileiros no exterior com segurança e custos competitivos. Os Centros de Distribuição se revelaram uma experiência de sucesso, que, mais tarde, evoluíram para a implantação dos **Escritórios de Negócios** da ApexBrasil pelo mundo.





## Missões de internacionalização

Outra iniciativa organizada pela Agência para apoiar o empresário que deseja estabelecer operação comercial no exterior são as **Viagens de Prospecção**. Essas missões permitem um contato direto com a realidade do mercado priorizado e o encontro com especialistas locais para o aprofundamento do negócio e validação das informações levantadas para a segura abertura de operações no exterior.

Geralmente, as feiras são ambientes propícios para contatos comerciais. No entanto, dependendo do tipo de operação comercial a ser realizada ou do segmento envolvido, é necessário um contato mais preciso ou setorizado. Para atender a essa demanda, a ApexBrasil organiza **Missões Empresariais** exclusivas de empreendedores brasileiros a países ou regiões que representem potenciais oportunidades de negócios.



## Internationalization missions

Another initiative organized by the Agency to support the business community desiring to establish a commercial operation abroad is the Viagens de Prospecção (Prospecting Trips). These missions allow direct contact with the reality of the priority markets by meeting with local experts to deepen business knowledge and validate the information collected for the safe opening of operations abroad.

Generally, trade fairs are favorable environments for business contacts. However, depending on the type of business or segment, a more precise or by sector contact is necessary. To meet this demand, ApexBrasil organizes exclusive Missões Empresariais (Business Missions) for Brazilian entrepreneurs to countries or regions that present potential business opportunities.





## Startout Project

*Some business sectors demand special attention. Those focused on innovative businesses, especially small innovative companies, have gained great prominence due to their incredible growth, agility, and new business models. These companies, as in the technology sector, need specialized guidance for a more aggressive performance in the international market in order to succeed in partnerships, third-party investments or investment funds. With this in mind, ApexBrasil offers Projeto Startout (Startout Project), which seeks to support the integration of Brazilian start-ups in the most promising innovation ecosystems in the world. Since its creation in 2017, in partnership with SEBRAE, the National Association of Entities Promoting Innovative Enterprises (ANPROTEC), the Ministry of Economy and the Ministry of Foreign Affairs, the project has already carried out internationalization cycles in countries such as Germany, Argentina, Canada, Chile, China, Colombia, United States, France and Portugal. More than two hundred Brazilian start-ups were assisted and were able to count on the support of experienced professionals in the destination countries.*

*In 2020, ApexBrasil was recognized by the 100 Open Start-Ups Ranking as the fourth main player in the Brazilian start-up ecosystem in the Top 20 Ecosystem Ranking.*

*There were 180 participating organizations who voted for the award.*

*In addition to ApexBrasil's institutional achievement, 44 start-ups supported by the Agency ranked among the 100 most attractive Brazilian companies for the market in several categories.*

## Projeto Startout

Muitos segmentos demandam atenção especial. Os voltados aos negócios inovadores, principalmente de pequenas empresas orientadas para a inovação, têm obtido grande destaque em função do seu vertiginoso crescimento e em decorrência da agilidade e proposição de novas fórmulas de negócios. Essas empresas, como ocorre no segmento de tecnologia, necessitam orientação especializada para uma atuação mais agressiva no mercado internacional para obter sucesso com parcerias, investimentos de terceiros ou fundos de investimentos. Com tal finalidade, a ApexBrasil oferece o **Projeto Startout**, que busca apoiar a inserção de *startups* brasileiras nos mais promissores ecossistemas de inovação do mundo. Desde sua criação, em 2017, em parceria com o SEBRAE, Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), Ministério da Economia e Ministério das Relações Exteriores, o projeto já realizou ciclos de internacionalização em países como Alemanha, Argentina, Canadá, Chile, China, Colômbia, Estados Unidos, França e Portugal. Mais de duas centenas de *startups* brasileiras foram atendidas e puderam contar com o suporte de profissionais experientes nos países de destino.

Em 2020, a ApexBrasil foi reconhecida pelo ranking da **100 Open Startups** como **quarto principal ator do ecossistema brasileiro de startups no ranking Top 20 Ecosystem**.

Foram **180 instituições participantes e a votação para o prêmio foi feita pelas próprias empresas**.

Além da conquista institucional da ApexBrasil, **44 startups apoiadas pela Agência se classificaram entre as 100 empresas brasileiras mais atraentes para o mercado em diversas categorias**.



## Investment attraction

*Actions to promote and improve Brazil's image as an attractive market for foreign direct investment, contributing to the country's development and competitiveness.*



*Our role is to qualify Brazilian states and to pass on to them the methodology we use at ApexBrasil to attract investment.*

*I remember the case of GE [General Electric Company], which was a landmark in the history of ApexBrasil. In 2009, the company approached ApexBrasil to help position Brazil to attract the company's R&D project. And Brazil won! That was gratifying.*

*Maria Luisa Dorey Barreira Cravo Wittenberg.  
ApexBrasil's employee*

*To talk about ApexBrasil is to talk about the professional history and the history of our country. At that time, the idea was to make ApexBrasil a place where investors looking at Brazil have a full service and a focal point, which is a big effort until nowadays, because the investors come and, sometimes, they don't know who to talk to. Today you have someone who can coordinate with all parties.*

*Juliana Alencar, ApexBrasil's employee*

## Atração de investimentos estrangeiros

*Ações para a promoção e melhoria da imagem do Brasil como mercado atrativo para investimentos estrangeiros diretos, contribuindo para o desenvolvimento e a competitividade do país.*



*Falar da APEX é falar da história profissional e da história do nosso país. Na época, a ideia era fazer da APEX um lugar onde um investidor, que olhasse para o Brasil, tivesse todo um atendimento e um ponto focal, o que é um esforço grande até hoje, porque o investidor vem e, às vezes, ele não sabe com quem falar. Hoje você tem uma figura que pode fazer a coordenação com todos esses entes.*

*Juliana Alencar, colaboradora da ApexBrasil*



*A gente tem o papel de capacitar os estados brasileiros, de repassar para eles a metodologia que usamos na APEX para atrair investimentos.*

*Lembro o caso da GE [General Electric Company], que foi marcante na história da APEX. Em 2009, a empresa procurou a APEX para posicionar o Brasil para atrair o projeto de P&D da companhia. E o Brasil ganhou! Isso foi gratificante.*

*Maria Luisa Dorey Barreira Cravo Wittenberg, colaboradora da ApexBrasil*



## Do mundo para o Brasil

O investimento seguro resulta da informação qualificada, capaz de indicar o baixo nível de risco e priorizar a segurança de um retorno financeiro. Investidores interessados em ampliar seus negócios internacionais buscam informações confiáveis tanto no setor público, como no privado. Portanto, toda atividade que reúna as partes interessadas, ou *stakeholders*, em um único local, permitindo a troca de informações e a validação dos itens envolvidos numa operação internacional, reveste-se de extrema utilidade. Entre outras iniciativas, a ApexBrasil participa da organização do **Brasil Investment Forum**, o maior evento de atração de investimentos da América Latina, com a presença dos principais representantes do governo brasileiro e do setor privado. O objetivo é apresentar oportunidades de investimentos e destacar a evolução do ambiente de negócios no país.

Os investidores podem encontrar informações confiáveis e organizadas, segundo o *mindset* do setor, na plataforma *online* **Perfil do Investidor**. Desenvolvida pelo Serpro (empresa de TI do governo federal) para a ApexBrasil, a ferramenta se tornou uma referência para os investidores estrangeiros.



Ainda no que diz respeito ao acesso a informações qualificadas para a atração de investimentos internacionais, a ApexBrasil desenvolveu dois outros produtos: o **Portfólio de Oportunidades** e o **Site Location**.

O primeiro auxilia os investidores no mapeamento de oportunidades de negócios e fornece informações estruturadas em formato ágil – o que pode ser determinante para a seleção

e definição da operação. E o segundo fornece dados específicos, em função de atendimento customizado, com objetivo de apoiar investidores na escolha de locais apropriados no Brasil para montagem ou instalação de suas operações ou unidades fabris. Neste caso, faz-se necessária uma aproximação da ApexBrasil com os governos estaduais e suas respectivas instituições de atração de investimento para a produção das informações requeridas.

## From the world to Brazil

Safe investment is the result of qualified information, that indicates a low risk level and prioritizes the security of a financial return. Investors interested in expanding their international business seek reliable information in both the public and private sectors. Therefore, any activity that brings together the interested parties, or stakeholders, in a single place, allowing the exchange of information and the validation of items involved in an international operation, is extremely useful. Among other initiatives, ApexBrasil participates in the organization of the Brasil Investment Forum, the largest investment attraction event in Latin America, with the presence of the main representatives from the Brazilian government and the private sector. The objective is to present investment opportunities and highlight the evolution of the country's business environment.

Investors can find reliable and organized information, according to the sector's mindset, on the Perfil do Investidor (Investor Profile) online platform. Developed by Serpro (a Federal Government IT company) for ApexBrasil, the tool has become an important resource for foreign investors.

Also regarding access to qualified information to attract international investments, ApexBrasil has developed two other products: the Portfólio de Oportunidades (Opportunity Portfolio) and the Site Location.

The former helps investors in mapping business opportunities and provides structured information in an agile format – which can be decisive for the selection and definition of the

operation. The latter provides specific data, as a result of customized service, with the objective of supporting investors in choosing appropriate locations in Brazil for the assembly or installation of their operations or manufacturing units. In this case, it is necessary to bring ApexBrasil closer to state governments and their respective investment attraction organizations in order to produce the required information.

Considering the importance of activities aimed at attracting international investments, the Agency promotes a series of training courses in partnership with the Inter-American Development Bank, the IDB. These workshops seek to qualify agents in the states to produce strategic and managerial information.



Large investors need to be personally engaged through professionally organized events, with the presence and participation of Ministers of State, secretaries of state governments and diplomats capable of approving strategic projects. Through Invest in Brasil, the Agency organizes seminars abroad, especially aimed at foreign investors, particularly for strategic sectors such as logistics and infrastructure.

Brazil has become a major player in the international oil market. This achievement stems especially from the development of special technology for the extraction of oil in deep waters, which allowed access to pre-salt reserves. Brazilian success was only possible due to the organization of a long chain of local suppliers whom, with the knowledge and experience acquired, were able to connect to global supply chains. In that regard, the Brazilian Petroleum Partnerships program seeks to establish partnerships between Brazilian and foreign companies in the oil and gas sector, with the objective of attracting investments to Brazil and promoting the integration of the Brazilian oil industry into global supply chains.

Brazil has also stood out internationally in the field of innovation. However, the greatest need for Brazilian start-ups is the guarantee of access to funds that allow business growth, together with acceleration of innovation generation.

ApexBrasil designed the Corporate Venture in Brazil program, with the objective of bringing foreign investors closer to Brazilian start-ups in strategic sectors. The program was developed to encourage venture capital investments in Brazil by large international corporations and to promote business with Brazilian companies. To reach this goal, Corporate Venture holds events with the participation of investors and facilitates meetings with the entire Brazilian venture capital community, including venture capitalists, seed capital accelerators, angel investors, Brazilian corporate investors, governments, start-ups, technology parks, entrepreneurs and large Brazilian companies.



Considerando a importância das atividades voltadas à atração de investimentos internacionais, a Agência promove uma série de treinamentos em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento, o BID. Essas oficinas têm o objetivo de capacitar os agentes nos estados para a produção de informações estratégicas e gerenciais.

Investidores de grande porte precisam ser pessoalmente sensibilizados por meio de eventos profissionalmente organizados, que contem com a presença e a participação de ministros de Estado, secretários de governos estaduais e diplomatas capazes de cancelar projetos estratégicos. Por meio do **Invest in Brasil**, a Agência organiza seminários no exterior especialmente voltados a investidores estrangeiros, particularmente para setores estratégicos, como logística e infraestrutura.

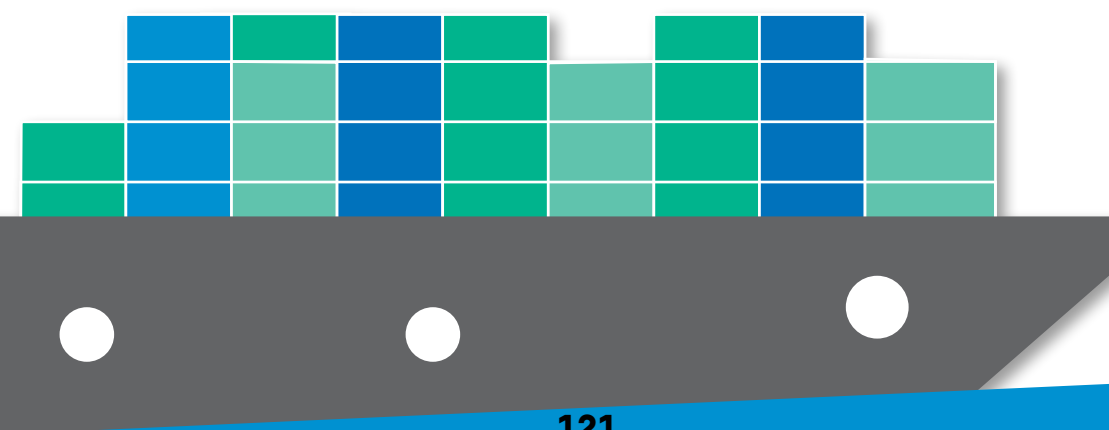
O Brasil tornou-se um grande *player* no mercado internacional de petróleo, ou seja, conquistou relevância no

segmento. Tal conquista decorre especialmente do desenvolvimento de tecnologia apropriada para a extração de petróleo em águas profundas, o que permitiu acesso às reservas do pré-sal. O sucesso brasileiro só foi possível em virtude da organização de uma longa cadeia de fornecedores locais que, com o conhecimento e a experiência adquiridos, pôde se conectar às cadeias globais de suprimentos. Nesse sentido, o programa **Brazilian Partnerships Petroleum** busca estabelecer parcerias entre empresas brasileiras e estrangeiras no setor de petróleo e gás, com o objetivo de atrair investimentos para o Brasil e promover a integração da indústria de petróleo brasileira às cadeias de suprimentos globais.

O Brasil também tem se destacado internacionalmente no campo da inovação. No entanto, a maior necessidade das *startups* brasileiras é a garantia de acesso a fundos que permitam o crescimento empresarial acompanhado da aceleração da geração de inovação.



A ApexBrasil desenhou o programa **Corporate Venture in Brasil**, com o objetivo de aproximar os investidores estrangeiros das *startups* brasileiras em setores estratégicos. O programa foi desenvolvido para estimular investimentos de capital de risco no Brasil por grandes corporações internacionais e promover atividades empreendedoras em empresas brasileiras. Para atingir esse objetivo, o **Corporate Venture** realiza eventos com a participação de investidores e facilita reuniões com toda a comunidade brasileira de capital de risco, incluindo capitalistas de risco, aceleradores de capital semente, investidores-anjo, investidores corporativos brasileiros, governos, incubadoras de *startups*, parques tecnológicos, empresários e grandes empresas brasileiras.



Um dos grandes eventos organizados pela ApexBrasil é o **Brasil Investment Forum (BIF)**. Realizado anualmente, desde 2018, em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o governo federal, é o maior encontro da América Latina sobre investimentos estrangeiros.

O BIF apresenta oportunidades de investimentos e destaca a evolução do ambiente de negócios do país. Ocupa-se de setores de destaque, como agronegócios, infraestrutura, energia e tecnologia da informação e discute temas de interesse dos investidores, como novos modelos de negócios, iniciativas de investimento em participação e movimentações das cadeias globais de valor.

Representantes da União e dos governos estaduais brasileiros participam dos painéis, de salas de apresentação de projetos e de reuniões de alto nível com multinacionais do setor privado. Os participantes também podem realizar contatos de negócios com outros inscritos e usar espaços de atendimento, onde encontram apoio para desenvolver seus projetos no Brasil.

Em 2021, o BIF aconteceu em formato *online* devido à pandemia mundial de Covid-19 e apresentou números impressionantes:

**60 projetos de investimentos** apresentados

**US\$ 50 bilhões** de previsão de investimentos até 2022

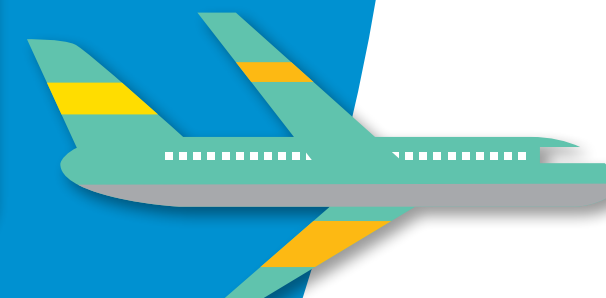
**22 mil empregos** a serem gerados até 2022



## Participantes e acessos:

**6.309**  
inscritos

**3.432**  
logins



**411**  
pedidos  
de reunião

**211**  
reuniões  
aceitas

**3.643**  
mensagens  
privadas

**424**  
mensagens  
públicas

**190.242**  
páginas  
visitadas  
via desktop

**26.925**  
visitadas  
pelo  
aplicativo

A edição de 2022 do BIF aconteceu no formato híbrido, com limitação de vagas presenciais por questões sanitárias. Os diversos painéis, compostos por autoridades, executivos de grandes empresas do Brasil e do mundo e especialistas de diversos setores, foram transmitidos *online* com tradução simultânea nos idiomas português e inglês.

One of the major events organized by ApexBrasil is Brasil Investment Forum (BIF). Held annually since 2018, in partnership with the Inter-American Development Bank (IDB) and the Federal Government, it is the largest foreign investments meeting in Latin America.

The BIF presents investment opportunities and highlights the evolution of the country's business environment. It deals with prominent sectors, such as agribusiness, infrastructure, energy and information technology, and discusses topics of interest to investors, such as new business models, equity investment initiatives and changes in global value chains.

Representatives from the federal and state governments participate in panels, in project presentation rooms and in high-level meetings with private sector multinationals. Participants can also make business contacts with each other and use service spaces, where they find support to develop their projects in Brazil.

**In 2021, BIF was held online due to the Covid-19 global pandemic and presented impressive numbers:**

**60 investment projects presented**

**US\$50 billion investment forecast through 2022**

**22 thousand jobs to be created by 2022**

**Participants and views:**

**6,309 registrations**

**3,432 logins**

**411 meeting requests**

**211 scheduled meetings**

**3,643 private messages**

**424 public messages**

**190,242 pages visited via desktop**

**26,925 pages visited via app**

BIF's 2022 edition took place in a hybrid format, with limited in-person spots due to health issues. The various panels, made up of authorities, executives from large companies in Brazil and around the world, and experts from different sectors were broadcast online with simultaneous translation in Portuguese and English.



## The future

Brazilian companies, international buyers, foreign investors and international economic opinion formers are ApexBrasil's target audience. All the Agency's efforts were dedicated to them throughout its 25-year trajectory.

ApexBrasil is the leading organization in facilitating Brazilian companies' access to international markets, always thinking about diversifying the destinations of Brazilian exports and improving the international perception of companies, products and services offered by the country. Brazilian entrepreneurs can, with ApexBrasil's support, have direct contact with international business partners.

In addition, the Agency is extremely agile and connected to developments in Brazil and in the world, providing quick responses to the most different contexts that arise. During the Covid-19 global pandemic, ApexBrasil implemented new digital services so that its work did not stop, even in the face of an adverse scenario. Brazilian companies, international buyers and foreign investors were able to enjoy Rodadas Digitais de Negócios (Digital Business Roundtables), meetings that were held virtually, connecting buyers, distributors and agents from international networks with Brazilian companies and trading companies.

ApexBrasil created a series of tools to maintain the promotion of international business in the environment of global health restrictions: the Portal Invest in Brazil (Invest in Brazil Portal), a digital platform with qualified information about the Brazilian market aimed at

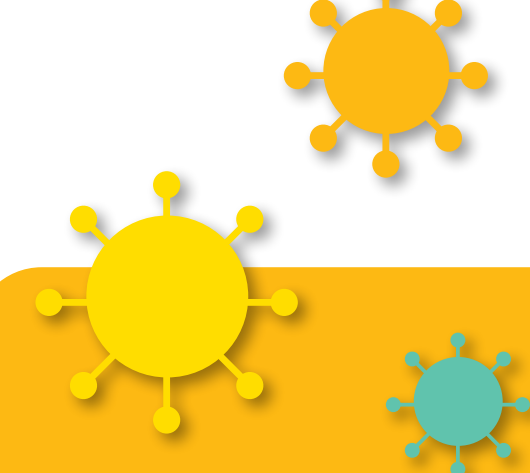
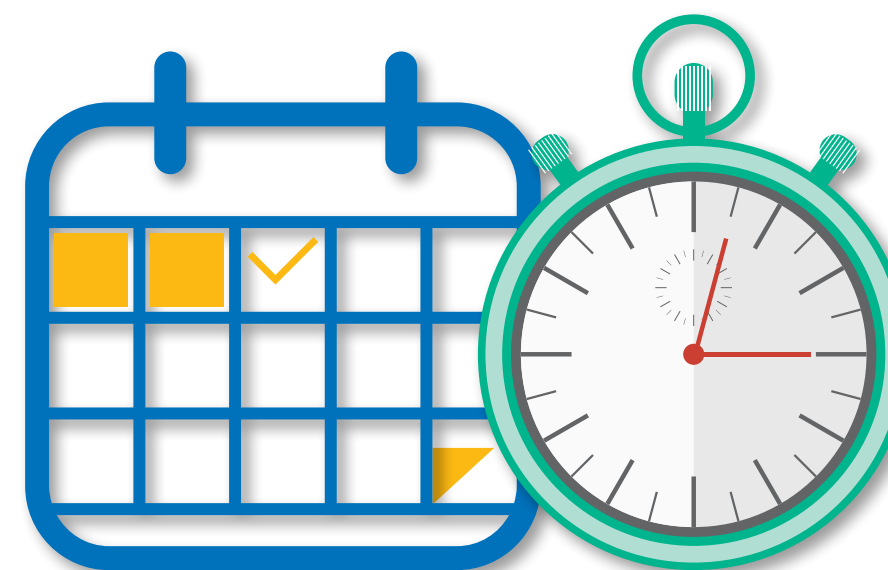
companies interested in investing in the country in the context of post-pandemic global value chains; the Portal Covid-19 (Covid-19 Portal), which provided information to mitigate the effects of the global pandemic on the activities of exporting companies, as well as to monitor trends and the global panorama of the consequences of Covid-19 in Brazil and in the world; the Painel de Comércio Covid-19 (Covid-19 Business Panel), with data on trade flows between Brazil and several countries in the context of the Covid-19 pandemic, supporting decision-making processes; and the Cartilha ao Exportador no Contexto da Pandemia (Exporter Handbook in the Context of the Pandemic), with general guidelines for entrepreneurs, containing a checklist of questions for drawing up an action plan and examples of measures that some organizations had adopted in the face of the pandemic.

## Futuro

Empresas brasileiras, compradores internacionais, investidores estrangeiros e formadores de opinião econômica internacional são o público-alvo da ApexBrasil. Para eles são dedicados todos os esforços da Agência em toda sua trajetória de 25 anos.

A ApexBrasil é referência na facilitação dos acessos das empresas brasileiras aos mercados internacionais, sempre pensando em diversificar os destinos das exportações brasileiras e melhorar a percepção internacional acerca das empresas, dos produtos e dos serviços oferecidos pelo país. Empresários brasileiros podem, com suporte da ApexBrasil, ter contato direto com parceiros de negócios internacionais.

Além disso, a Agência é extremamente ágil e atenta ao que acontece no Brasil e no mundo, fornecendo rápidas respostas aos mais diferentes contextos que se apresentam. Durante a pandemia mundial de Covid-19, a ApexBrasil implementou novos serviços digitais para que seus atendimentos não parassem, mesmo diante de um cenário adverso. Empresas brasileiras, compradores internacionais e os investidores estrangeiros puderam dispor de **Rodadas Digitais de Negócios**, reuniões realizadas de modo virtual, conectando compradores, distribuidores e representantes de redes internacionais com empresas e comerciais exportadoras brasileiras.



A ApexBrasil criou uma série de ferramentas para manter a promoção de negócios internacionais no ambiente de restrição sanitária global: o **Portal Invest in Brazil**, plataforma digital com informações qualificadas sobre o mercado brasileiro voltada a empresas interessadas em investir no país no contexto da reconfiguração das cadeias globais de valor no pós-pandemia; o **Portal Covid-19**, que disponibilizava informações para mitigar os efeitos da pandemia mundial nas atividades das empresas exportadoras, bem como acompanhar as tendências e o panorama global das consequências da Covid-19 no Brasil e no mundo; o **Painel de Comércio Covid-19**, com dados dos fluxos de comércio entre o Brasil e diversos países no âmbito da pandemia de Covid-19, subsidiando os processos de tomada de decisão; e a **Cartilha ao Exportador no Contexto da Pandemia**, com orientações gerais aos empresários contendo *checklist* de perguntas para elaboração de plano de ação e exemplos de medidas que algumas organizações adotaram em face da pandemia.



Other new projects have also emerged in the last two years: APEXCast, a podcast that presents the Agency's actions and services in weekly episodes, in particular, with the dissemination of successful commercial cases; and the Projeto Digital para o Ensino de Comércio Exterior - ECEX (Digital Project for Foreign Trade Studies), with the goal of promoting studies and research on export promotion and investment attraction. In the future, this project will be the basis for the creation of an International Business School linked to ApexBrasil, with mostly online learning activities.

Over the last 25 years, the outstanding performance and the hundreds of projects and activities developed by the Brazilian Exports and Investment Promotion Agency demonstrate the firm purpose of dedication and work for the country. And, if it is up to its employees' performance, ApexBrasil's future will be bright.



A very important milestone for me, and for the organization, due to everything it encompasses, was the achievement of the GPTW (Great Place to Work) certification. It was an incredible and a motivating factor to grow more. Boldness without fear of making mistakes, with responsibility, is one of our ways of working. And what makes ApexBrasil different is that I can be genuine. I have freedom and I feel very cared for as an employee and as a person.

*Celene Vasconcelos Melo Boaventura, ApexBrasil's employee*



There is a nobility in the mission of stimulating companies and making them go further. To create complex and creative solutions that compete with the big ones in the market abroad. I remember one occasion when we visited a company and the owner took us to a room full of workers, turned around and said: "This is all due to you, these people being employed is the result of your work". This is very gratifying, as it reflects the growth of the company, of Brazil and the people. These jobs are the result of what ApexBrasil does and what drives us every day. Each project delivered and their results are the greatest joy of all. And the diversity of our work is enormous.

*Igor Brandão, ApexBrasil's employee*

Outras novidades surgiram, ainda, nesses últimos dois anos: o **APEXCast**, podcast que apresenta ações e serviços da Agência em episódios semanais, em especial, com a divulgação de cases de sucesso na esfera do comércio; e o **Projeto Digital para o Ensino de Comércio Exterior (Ecex)**, com a finalidade de promover estudos e pesquisas sobre promoção de exportações e atração de investimentos. Pensando no futuro, esse projeto será a base para a criação de uma Escola de Negócios Internacionais vinculada à ApexBrasil, com atividades curriculares majoritariamente em formato digital.

Ao longo dos últimos 25 anos, o desempenho marcante e as centenas de projetos e atividades desenvolvidas pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos demonstram o firme propósito de dedicação e trabalho pelo Brasil. E, a depender da atuação de seus colaboradores, o futuro da ApexBrasil será brilhante.



Um marco muito importante para mim, e para a instituição, em função de tudo que engloba, foi a conquista da certificação GPTW (Great Place to Work). Foi incrível e um fator motivador para crescer mais. Ousadia sem medo de errar, mas com responsabilidade, é um dos nossos jeitos de trabalhar. E o que faz a APEX ser diferente é que posso ser genuína. Tenho liberdade e me sinto muito cuidada como colaboradora e como pessoa.

*Celene V. Melo Boaventura, colaboradora da ApexBrasil*



Há uma nobreza na missão de estimular as empresas e fazê-las chegar mais longe. Criar soluções complexas e criativas e que concorrem com os grandes do mercado no exterior. Lembro uma ocasião em que visitamos uma empresa e o dono nos levou a uma sala, cheia de trabalhadores, virou e disse: "Isso é resultado de vocês, essas pessoas estarem empregadas é fruto do trabalho de vocês". Isso é gratificante demais, pois reflete o crescimento da empresa, do Brasil e das pessoas. Esses empregos são fruto do que a APEX faz e é o que nos move todo dia. Cada projeto entregue e o impacto visto é a maior alegria de todas. E a diversidade dos nossos trabalhos é muito grande.

*Igor Brandão, colaborador da ApexBrasil*





## *Testimonials by Sector*

*ApexBrasil's role in promoting exports, attracting investments and internationalizing Brazilian companies, as seen by its partners*

## **Depoimentos Setoriais**

**A atuação da ApexBrasil na promoção de exportações, atração de investimentos e internacionalização das empresas brasileiras vista pelos seus parceiros**

## Brazil Ethanol Cluster (APLA)

ApexBrasil plays a fundamental and decisive role for Brazilian companies to act and boost their exports. Our partnership with the Agency dates back to 2006, bringing technology and solutions to the sugarcane production chain through the Brazil Sugarcane Bioenergy Solution project.

Over 15 years, 196 companies have participated in the project, which has carried out more than 110 missions such as business rounds, technical visits and seminars and conferences in more than 49 countries. In Brazil, the partnership holds important events, such as Fenasucro & Agrocana and the Datagro Conference, in which buyers from South and Central America, Africa, Asia and the Arab countries participate, bringing them closer to Brazilian suppliers.

## Brazilian Medical, Dental and Laboratories Devices Manufacturers Association (ABIMO)

In 20 years of the Brazilian Health Devices project, ApexBrasil has been instrumental in helping us to promote the country as a reliable, innovative and strategic partner in the medical devices sector. Today, around 80% of our companies export regularly, reaching more than 100 countries and strengthening their brands abroad.

In 2002, the first year of the project with the Agency, BHD had 88 participating companies, which exported around US\$ 37 million. In 2021, we reached 145 companies and US\$ 116 million in exports. Without ApexBrasil's support it would be impossible to reach such impressive numbers and take the Brazilian industry to the world.

## Brazilian Instant Coffee Industry Association (ABICS)

Competitive intelligence projects, defense of commercial interests and international tariff agreements, international certifications and, especially, the branding project - which led to the creation of the sector's institutional brand, Explore & Enjoy - were historic and emblematic achievements for a sector and for companies that have been in the market for 60 years.

Thanks to ApexBrasil, the Brazilian instant coffee sector started to have an identity, a sector identification. We are breaking export records. The project with ApexBrasil provided a high degree of motivation for the companies associated with ABICS and continues to generate innovative ideas and actions that spark enthusiasm and, most importantly, are put into practice.



## Arranjo Produtivo Local do Alcool (APLA)

A ApexBrasil tem papel fundamental e decisivo para que as empresas brasileiras atuem e potencializem suas exportações. Nossa parceria com a Agência vem desde 2006 e leva tecnologia e soluções para a cadeia produtiva de cana-de-açúcar através do projeto Brazil Sugarcane Bioenergy Solution.

Nesses 15 anos, 196 empresas passaram pelo projeto, que realizou mais de 110 missões em formatos como rodadas de negócios, visitas técnicas e participações em seminários e conferências em mais de 49 países. No Brasil, a parceria realiza importantes eventos, como a Fenasucro & Agrocana e a Conferência Datagro, dos quais participam compradores da América do Sul e Central, África, Ásia e dos Países Árabes, aproximando-os dos fornecedores brasileiros.



## Associação Brasileira da Indústria de Dispositivos Médicos (ABIMO)

Nesses 20 anos do projeto Brazilian Health Devices, a ApexBrasil foi fundamental para nos ajudar a promover o país como um parceiro confiável, inovador e estratégico no setor de dispositivos médicos. Hoje, cerca de 80% das nossas empresas exportam regularmente, alcançando mais de 100 países e fortalecendo suas marcas no exterior.

Em 2002, primeiro ano de projeto com a Agência, o BHD tinha 88 empresas participantes, que exportaram cerca de US\$ 37 milhões. Em 2021, chegamos a 145 empresas e a um montante de US\$ 116 milhões em exportações. Sem o apoio da ApexBrasil seria impossível alcançar números tão expressivos e levar a indústria brasileira para o mundo.



## Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABICS)

Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (Abics) Projetos de inteligência competitiva, defesa de interesses comerciais e acordos tarifários internacionais, certificações internacionais e, principalmente, o projeto de branding - que proporcionou a criação da marca institucional do setor, o Explore & Enjoy -, foram conquistas históricas e emblemáticas para um setor e para empresas que estão há 60 anos no mercado.

Graças à ApexBrasil, o setor de café solúvel brasileiro passou a ter uma identidade, uma identificação setorial. Estamos batendo recordes de exportações. O projeto com a ApexBrasil proporcionou alto grau de motivação das empresas associadas à Abics e continua a gerar ideias e ações inovadoras, que afloram entusiasmo e, o mais importante, são colocadas em prática.

### **Brazilian Chocolates, Peanuts, Candies Manufacturers Association (ABICAB)**

We are very proud of our partnership with ApexBrasil, which we have maintained since 1998. We were able to follow the Agency's evolution, as well as the technical and financial support it has provided to small, medium and large companies in the last 25 years. The commercial promotion of Brazil abroad would not be at the current levels without it. At ApexBrasil we find competent professionals, partners, and friends, always willing to collaborate to increase exports in our sector.

### **Brazilian Association of the Personal Hygiene, Perfumery and Cosmetics Industry (ABIHPEC)**

With the first signing of an agreement in 2000, ABIHPEC and ApexBrasil have joined continued efforts to support the exports of companies in the personal care, perfumery and cosmetics sector. Over these 22 years of partnership, the Beautycare Brazil sector project stands out as the most relevant program to support the national industry in the segment. All efforts, added to a relevant domestic market consumption, took the sector to an important international level, making us world leaders in some product categories, helping to increase our competitiveness and promoting the sector's image and its value chain globally. ApexBrasil is the most important strategic partner for our exports, acting with excellence, proactivity and transparency, always looking for improvement and refinement of our strategies.

### **Brazilian Lighting Industry Association (ABILUX)**

We established a partnership with ApexBrasil in 2011, which originated the sector's exports project, Lux Brasil. The Brazilian lighting industry was not an exporter until then, and the project was – and continues to be – fundamental to train more industries in the export journey, in addition to expanding the participation of Brazilian lighting products in the foreign market. Through the training and design programs offered, companies gain competitiveness and incorporate new technologies into their products, making Brazilian lighting fixtures recognized for their characteristics and quality, while commercial tools allow for the opening and consolidation of new international markets, the sustainable growth of companies and exports, and the generation of jobs and income for the Brazilian lighting sector.



### **Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (ABICAB)**

Temos muito orgulho da parceria com a ApexBrasil, que mantemos desde 1998. Pudemos acompanhar a evolução da Agência, assim como o apoio técnico e financeiro prestado por ela às pequenas, médias e grandes empresas nestes últimos 25 anos. A promoção comercial do Brasil no exterior não estaria nos patamares atuais sem sua existência. Na ApexBrasil, encontramos profissionais competentes, parceiros, e amigos, sempre dispostos a colaborar para o incremento das exportações do nosso setor.



### **Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC)**

Com a primeira assinatura de convênio no ano 2000, a Abihpec e a ApexBrasil somaram esforços contínuos de apoio às exportações das empresas do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Ao longo desses 22 anos de parceria, o projeto setorial Beautycare Brazil se destaca como o mais relevante programa de apoio à indústria nacional do segmento. Todos os esforços, somados ao consumo do mercado interno, levaram o setor a um patamar internacional relevante, tornando-nos referência mundial em algumas categorias de produtos, possibilitando a ampliação de nossa competitividade e promovendo a imagem do setor e sua cadeia de valor globalmente. A ApexBrasil é o parceiro estratégico mais importante para nossas exportações, atuando com excelência, proatividade e transparência, sempre em busca de melhorias e aprimoramento de nossas estratégias.



### **Associação Brasileira da Indústria de Iluminação (ABILUX)**

Firmamos parceria com a ApexBrasil em 2011, da qual se originou o projeto Lux Brasil. A indústria brasileira de iluminação, até então, não era exportadora, e o projeto foi – e continua sendo – fundamental para capacitar mais indústrias na jornada exportadora, além de ampliar a participação dos produtos brasileiros de iluminação no mercado externo. Por meio dos programas de capacitação e design oferecidos, as empresas ganham competitividade e incorporam novas tecnologias aos seus produtos, fazendo com que as luminárias brasileiras sejam reconhecidas pelas suas características e qualidade, ao mesmo tempo em que as ferramentas comerciais permitem a abertura e consolidação de novos mercados internacionais, o crescimento sustentável das empresas e das exportações e a geração de emprego e renda para o setor brasileiro de iluminação.

### **The Brazilian Machinery Builders' Association (ABIMAQ)**

ApexBrasil's support has been an indispensable tool for 22 years, so that small and medium-sized machinery and equipment manufacturers from different sectors can design and improve their participation in world trade. Offering opportunities and training so that the entrepreneur can be part of the great events that promote the industry, this partnership has already yielded to this day a total of 575 actions, which focused on ensuring the international presence of Brazilian machinery in about 200 international fairs. For ABIMAQ, the creation of a foreign trade culture that increases the Brazilian industry's competitiveness and the consolidation of the machinery and equipment industry as one of the sectors with the most exports in the processing industry are part of the advances achieved with the support of ApexBrasil.

### **Brazilian Rice Industry Association (ABIARROZ)**

ABIARROZ and ApexBrasil are longtime partners: since 2010, when they started to plan actions together. In 2012, the Brazilian Rice project was born to promote exports of processed rice. Since then, with the Agency's support, the sector has been increasingly involved in international trade, especially through trade promotion actions, such as participation in fairs and trade missions. Today, there are over 30 companies and cooperatives in the rice sector benefiting from the sector project that has been reaping the benefits of Brazilian Rice.

### **Brazilian Electrical and Electronics Industry Association (ABINEE)**

The partnership between ApexBrasil and the Brazilian electronics sector is increasingly solid. Through the support and work of the Agency's technical team, the Electro-Electronic Brazil project has been generating successful cases of company internationalization. Increasingly, new associated manufacturers are joining the export promotion initiative.



### **Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ)**

O apoio da ApexBrasil constitui-se há 22 anos como ferramenta indispensável para que as pequenas e médias empresas fabricantes de máquinas e equipamentos, de distintos setores, possam projetar e aprimorar suas participações no comércio mundial. Oferecendo oportunidades e capacitação para que o empresário possa fazer parte dos grandes eventos que promovem a indústria, essa parceria já rendeu, até hoje, um total de 575 ações, que tiveram como foco garantir a presença internacional do maquinário brasileiro em quase 200 feiras internacionais. Para a Abimaq, a criação de uma cultura de comércio exterior que aumenta a competitividade da indústria brasileira e a consolidação da indústria de máquinas e equipamentos como um dos setores que mais exporta na indústria de transformação fazem parte dos avanços logrados com o apoio da ApexBrasil.



### **Associação Brasileira da Indústria do Arroz (ABIARROZ)**

A Abiarroz e a ApexBrasil são parceiras de longa data; desde 2010, quando começaram a planejar ações em conjunto. Em 2012, nasceu o projeto Brazilian Rice, para fomentar as exportações de arroz beneficiado. Desde então, com o apoio da Agência, o setor vem se inserindo cada vez mais no comércio internacional, sobretudo por meio de ações de promoção comercial, como participação em feiras e realização de missões comerciais. Hoje, são mais de 30 indústrias e cooperativas do setor orizícola beneficiadas pelo projeto setorial que vem colhendo os benefícios do Brazilian Rice.



### **Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (ABINEE)**

A parceria entre a ApexBrasil e o setor eletroeletrônico brasileiro está cada vez mais sólida. Por meio do apoio e do trabalho da equipe técnica da Agência, o projeto Electro-Electronic Brasil vem gerando cases de sucesso de internacionalização de empresas. Cada vez mais, novos fabricantes associados aderem à iniciativa de promoção das exportações.

### **Association of Brazilian Pharmochemicals and Pharmaceutical Ingredients Producers (ABIQUIFI)**

ABIQUIFI works in partnership with ApexBrasil through specific projects since the Agency's founding. We started to develop structuring actions that stimulated the pharmaceutical chain to open new markets, such as, for example, the Imagem Sanitária project, together with ANVISA - Brazilian health regulatory agency. The Project measures productivity of the pharmaceutical industry in Brazil, producing training and intelligence reports for companies to access the most regulated markets in the world, attracting investment - specifically in innovation and R&D -, participation in strategic fairs and conventions for Brazil in the world and many other activities, making it possible to take a significant leap forward in the process of internationalization of and exports by the national pharmaceutical sector. ApexBrasil played a key role in this journey.

### **Brazilian Textile and Apparel Industry Association (ABIT)**

ABIT and ApexBrasil have developed a successful partnership for over 20 years through Texbrasil, the Brazilian Textile and Fashion Industry Internationalization program. Over the eleven agreements signed, until May 2022, around 1.9 thousand companies were supported in more than 7 thousand training, business, image, innovation and sustainability actions. This effort enabled exports of US\$ 9.7 billion in textile products, clothing, technical and non-woven fabrics, in addition to bed, table and bath products, and the creation of 35 thousand jobs. Certainly, the important cooperation link with the Agency plays a fundamental role in the competitive development of companies and the sector's international positioning.

### **Brazilian Audiovisual Production Industry Association (APRO)**

The partnership with ApexBrasil started in 2005 and was fundamental to stimulate our development and growth. We started working with long-term strategies and enhancing the project's performance on several fronts, as well as having a broader view of the business, which helped us to optimize even more important actions such as Cannes, for example. ApexBrasil also contributed to positioning Apro as a player in the international market, enabling connections with sister associations outside the country. The work done by the Agency has been brilliant in the creative economy. The evolution of its portfolio, initially created to serve only the consumer goods segments, is impressive. Today it includes service companies, expanding international business opportunities.



### **Associação Brasileira da Indústria de Insumos Farmacêuticos (ABIQUIFI)**

A Abiquifi atua em parceria com a ApexBrasil por meio de projetos específicos desde a fundação da Agência. Passamos a desenvolver ações estruturantes que estimularam a cadeia farmacêutica na abertura de novos mercados, como, por exemplo, o projeto Imagem Sanitária, em conjunto com a Agência de Vigilância Sanitária (Anvisa). Desenvolvemos competência diante dos pares internacionais, a criação de plataformas para mensurar a produtividade da indústria farmacêutica no Brasil, a capacitação e relatórios de inteligência para as empresas acessarem os mercados mais regulados do mundo, a atração de investimentos – especificamente em inovação e P&D –, a participação em feiras e convenções estratégicas para o Brasil no mundo e muitas outras atividades. Assim, foi possível dar um salto significativo no processo de internacionalização e exportação do setor farmacêutico nacional, e a ApexBrasil teve um papel fundamental nessa jornada.



### **Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT)**

A Abit e a ApexBrasil têm desenvolvido uma parceria de sucesso há mais de 20 anos por meio do Texbrasil, o programa de internacionalização da indústria têxtil e de moda brasileira. Ao longo dos onze convênios firmados, até maio de 2022, cerca de 1,9 mil empresas foram apoiadas em mais de 7 mil ações de qualificação, negócios, imagem, inovação e sustentabilidade. Esse esforço possibilitou a exportação de US\$ 9,7 bilhões em produtos têxteis, de vestuário, tecidos técnicos e não tecidos, além de cama, mesa e banho, e a geração de 35 mil postos de trabalho. Certamente, o importante laço de cooperação com a Agência tem papel fundamental para o desenvolvimento competitivo das empresas e o posicionamento internacional do setor.



### **Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (APRO)**

A parceria com a ApexBrasil começou em 2005 e foi fundamental para estimular o nosso desenvolvimento e amadurecimento. Passamos a trabalhar com estratégias de longo prazo e a potencializar a atuação do projeto em várias frentes, bem como a ter uma visão mais ampla do negócio, o que nos ajudou a otimizar ainda mais ações importantes como Cannes, por exemplo. A ApexBrasil contribuiu ainda para posicionar a Apro como *player* no mercado internacional, possibilitando conexões com associações irmãs fora do país. O trabalho realizado pela Agência tem sido brilhante na economia criativa. É impressionante a evolução do portfólio criado inicialmente para atender apenas os segmentos de bens de consumo, que hoje abrangem empresas de serviços, ampliando as oportunidades de negócios internacionais.

### **Brazilian Association of Food Equipment, Ingredients and Accessories Industries (ABIEPAN)**

The partnership with ApexBrasil dates back to 2003, and this alliance has generated many benefits for Brazilian exporters through the Brazil Foodservice project. We participate in trade fairs, business roundtables, trade missions, market studies and several other actions all over the world, supporting hundreds of Brazilian companies. Over the years, we have recorded numerous success stories that have benefited a large number of small family businesses and many Brazilians.

### **Brazilian Game Companies Association (ABRAGAMES)**

ApexBrasil is fundamental in strengthening the Brazilian gaming industry. The world industry is valued at US\$ 200 billion, and Brazil, in partnership with ApexBrasil, through the Brazil Games sector exports project, has achieved international recognition as a business and innovation hub. It has been nine years of partnership and much of what has been achieved is due to ApexBrasil. New businesses, income generation, high value-added jobs, new technologies, immersive realities and intellectual properties that generate royalties and export revenues.

### **Brazilian Manufacturers Association of Biscuits, Pasta and Industrialized Breads & Cakes (ABIMAPI)**

The first agreement with ApexBrasil was signed in 2000. The partnership aimed to organize Brazilian participation in the most traditional fair in the sweets and snacks segment, ISM, in Cologne, Germany. Since then, several trade promotion activities have been developed, especially participation in more than ten international trade fairs. Over the years, the intensification of foreign trade has also been observed, accompanied by standards, rules and processes that impose non-tariff barriers to Brazilian exports, requiring the creation of a service structure for companies in commercial intelligence and facilitation of external business in the sector project. ApexBrasil followed this scenario, structuring the commercial intelligence area to prepare and disseminate strategic information for Brazilian entrepreneurs, in addition to following the agile dynamics of topics around the world, sharing information to raise awareness and help in decision-making among Brazilian entrepreneurs.



### **Associação Brasileira das Indústrias de Equipamentos, Ingredientes e Acessórios para Alimentos (ABIEPAN)**

A parceria com a ApexBrasil vem desde 2003, e essa aliança tem gerado muitos benefícios aos exportadores brasileiros através do convênio do projeto Brasil Foodservice. Realizamos feiras, rodadas de negócios, missões comerciais, estudos de mercado e diversas outras ações por todos os cantos do mundo, apoiando centenas de empresas brasileiras. Ao longo desses anos, registramos inúmeros casos de sucesso, que vêm beneficiando um grande número de pequenas empresas familiares e de muitos brasileiros no nosso país.



### **Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais (ABRAGAMES)**

A ApexBrasil é fundamental no fortalecimento da indústria brasileira de games. A indústria mundial é avaliada em US\$ 200 bilhões, e o Brasil, em sua parceria com a ApexBrasil, por meio do projeto setorial de exportação Brazil Games, alcançou reconhecimento internacional como um *hub* de negócios e inovação. São nove anos de parceria e muito do que se conquistou se deve à ApexBrasil. Novos negócios, geração de renda, empregos de alto valor agregado, novas tecnologias, realidades imersivas e propriedades intelectuais que geram *royalties* e receitas internacionais de exportação.



### **Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI)**

O primeiro convênio com a ApexBrasil foi assinado em 2000. A parceria teve como objetivo organizar a participação brasileira na feira mais tradicional do segmento de doces e aperitivos, a ISM, em Colônia, Alemanha. De lá para cá, diversas atividades de promoção comercial foram desenvolvidas, sobretudo a participação em mais de dez feiras internacionais. Ao longo dos anos também se observou a intensificação do comércio exterior acompanhada de padrões, regras e processos que impõem barreiras não tarifárias às exportações brasileiras, exigindo a criação de uma estrutura de atendimento às empresas em inteligência comercial e facilitação de negócios externos no projeto setorial. A ApexBrasil acompanhou esse cenário, estruturou a área de inteligência comercial para elaborar e divulgar informações estratégicas para os empresários brasileiros, além acompanhar a ágil dinâmica dos temas pelo mundo, compartilhando as informações para sensibilização e tomada de decisão do empresariado brasileiro.

### **Brazilian Footwear Industries Association (ABICALÇADOS)**

There are two moments in footwear production in Brazil: before and after the signing of the first agreement between ABICALÇADOS and ApexBrasil, which gave rise to the Brazilian Footwear sector project, a program to support footwear exports. Previously, Brazilian exports concentrated in a few destinations and, as a result of the partnership, we expanded footwear shipments to more than 160 countries. We have become the fifth largest footwear industry on the planet, the largest outside Asia, and we recognize ApexBrasil's role in the development of the Brazilian footwear sector, which today accounts for 5 thousand companies and generates more than 280 thousand direct jobs.

### **Brazilian Defense and Security Industries Association (ABIMDE)**

It is always necessary to emphasize the essential work that ApexBrasil develops on behalf of the national industry and, particularly, on behalf of the defense and security industry – which depends, in most cases, on the export of its products to maintain its production capacity.

### **Brazilian Association of Furniture Manufacturers (ABIMÓVEL)**

For ABIMÓVEL, the partnership with ApexBrasil, through the Brazilian Furniture sector project, is a source of pride not only for the organization, but for the industry and the furniture sector, moving the most diverse links in the wood and furniture production chain, that benefit directly and indirectly from the expansion of Brazilian furniture exports. From 30 markets at the beginning of the agreement, in 2007, we have grown to 172 markets served in 2021. And this number should increase in 2022, considering the success achieved in the actions developed through missions, trade fairs and the Buyer Project in some of the biggest event circuits in the world, such as the Salone del Mobile and the Milan Design Week, in Italy, and the New York Design Week, in the United States.



### **Associação Brasileira das Indústrias de Calçados [ABICALÇADOS]**

Existem dois momentos da atividade produtiva do calçado no Brasil: antes e após a assinatura do primeiro convênio entre a Abicalçados e a ApexBrasil, que deu origem ao projeto setorial Brazilian Footwear, programa de apoio às exportações de calçados. Antes, as exportações brasileiras se concentravam em poucos destinos e, a partir da parceria, ampliamos os embarques de calçados para mais de 160 países. Nós nos tornamos a quinta maior indústria de calçados do planeta, a maior fora da Ásia, e reconhecemos o papel da ApexBrasil no desenvolvimento do setor calçadista brasileiro, que hoje contabiliza 5 mil empresas e gera mais de 280 mil empregos diretos.



### **Associação Brasileira das Indústrias de Materiais de Defesa e Segurança [ABIMDE]**

É sempre necessário ressaltar o trabalho essencial que a ApexBrasil desenvolve em prol da indústria nacional e, particularmente, em prol da indústria de defesa e segurança – que depende, na maioria das vezes, da exportação de seus produtos para a manutenção da sua capacidade produtiva.



### **Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário [ABIMÓVEL]**

Para a Abimóvel, a parceria com a ApexBrasil, por meio do projeto setorial Brazilian Furniture, é motivo de orgulho não só para a entidade, mas para a indústria e o setor moveleiro, movimentando os mais diversos elos da cadeia produtiva de madeira e móvel, que se beneficiam direta e indiretamente da expansão das exportações dos móveis brasileiros. De 30 mercados atendidos no início do convênio, em 2007, passamos para 172 em 2021. E esse número deverá ser ampliado em 2022, considerando o êxito alcançado nas ações que vêm sendo desenvolvidas por meio das missões, feiras comerciais e do projeto Comprador em alguns dos maiores circuitos de eventos no mundo, tais como o Salão do Móvel e a Semana de Design de Milão, na Itália, e a Semana de Design de Nova York, nos Estados Unidos.



### **Brazilian Beef Exporters Association (ABIEC)**

Having ApexBrasil as a partner is essential for the growth of agribusiness and Brazilian beef's access to the international market. The work that we at ABIEC have developed together with the Agency, over more than 20 years through the Brazilian Beef project, helps to boost beef exports, bringing all the quality and excellence of our product to the table of consumers in 155 countries. This constant and intense work has been developed not only through international fairs, but also through missions and many other events, with the aim of strengthening relationships and reinforcing that Brazil is an important trading partner.

### **Brazilian Association of Contemporary Art (ABACT)**

ApexBrasil's support to the Brazilian contemporary art sector has contributed to the evolution of the visual arts market. The project started in 2007 with the Fundação Bienal de São Paulo to promote business opportunities abroad. As of 2011, with 22 companies supported, it started to be executed by ABACT and was named Latitude – Platform for Brazilian Art Galleries Abroad. It was developed to promote the internationalization of the Brazilian contemporary art market, which also seeks to build partnerships with national and international entities that institutionally reinforce its actions and maximize its efforts. In these ten years of operation, exports increased from US\$ 18 million (2011) to US\$ 63 million (2021) and 67 participating companies, a great advance, which should follow even more promising paths.

### **Brazilian Specialty Coffee Association (BSCA)**

ApexBrasil is a very important player in the exports of Brazilian coffee, fundamentally in the process of building the image of Brazil as an exporter of specialty coffees. Over almost a decade of partnership between BSCA and ApexBrasil, we were able to consolidate the Brazilian presence in markets such as the United States, Japan, Europe, in addition to building the presence of Brazilian specialty coffees in markets such as the Middle East, Asia, and Oceania. As a result of this partnership, Brazil is increasingly consolidating itself as the coffee nation.



### **Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC)**

Ter a ApexBrasil como parceira é indispensável para o crescimento do agronegócio e para o acesso da carne bovina brasileira ao mercado internacional. O trabalho que nós, da ABIEC, temos desenvolvido junto com a Agência, ao longo de mais de 20 anos por meio do projeto Brazilian Beef, contribui para impulsionar as exportações de carne bovina, levando toda a qualidade e excelência do nosso produto para a mesa de consumidores em 155 países. Esse trabalho constante e intenso vem sendo desenvolvido não só por meio das feiras internacionais, mas também por meio das missões e tantos outros eventos, com o intuito de estreitar relações e reforçar que o Brasil é um importante parceiro comercial.



### **Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT)**

O apoio da ApexBrasil ao setor brasileiro de arte contemporânea vem contribuindo para a evolução do mercado de artes visuais. O projeto foi iniciado em 2007, com a Fundação Bienal de São Paulo, para promover oportunidades de negócios no exterior. A partir de 2011, com 22 empresas apoiadas, passou a ser executado pela Abact e recebeu o nome de Latitude – Platform for Brazilian Art Galleries Abroad. Foi desenvolvido para promover a internacionalização do mercado brasileiro de arte contemporânea, que também procura construir parcerias com entidades nacionais e internacionais que reforcem institucionalmente suas ações e maximizem seus esforços. Nesses dez anos de atuação, as exportações passaram de US\$ 18 milhões (2011), para US\$ 63 milhões (2021) e 67 empresas participantes, um grande avanço, que deve trilhar rumos ainda mais promissores.



### **Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA)**

A ApexBrasil é um ator importantíssimo na exportação de cafés brasileiros, fundamentalmente na trajetória da construção da imagem do Brasil como exportador de cafés especiais. Ao longo de quase uma década de parceria entre a BSCA e a ApexBrasil, pudemos consolidar a presença brasileira em mercados como EUA, Japão, Europa para além de construir a presença dos cafés especiais do Brasil em mercados como Oriente Médio, Ásia, Oceania. Por conta da parceria, o Brasil se consolida cada vez mais como a nação do café.

### **Brazilian Association of Leather, Footwear and Manufactured Goods (ASSINTECAL)**

*We are exporters!*

*And, if footwear components have become exporters, it is because ApexBrasil was a fundamental player in this construction. The Agency was sensible and purposeful in positioning itself as a promoter of raw material exports. It was visionary in understanding that the component and the materials are the innovative agents in the finished product and that few countries have a network of components as complete as the Brazilian one. Today we export finished products to more than 80 countries and we are leaders in design and knowledge transfer to our main partners abroad. There is still a lot to do. Sustainability comes to seal our future and, together with ApexBrasil, we will be a source of sustainable solutions to partners.*

### **Brazilian Association of Fashion Designers (ABEST)**

*The partnership between ABEST and ApexBrasil began in 2004. Since then, the Brazilian segment of independent fashion designers has undergone major transformations. Through this partnership, it was possible to achieve an international visibility of Brazilian brands and provide the growth of the chain as a whole by adding value to the finished products due to the quality specificity in the products developed for export. Not to mention that this helped spread the Brazilian lifestyle around the world, making the Brazil brand appreciated. There were countless lessons learned by the brands for the development of each one in the national market, elevating the sector's exporting maturity. ApexBrasil, in turn, has been increasingly improving in providing support to organizations and companies, becoming essential for the development of activities abroad, leaving no doubt as to the success to be achieved.*

### **Brazilian Franchising Association (ABF)**

*The long-standing partnership between the Brazilian Franchise Association (ABF) and ApexBrasil helps us make dreams come true for entrepreneurs in our sector. This is how important the Agency is for franchising: it makes it possible for our brands to internationalize, through the export of the concept of "brazilianness" in our business model. Today, over 150 companies are supported by Franchising Brasil, and the results are incredible success cases, such as those awarded with the Internationalization Highlight 2021, which awarded five brands that were successful abroad with the project's support. Today, our sector thrives: we achieved a growth of 10.7% in 2021, and these achievements are the result of long-lasting partnerships such as the one with the Agency, which has been going on for over 17 years.*



### **Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefato (ASSINTECAL)**

Somos exportadores!  
E, se os componentes para calçados se converteram em exportadores, é porque a ApexBrasil foi agente fundamental nessa construção. A Agência foi sensível e propositiva ao se posicionar como um incentivador das exportações de matérias-primas. Foi visionária em compreender que o componente e os materiais são os agentes inovadores no produto terminado e que poucos são os países que possuem uma rede de componentes tão completa quanto a brasileira. Hoje estamos em produtos terminados em mais de 80 países e somos referência em design e transferência de conhecimento para nossos principais parceiros no exterior. Há ainda muito por fazer. A sustentabilidade vem chancelar o nosso futuro e, juntos com a ApexBrasil, seremos referência em apresentar empresas com soluções sustentáveis.



### **Associação Brasileira de Estilistas (ABEST)**

A parceria entre a Abest e a ApexBrasil se iniciou em 2004. Desde então, o segmento de moda autoral brasileiro passou por grandes transformações. Por meio dessa parceria, foi possível alcançar a visibilidade internacional das marcas brasileiras e proporcionar o crescimento da cadeia como um todo através da agregação de valor aos produtos finalizados devido à especificidade de qualidade nos produtos desenvolvidos para exportação. Sem deixar de mencionar que foi possível disseminar o *lifestyle* brasileiro pelo mundo, tornando a marca Brasil reconhecida. Foram inúmeras lições aprendidas pelas marcas para o desenvolvimento de cada uma no mercado internacional, proporcionando a elevação da maturidade exportadora do setor. A ApexBrasil, por sua vez, vem se aprimorando cada vez mais na prestação do apoio às entidades e às empresas, tornando-se essencial para o desenvolvimento das atividades no exterior, não deixando dúvida quanto ao sucesso a ser atingido.



### **Associação Brasileira de Franchising (ABF)**

A parceira de longa data entre a Associação Brasileira de Franchising (ABF) e a ApexBrasil nos ajuda a realizar sonhos de empreendedores do nosso setor. É esse o tamanho da importância da Agência para a *franchising*: ela torna possível a internacionalização das nossas marcas, através da exportação do conceito de brasilidade no formato de negócios. Hoje, mais de 150 empresas são apoiadas pelo Franchising Brasil, e os resultados são cases incríveis, como os premiados com o Destaque de Internacionalização 2021, que condecorou cinco marcas que obtiveram sucesso no exterior com a ajuda do projeto. Hoje, nosso setor prospera: obtivemos um crescimento de 10,7% em 2021, e tais conquistas são fruto de parcerias longevas como a com a Agência, que já dura mais de 17 anos.

### **Brazilian Private Equity and Venture Capital Association (ABVCap)**

ABVCap has been supported by technical cooperation agreements with ApexBrasil for 12 years, in an investment program that seeks to attract capital from international investors to the country. Over these years, more than US\$ 20 billion were raised through 73 projects, facilitated by 37 PE or VC fund managers; over 100 events held around the world; and, in the last cycle alone, which ended in 2021, over 80 Brazilian fund managers and corporations received support from the program. Foreign investment, which in 2011 represented only BRL 34.3 billion, reached BRL 162 billion in 2020, accounting for more than 60% of the capital allocated to private equity and venture capital. Today, we have a mature ecosystem, with sophisticated players in all segments of the chain, and we continue to receive increasingly strategic and qualified support to continue directing resources to innovative Brazilian companies, which generate employment, income and tax revenues for Brazil.

### **Brazilian Association of Animal Protein (ABPA)**

Brazilian poultry and swine farming together generate over US\$ 10 billion in exports annually. A large part of this balance is achieved thanks to the actions made possible by the Brazilian Chicken, Brazilian Egg, Brazilian Pork, Brazilian Breeders and Brazilian Duck sector projects, maintained by the association in partnership with ApexBrasil for over 15 years. During this period, exports grew by almost 200%. In addition, the Agency developed an international brand for the country and stimulated the need for sector promotion. The qualified team's expertise and the support from the Agency's international offices opened new paths for Brazilian exports.

### **Brazilian Association of Animal Rendering (ABRA)**

Since the beginning of the partnership between ApexBrasil and ABRA in 2012, through the Brazilian Renderers project, it is possible to verify the consistent process of internationalization of the animal recycling sector. The participation of companies in the sector project more than doubled, from 30 in 2012 to 76 in 2021, an increase of 153%. When we think of the project's export value (US\$ FOB), in 2012, the sector exported just over US\$ 60 million and, in 2021, due to the project's driving actions, we reached an unprecedented US\$ 407 million, a 578% increase in ten years. The sector still has a great export potential to be explored and the continuous support of ApexBrasil is fundamental in the materialization of this objective.



### **Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital [ABVCap]**

Há 12 anos, a ABVCap conta com o apoio de convênios de cooperação técnica com a ApexBrasil, num programa de investimentos que busca atrair capital de investidores internacionais para o país. Ao longo desses anos, foram mais de US\$ 20 bilhões levantados através de 73 projetos, facilitados por 37 gestores de fundos de PE ou VC; mais de 100 eventos realizados ao redor do mundo; e, somente no último ciclo, finalizado em 2021, mais de 80 gestores de fundos e corporações brasileiras receberam apoio do programa. O investimento estrangeiro que, em 2011 representava apenas R\$ 34,3 bilhões, alcançou em 2020 o montante de R\$ 162 bilhões, sendo responsável por mais de 60% do capital alocado em *private equity* e *venture capital*. Hoje, temos um ecossistema maduro, com *players* sofisticados em todos os segmentos da cadeia, e continuamos recebendo um apoio cada mais estratégico e qualificado para continuar direcionando recursos para empresas inovadoras brasileiras, que geram emprego, renda e divisas fiscais para o Brasil.



### **Associação Brasileira de Proteína Animal [ABPA]**

A avicultura e a suinocultura brasileiras geram, juntas, mais de US\$ 10 bilhões em exportações anualmente. Grande parte desse saldo é alcançado graças às ações viabilizadas pelos projetos setoriais Brazilian Chicken, Brazilian Egg, Brazilian Pork, Brazilian Breeders e Brazilian Duck, mantidos pela entidade em parceria com a ApexBrasil há mais de 15 anos. Nesse período, as exportações cresceram quase 200%. Além disso, a Agência desenvolveu uma marca internacional para o país e estimulou a necessidade da promoção setorial. A *expertise* da equipe qualificada e o suporte dos escritórios internacionais da Agência deram novos caminhos para as exportações brasileiras.



### **Associação Brasileira de Reciclagem Animal [ABRA]**

Desde o início da parceria entre a ApexBrasil e a Abra em 2012, por meio do projeto Brazilian Renderers, é possível verificar o consistente processo de internacionalização do setor de reciclagem animal. A participação das empresas no projeto setorial mais do que dobrou, passando de 30, em 2012, para 76, em 2021, um aumento de 153%. Quando abordamos o valor das exportações do projeto (US\$ FOB), em 2012, o setor exportou pouco mais de US\$ 60 milhões e, em 2021, devido às ações impulsionadoras do projeto, atingimos inéditos US\$ 407 milhões, 578% a mais do que dez anos atrás. O setor ainda tem um grande potencial de exportação a ser explorado e o contínuo apoio da ApexBrasil é fundamental na materialização desse objetivo.

### **Brazilian Association of Refrigeration, Air Conditioning, Ventilation and Heating (ABRAVA)**

ApexBrasil's journey shows its importance, its scope of action and product portfolio and services aimed at the Brazilian exporting industrial sector, promoting our companies and enabling them to obtain competitive advantages and better international performance. ABRAVA has maintained a partnership with ApexBrasil to support the ABRAVA Exporta program since 2004, highlighting its importance in the internationalization process of companies in the HVAC-R (refrigeration, air conditioning, ventilation and heating) sector. Trade promotion actions have contributed a lot to the integration of exporting companies in the world market, in addition to increasing our export numbers.

### **Brazilian Association of Zebu Breeders (ABCZ)**

ABCZ started a partnership with ApexBrasil in 2003. That year, the Agency created the Brazilian Cattle project, which offers the tropical world a “technological package” with the best zebu genetics, live animals, products, inputs, services and technologies from Brazilian cattle breeders. ApexBrasil created opportunities that allowed us to export, promoting food security to the planet. It is an avant-garde partner that believes in the potential of our livestock. With the support and trust from the Agency, we managed to reach far beyond the “gates of Brazil”.

### **Brazilian Association of Cotton Growers (ABRAPA)**

In five years, Brazil expanded its market share in the international cotton market from 7% (2016/17) to 23% (2020/21). It has consolidated itself as the second largest world exporter of lint, also standing out as the main global supplier of cotton with ABR socio-environmental certification, which, in benchmarking with BCI, accounted for 42% of the total supply in the 2020/21 harvest. Cotton is the seventh agribusiness product, which generates more revenue for the country with exports. This role owes a lot to ApexBrasil, which, as of 2019, enabled the Cotton Brazil program, developed by ABRAPA in partnership with the National Association of Cotton Exporters (ANEA) to expand the Brazilian presence in the Asian market. With a representative office in Singapore, Cotton Brazil produces market intelligence, promotes international relations and does commercial promotion. The results go beyond numbers: Brazil's image in the global textile market has also been positively impacted.



### **Associação Brasileira de Refrigeração, Ar Condicionado, Ventilação e Aquecimento (ABRAVA)**

A trajetória da ApexBrasil demonstra a importância de sua representatividade, seu escopo de atuação e portfólio de produtos e serviços direcionados ao setor industrial exportador brasileiro, promovendo nossas empresas e capacitando-as para obter vantagens competitivas e melhor performance internacional. A Abrava mantém com a ApexBrasil parceria de apoio ao programa Abrava Exporta desde 2004, ressaltando sua importância no processo de internacionalização das empresas do setor HVAC-R (refrigeração, ar condicionado, ventilação e aquecimento). As ações de promoção comercial têm contribuído muito para a inserção das empresas exportadoras no mercado mundial, além de incrementar nossas exportações.



### **Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (ABCZ)**

A ABCZ iniciou parceria com a ApexBrasil em 2003. Naquele ano, a Agência criou o projeto Brazilian Cattle, que oferta ao mundo tropical um “pacote tecnológico” com a melhor genética zebuína, animais vivos, produtos, insumos, serviços e tecnologias da pecuária brasileira. A ApexBrasil gerou oportunidades que nos permitiram exportar, promovendo segurança alimentar ao planeta. É uma parceira de vanguarda, que acredita no potencial da nossa pecuária. Com apoio e confiança da Agência, conseguimos chegar muito além das “porteiças do Brasil”.



### **Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA)**

Em cinco anos, o Brasil ampliou seu *market share* no mercado internacional do algodão de 7% (2016/17) para 23% (2020/21). Consolidou-se como segundo maior exportador mundial de pluma, destacando-se também como principal fornecedor global de algodão com certificação socioambiental ABR, que, em *benchmarking* com a BCI, respondeu por 42% da oferta total na safra 2020/21. O algodão é o sétimo produto do agronegócio que gera mais receitas ao país com a exportação. Esse protagonismo deve muito à ApexBrasil, que, a partir de 2019, viabilizou o programa Cotton Brazil, desenvolvido pela Abrapa em parceria com a Associação Nacional dos Exportadores de Algodão (Anea) para ampliar a presença brasileira no mercado asiático. Com um escritório de representação em Singapura, o *Cotton Brazil* produz inteligência de mercado, fomenta relações internacionais e faz promoção comercial. Os resultados vão além dos números: a imagem do Brasil no mercado têxtil global também tem sido positivamente qualificada.

### **Brazilian Association of Fruit and Derivative Exporters (ABRAFRUTAS)**

Brazil is the third largest producer of fruits in the world, with a huge diversity of species and a production calendar that lasts all year long! ABRAFRUTAS was founded in 2014 and, until 2021, Brazilian exports increased in revenue and volume exported thanks to the support of ApexBrasil, through the “Frutas do Brasil” sector project. The Agency’s actions in promoting business and business intelligence consolidated the basis for sustainable business development, transforming companies and regions into centers of prosperity, which directly employ more than 5 million Brazilians.

### **Brazilian Association of Manufacturers of Workplace Safety and Protection Equipment (ANIMASEG)**

The relationship between ANIMASEG and ApexBrasil began in 2006 and, in 2011, we signed the first agreement, a partnership that continues to this day.

The occupational safety and health sector, which includes personal protective equipment (PPE) and collective protective equipment (EPCs), interacts with all other sectors of the economy, and is therefore fundamental and strategic. This was evidenced during the recent pandemic.

Although Brazil has a solid PPE industry, the export of these products had never been encouraged, a situation that changed after the partnership with ApexBrasil.

Today, we export around 40 product lines to over 25 destinations. Our companies are more mature and ready to grow in the international market, which was only possible through the partnership with ApexBrasil and the development of our Brazilian Safety project.

### **Brazilian Association of Science Parks and Business Incubators (ANPROTEC)**

For the last 20 years, ApexBrasil has been one of the most relevant players in accessing international markets and in the internationalization of companies. In particular, since 2012, the Agency has once again been a leading force, supporting the development of innovative ventures within the main innovation environments in Brazil, beginning with the first sector project together with ANPROTEC. Currently, solutions to support the internationalization of innovative ventures are available to more than 350 incubators, 57 accelerators, 103 active technology park initiatives and 7 thousand ventures.



### **Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados (ABRAFRUTAS)**

O Brasil é o terceiro maior produtor mundial de frutas, com uma enorme diversidade de espécies e um calendário de produção que dura o ano todo. A Abrafrutas foi fundada em 2014 e, até 2021, as exportações brasileiras aumentaram em faturamento e volume exportado graças ao apoio da ApexBrasil, por meio do projeto setorial Frutas. As ações da Agência na promoção de negócios e inteligência comercial consolidaram a base para um desenvolvimento sustentável dos negócios, transformando empresas e regiões em polos de prosperidade, que empregam mais de 5 milhões de brasileiros diretamente.



### **Associação Nacional da Indústria de Material de Segurança e Proteção ao Trabalho (ANIMASEG)**

O relacionamento entre a Animaseg e a ApexBrasil se iniciou em 2006 e, em 2011, firmamos o primeiro convênio, uma parceria que perdura até hoje. O setor de segurança e saúde no trabalho, que inclui os equipamentos de proteção individual (EPIs), e os equipamentos de proteção coletiva (EPCs), interage com todos os demais setores da economia, sendo, portanto, fundamental e estratégico. Isso foi evidenciado durante a recente pandemia. Embora o Brasil tenha uma sólida indústria de EPIs, a exportação desses produtos nunca havia sido incentivada, situação alterada a partir da parceria com a ApexBrasil. Hoje, estamos exportando cerca de 40 linhas de produtos para mais de 25 destinos. Nossas empresas estão mais maduras e prontas para crescer no mercado internacional, o que se tornou possível somente pela parceria com a ApexBrasil e o desenvolvimento do nosso projeto Brazilian Safety.



### **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC)**

Nos últimos 20 anos, a ApexBrasil tem sido um dos atores de maior relevância no acesso a mercados internacionais e na internacionalização de empresas. Em especial, desde 2012, a Agência foi mais uma vez protagonista, apoiando o desenvolvimento de empreendimentos inovadores, amparados pelos principais ambientes de inovação do Brasil, a partir do primeiro projeto setorial junto à ANPROTEC. Atualmente, as soluções de apoio à internacionalização de empreendimentos inovadores estão disponíveis para mais de 350 incubadoras, 57 aceleradoras, 103 iniciativas de parques tecnológicos ativos e 7 mil empreendimentos.

### **Brazilian Association of Citrus Exporters (CitrusBR)**

The partnership between CitrusBR and ApexBrasil began ten years ago, when the first sector project was carried out under the slogan “I Feel Orange”. The project advertised the benefits of orange juice to opinion makers and consumers in the United Kingdom and even won the ApexBrasil Award. A decade later, in 2022, CitrusBR signed a new sector project, now focused on Germany, France and the United Kingdom. The main objectives are to promote Brazilian orange juice as a healthy and sustainable product, capable of meeting the demands of European consumers concerned with sustainability and health; intensify the results of the CitrusBR campaign on LinkedIn (“Orange Juice. A good choice”) and consolidate CitrusBR as a source of information about the sector.

### **Brazilian Association of Ceramic Tile Manufacturers (ANFACER)**

Over these nearly 20 years of partnership, the ceramic tile sector has achieved excellent results. Brazil is the 7th largest exporter of ceramics in the world, with sales to more than 110 countries and, together with ApexBrasil, we are strongly mobilized in prospecting new markets. Through the Ceramics of Brazil sector project, Anfacer, the sector's interface in actions, emphasizes the importance of trade promotion initiatives, such as prospective missions, business roundtables, participation in international trade fairs and visits by foreign buyers and opinion makers. Our international prominence has the invaluable support of ApexBrasil, whose partnership has been very important for the sector and for the national economy.

### **Association of Manufacturers of Road Equipment (ANFIR)**

ApexBrasil entered the life of the road implements manufacturing sector in 2016, with the signing of the first export incentive agreement. Together we created the MoveBrazil program, which is essential for establishing the international image of the Brazilian product. This initiative brought the necessary conditions for our associates to present themselves to potential international clients. ApexBrasil's support to the program is translated into commercial promotion, consulting, guidance and training with the objective of providing the industry with the means to become an exporter. The results are indisputably positive. In six years, MoveBrazil supported 75 companies associated with ANFIR, carrying out approximately US\$ 108 million in business. For the road implements industry, exporting is no longer an occasional option to become a business.

ORANGE JUICE  
*a good choice*

### **Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos [CitrusBR]**

A parceria entre a CitrusBR e a ApexBrasil teve início há dez anos, quando foi realizado o primeiro projeto setorial sob o slogan “I Feel Orange”. O projeto divulgou os benefícios do suco de laranja para formadores de opinião e consumidores no Reino Unido e chegou a ganhar o Prêmio ApexBrasil. Passada uma década, em 2022, a CitrusBR assinou um novo projeto setorial, agora focado na Alemanha, França e Reino Unido. Os principais objetivos são promover o suco de laranja brasileiro como um produto saudável e sustentável, capaz de atender às demandas do consumidor europeu preocupado com sustentabilidade e saúde; intensificar os resultados da campanha da CitrusBR no LinkedIn (“Orange Juice. A good choice”) e consolidar a CitrusBR como fonte de informação sobre o setor.



### **Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos, Louças Sanitárias e Congêneres [ANFACER]**

Ao longo desses quase 20 anos de parceria, o setor de revestimentos cerâmicos conseguiu excelentes resultados. O Brasil é o 7º maior exportador de cerâmica do mundo, com vendas para mais de 110 países e, junto à ApexBrasil, estamos fortemente mobilizados na prospecção de novos mercados. Através do projeto setorial Ceramics of Brazil, a Anfacer, interface do setor nas ações, enfatiza a importância das iniciativas de promoção comercial, como as missões prospectivas, rodadas de negócios, participação em feiras internacionais e visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião. Nossa projeção internacional conta com inestimável apoio da ApexBrasil, cuja parceria tem sido muito importante para o setor e para a economia nacional.



### **Associação Nacional Fabricantes de Implementos Rodoviários [ANFIR]**

A ApexBrasil entrou na vida do setor fabricante de implementos rodoviários em 2016, com a assinatura do primeiro convênio de incentivo às exportações. Criamos juntos o programa MoveBrazil, fundamental para estabelecermos a imagem internacional do produto brasileiro. Essa iniciativa trouxe as condições necessárias para nossos associados se apresentarem aos potenciais clientes internacionais. O suporte da ApexBrasil ao programa é traduzido em promoção comercial, consultoria, orientação e treinamento, com o objetivo de proporcionar à indústria meios de se tornar exportadora. Os resultados são indiscutivelmente positivos. Em seis anos o MoveBrazil deu suporte a 75 empresas associadas à Anfir, realizando aproximadamente US\$ 108 milhões em negócios. Para a indústria de implementos rodoviários, exportar deixou de ser uma opção eventual para se tornar um negócio.

### **Association for the Promotion of Excellence in Brazilian Software (SOFTEX)**

The Brasil IT+ sector project, developed by ApexBrasil in partnership with SOFTEX, is the largest and most comprehensive plan for the competitive internationalization of software developers and service providers already implemented in the country. Since its inception in 2005, Brasil IT+ has helped to increase the volume of exports tenfold by participating companies. It has been 17 years generating specialized jobs, adding value to the national export agenda and building an image of competence and quality for Brazilian IT.

### **São José dos Campos Technology Park (PqTec)**

The São José dos Campos Technology Park (PqTec) and ApexBrasil have been partners since 2009 to promote exports in the Brazilian aerospace sector. This partnership has been fundamental for advances in the internationalization process of the aeronautical production chain and has generated several cases of Brazilian companies that have strengthened, matured and become more competitive in the international market. As Agency partners, the support we received was fundamental for us to generate all the successful cases. And that came through market intelligence, project management, international strategy and a variety of actions that has always assisted the companies.

### **Brazilian Confederation of Agriculture and Livestock (CNA)**

The partnership between the Brazilian Book Chamber and ApexBrasil is fundamental for the consolidation and maintenance of exports in the Brazilian publishing market. Over these 15 years, Brazilian Publishers has gained structure, knowledge and maturity, reflected today in the great diversity of actions carried out, in the products launched and in the fundamental strategic partnerships for Brazilian publishers with the ambition to conquer other markets. The project has international recognition and is an example when it comes to Brazilian literature. ApexBrasil's support has yielded so many results that it is difficult to put it into a few words, but Brazilian Publishers is constantly moving and updating, listening and respecting companies' and market demands, always looking for solutions to propose new and innovative paths.



### **Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro [Softex]**

O projeto setorial Brasil IT+, desenvolvido pela ApexBrasil em parceria com a Softex, é o maior e mais abrangente plano de internacionalização competitiva de empresas desenvolvedoras de software e prestadoras de serviços já implementado no país. Desde o seu início, em 2005, o Brasil IT+ colaborou para que o volume de exportações das empresas participantes fosse ampliado em dez vezes. São 17 anos gerando empregos especializados, agregando valor à pauta de exportação nacional e construindo uma imagem de competência e de qualidade para a TI brasileira.



### **Associação Parque Tecnológico São José dos Campos [PqTec]**

O Parque Tecnológico de São José dos Campos (PqTec) e a ApexBrasil são parceiros desde 2009 para a promoção das exportações do setor aeroespacial brasileiro. Essa parceria tem sido fundamental para os avanços no processo de internacionalização da cadeia produtiva aeronáutica e gerou diversos casos de empresas brasileiras que se fortaleceram, amadureceram e se tornaram mais competitivas no mercado internacional. Como parceiros da Agência, o apoio que recebemos foi fundamental para gerarmos todos os casos de sucesso. E isso veio através de inteligência de mercado, gestão de projetos, estratégia internacional e de um portfólio de ações que sempre atendeu as empresas.



### **Câmara Brasileira do Livro (CBL)**

A parceria entre a Câmara Brasileira do Livro e a ApexBrasil é fundamental para a consolidação e manutenção das exportações do mercado editorial brasileiro. Ao longo desses 15 anos, o Brazilian Publishers foi ganhando estrutura, conhecimento e maturidade, refletidos, hoje, na grande diversidade de ações realizadas, nos produtos lançados e nas parcerias estratégicas fundamentais para as editoras brasileiras com ambição de conquistar outros mercados. O projeto tem reconhecimento internacional e é referência quando o assunto é literatura brasileira. O suporte da ApexBrasil rendeu tantos frutos que é difícil colocar em poucas palavras, mas o Brazilian Publishers está em constante movimento e atualização, ouvindo e respeitando as demandas das empresas e do mercado, sempre em busca de soluções para propor novos e inovadores caminhos.

### **Brazilian Center of Ornamental Stone Exporters (Centrorochas)**

Brazil is one of the world's giants when it comes to ornamental stones, but it was necessary to leverage all its strength for the country to be able to occupy the 5th place as the largest producer and exporter on the planet, and also the position of largest supplier to the United States, the world's leading consumer. ApexBrasil's role was essential in this trajectory. In 2021, the year of the signing of the It's Natural – Brazilian Natural Stone project, the sector reached a historic record of US\$ 1.3 billion in exports. ApexBrasil's improved market intelligence and entire team's support, added to the companies' experiences and the development of strategic studies, have taken our sector to another level.

### **Center for the Brazilian Tanning Industry (CICB)**

Growth, value and sustainability are some of the words that define ApexBrasil's work with the Brazilian leather industry. Carrying out the Brazilian Leather project in partnership with the CICB since 2000, the Agency has an extremely important historical and current role for the sector. Its focus on knowledge actions, commercial promotion, image and market intelligence decisively supports the upward journey and the perspectives of the tannery industry in Brazil. Its design and value-adding pillars are fundamental in the international market. Our country is today the third largest leather exporter in the world, having this status with the participation and signature of ApexBrasil.

### **Brazilian Confederation of Agriculture and Livestock (CNA)**

The work of excellence developed by ApexBrasil in the areas of business intelligence, training and promotion contributes to the expansion and maintenance of exports of Brazilian agricultural products. We are an agricultural exporting power, however with a still low number of member companies. The challenge of diversifying the agenda and destinations belongs to the entire agricultural sector. The strategic partnership between CNA and ApexBrasil to carry out the Agro.BR project is an example of how the Agency's performance is successful in enhancing the efforts of organizations that look for it, in addition to expanding the national export base, showing a country with talent and capacity of being, increasingly, a granary of business for the international markets.



### **Centro Brasileiro dos Exportadores de Rochas Ornamentais (Centrorochas)**

O Brasil é um dos gigantes mundiais quando o assunto é rocha ornamental, mas foi preciso potencializar toda sua riqueza para o país poder ocupar o quinto lugar como maior produtor e exportador do planeta e, ainda, o posto de maior fornecedor para os Estados Unidos, principal consumidor mundial. O papel da ApexBrasil foi essencial nessa trajetória. Em 2021, ano da assinatura do projeto It's Natural – Brazilian Natural Stone, o setor atingiu recorde histórico de US\$ 1,3 bi em exportações. A aprimorada inteligência de mercado da ApexBrasil e o apoio de toda a equipe, somados às experiências das empresas e ao desenvolvimento de estudos estratégicos, elevaram o nosso setor a outro patamar.



### **Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB)**

Crescimento, valor e sustentabilidade são algumas das palavras que definem o trabalho da ApexBrasil junto à indústria brasileira de couros. Realizando o projeto Brazilian Leather em parceria com o CICB desde o ano 2000, a Agência tem um papel histórico e atual de extrema importância para o setor. Seu foco em ações de conhecimento, promoção comercial, imagem e inteligência de mercado apoiam de forma determinante a jornada de ascensão e as perspectivas da indústria curtidora do Brasil. Seus pilares de design e agregação de valor são fundamentais no mercado internacional. Nosso país é hoje o terceiro maior exportador mundial de couros, tendo esse status com a participação e a assinatura da ApexBrasil.



### **Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA)**

O trabalho de excelência desenvolvido pela ApexBrasil nas áreas de inteligência comercial, capacitação e promoção contribui para a ampliação e a manutenção das exportações dos produtos agropecuários brasileiros. Somos uma potência agroexportadora, mas com uma representação ainda baixa em termos de quantidade de empresas rurais. O desafio de diversificação de pauta e de destinos é de todo o setor agropecuário. A parceria estratégica entre CNA e ApexBrasil para a realização do projeto Agro.BR é exemplo de como a atuação da Agência é exitosa na potencialização dos esforços das organizações que a buscam, além de ampliar a base exportadora nacional, mostrar um país com talento e capacidade de ser, cada vez mais, um celeiro de negócios para os mercados internacionais.



### **Brazilian National Confederation of Industry (CNI)**

ApexBrasil was created to support the international integration of Brazilian companies. Throughout its trajectory, we can see that the Agency has also become a fundamental partner of the Brazilian private sector. The organization is internationally renowned for the development of projects that are fundamental to the image of Brazil in the world, such as the world founding – the Expos – or the World Cup projects.

CNI, alert to the importance of international competitiveness, founded, in partnership with ApexBrasil, the Brazilian Network of International Business Centers (Rede CIN), for the development of several projects focused on foreign trade. Together, we have assisted more than 23 thousand Brazilian companies in the 26 states and the Federal District, since 2018.

Our expectation is that ApexBrasil will continue to be present in the promotion of business and investments for the Brazilian industry in the coming years, consolidating itself, more and more, as the partner Agency of Brazil, of the industry and of all Brazilians.

### **Brazilian Council for Commercial Import and Export (CECIEX)**

On June 12, 2014, exactly two years after the foundation of CECIEX, we signed an agreement with ApexBrasil, starting a new era of commercial promotion of the Brazilian exporting sector, which started adopting the name of Brazilian Suppliers, with the mission of promoting an increase in exports of micro, small and medium-sized companies through Export Trading Companies (ECEs). The results of this partnership mark the Brazilian exporting sector. We expect continued success in training, improvement and promotion of Brazilian foreign trade, notably in the introduction of new players to the international trade scenario.

### **Brazilian Cachaça Institute (IBRAC)**

APEX-Brasil, throughout its history, has always played an important role in the process of inserting cachaça and its producers in the international market.

During the last 10 years this role has been even more relevant through the partnership signed with the Brazilian Cachaça Institute and the actions of the sector project Cachaça: Taste the new, taste Brasil.

We are grateful for the Agency's support to the cachaça sector and for its always disruptive vision in the process of opening markets and new tools for promoting and supporting companies, especially micro and small ones.



### **Confederação Nacional da Indústria [CNI]**

A ApexBrasil foi criada para apoiar a inserção internacional das empresas brasileiras. Ao longo de sua trajetória, podemos notar que a Agência também se transformou em uma parceira fundamental do setor privado brasileiro. A instituição é reconhecida internacionalmente pelo desenvolvimento de projetos fundamentais para a imagem do Brasil no mundo, como as Exposições Universais – as chamadas Expos – ou os projetos Copa do Mundo. A CNI, atenta à competitividade internacional da indústria brasileira, fundou, em parceria com a ApexBrasil, a Rede Brasileira de Centros Internacionais de Negócios (Rede CIN), para o desenvolvimento de diversos projetos com foco no comércio exterior. Juntos atendemos mais de 23 mil empresas brasileiras nas 27 unidades da Federação, desde 2018. Nossa expectativa é de que a ApexBrasil continue presente na promoção de negócios e de investimentos para a indústria brasileira nos próximos anos, consolidando-se, cada vez mais, como a Agência parceira do Brasil, da indústria e de todos os brasileiros.



### **Conselho Brasileiro das Empresas Comerciais Importadoras e Exportadoras [CECIEX]**

Em 12 de junho de 2014, exatos dois anos após a fundação do CECIEX, firmamos uma parceria com a ApexBrasil, dando início à nova era de promoção comercial do setor comercial exportador brasileiro, que passou a adotar o nome de Brazilian Suppliers, com a missão de promover o aumento das exportações de micro, pequenas e médias empresas por meio de Empresas Comerciais Exportadoras (ECEs). Os frutos da parceria marcam o setor comercial exportador brasileiro. Esperamos a continuidade do sucesso em ações de capacitação, aprimoramento e promoção do comércio exterior brasileiro, notadamente na introdução de novos *players* no cenário comercial internacional.



### **Instituto Brasileiro da Cachaça [Ibrac]**

A APEX-Brasil, ao longo da sua trajetória, sempre desempenhou um importante papel para o processo de inserção da cachaça e dos seus produtores no mercado internacional. Durante os últimos 10 anos, esse papel tem sido ainda mais relevante por meio da parceria firmada com o Instituto Brasileiro da Cachaça e das ações do projeto setorial Cachaça: Taste the new, taste Brasil. Agradecemos por todo o apoio da Agência ao setor da cachaça e pela sua visão sempre disruptiva no processo de abertura de mercados e de novas ferramentas de promoção e apoio às empresas, em especial as micro e pequenas.

### **Brazilian Institute of Gems and Precious Metals (IBGM)**

We can say that the APEX-IBGM project to support exports of jewelry, gems and costume jewelry, whose first version is 25 years old, was a watershed in the sector. Since our first project, the sector's internationalization has expanded, the volume of exports and the generation of international revenue has grown substantially. The professionalization of our business community has reached a new level. The APEX-IBGM project helped to promote the design, culture and quality of Brazilian jewelry internationally.

### **Brazilian Institute of Pulses and Special Crops (IBRAFE)**

ApexBrasil has supported the Pulses and Special Harvests sector since before the beginning of the Agreement with IBRAFE, boosting companies in the sector, supporting their participation in international events and holding events to promote Brazilian pulses around the world. One example was the holding of a carioca bean tasting in New Delhi, India, which was attended by numerous players in the region's pulse market. ApexBrasil's business intelligence will contribute to increasing the volume of exports and reaching new markets. The Brazillian Pulses and Special Crops project will take the entire pulse chain to a deeper and more relevant role in the international market. Certainly, the evolution of its service portfolio is evident in ApexBrasil's trajectory, which leads to the evolution of Brazil's image as an exporter and to the growth of Brazilian exports.

### **National Plastics Institute (INP)**

ApexBrasil is, together with the INP, the cornerstone of exports in the Brazilian processed plastics sector. Since 2003, the achievements of Think Plastic Brazil have been part of strategic agendas, formulated and adjusted each biennium with the support and participation of the Agency, in the alignment of actions, analyzes and evolution of stakeholders, between partners, sponsors and companies in the sector, involved with the internationalization process and resources. ApexBrasil is fundamental to the project, allowing us to participate in international trade fairs and events in all continents, such as the World Plastic Connection Summit, whose second edition will take place in 2022.



### **Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM)**

Podemos afirmar que o projeto APEX-IBGM, de apoio às exportações de joias, gemas e bijuterias, cuja primeira versão tem 25 anos, foi um divisor de águas no setor. A partir do nosso primeiro projeto, a internacionalização do setor se ampliou, o volume de exportações e de geração de divisas internacionais cresceu substancialmente e a profissionalização do nosso empresariado atingiu um novo patamar. O projeto APEX-IBGM ajudou a promover internacionalmente o design, a cultura e a qualidade da joia brasileira.



### **Instituto Brasileiro do Feijão e Pulses (Ibrafe)**

A ApexBrasil apoia o setor de Pulses e Colheitas Especiais desde antes do início do Convênio com o Ibrafe, impulsionando as empresas do setor, apoiando sua participação em eventos internacionais e a realização de eventos de promoção das pulses do Brasil pelo mundo. Um exemplo foi a realização de uma degustação de feijão-carioca em Nova Délhi, na Índia, que contou com a presença de numerosos *players* do mercado de pulses da região. A inteligência comercial da ApexBrasil contribuirá para o aumento do volume de exportações e o alcance de novos mercados. O projeto *Brazillian Pulses and Special Crops* vai levar toda a cadeia de pulses a uma atuação mais profunda e relevante no mercado internacional. Certamente, transparece na trajetória da ApexBrasil a evolução do seu portfólio de serviços, que leva à evolução da imagem do Brasil como exportador e ao crescimento das exportações brasileiras.



### **Instituto Nacional do Plástico (INP)**

A ApexBrasil é, junto ao INP, a pedra angular das exportações do setor de plásticos transformados brasileiros. Desde 2003, as conquistas do Think Plastic Brazil fizeram parte de agendas estratégicas, formuladas e ajustadas a cada biênio, com o apoio e a participação da Agência no alinhamento das atuações, análises e evoluções dos stakeholders, entre parceiros, patrocinadores e empresas do setor, envolvidos com o processo de internacionalização e recursos. A ApexBrasil é fundamental para o projeto, permitindo nossa participação em feiras e eventos internacionais em todos os continentes, como no World Plastic Connection Summit, cuja segunda edição acontecerá em 2022.

## Brazil Pet Institute

The partnership between ApexBrasil and Brazil Pet Institute is over a decade old.

Over these years, products for pets created in Brazil have reached new frontiers, thanks to the partnership with the Agency. In 2021, there were U\$S 412.5 million in exported products; for 2022, the forecast of pet sector exports is in the amount of U\$S 500 million, results that are possible thanks to this relationship. The sector's growth, which internally should reach total revenues of R\$ 58.9 billion this year (up 14% over the R\$ 51.7 billion in 2021), has only been possible with the help of actions with ApexBrasil and the Pet Brasil sector project. The project takes our companies to international fairs and business roundtables with strategic buyers in all continents. Trade fairs, events in large pet centers – such as the United States, China and Germany – are now part of the calendar of Brazilian companies. The result of this effort translates into recognition and business.

## Organization of Brazilian Cooperatives (OCB)

The OCB System is very proud to be a partner of a solid and representative institution like ApexBrasil. Our cooperation agreement has been guaranteeing new perspectives for agro cooperatives that seek to enter or expand their participation in the international market. Reduction of promotion costs and greater visibility are some of the results already achieved by our agro cooperatives which, supported by ApexBrasil, were responsible for 6.2% of Brazilian exports. And, to ensure greater participation in foreign trade, we also have an agreement signed for PEIEX-Coop, an adaptation of the Qualification Program for Exports, developed exclusively for cooperativism. Participation in international trade is a great opportunity to expand business possibilities, in addition to boosting income generation and improving the management processes of our cooperatives, demonstrating the relevance of the agreements signed for our movement.

## Union of Furniture Industries of Bento Gonçalves (SINDMÓVEIS)

ApexBrasil is a source of pride for Brazilians. A serious Agency that seeks day by day to improve its processes, listen to different sectors and meet demands based on what they see as strategic and necessary. The Agency's importance transcends its ultimate objective, since with our project, Orchestra Brasil, it was possible to organize and structure competitiveness strategies for Brazilian suppliers of the furniture industry, which bring together so many sectors and are united by the customer they serve. With the project supported by ApexBrasil, we managed to structure this sector, which includes machines, paints, glues, tools, components, software, accessories, in short, everything that goes into the manufacture of furniture. We need to continue counting on the Agency's support in our sector's journey towards the internationalization of products and services.



## Instituto Pet Brasil

A parceria entre a ApexBrasil e o Instituto Pet Brasil completa mais de uma década. Ao longo desses anos, os produtos para animais de estimação criados no Brasil chegaram a novas fronteiras, graças à parceria com a Agência. Em 2021, foram U\$S 412,5 milhões em produtos exportados; para 2022, a previsão é de que o setor alcance a marca dos U\$S 500 milhões, números possíveis graças a essa união. O crescimento do setor, que internamente deve chegar a um faturamento total de R\$ 58,9 bilhões neste ano (alta de 14% sobre os R\$ 51,7 bilhões de 2021), só tem sido possível com o auxílio das ações junto à ApexBrasil e ao projeto setorial Pet Brasil. A ação leva nossas companhias a feiras internacionais e rodadas de negócios com compradores estratégicos em todos os continentes. Em relação às feiras de negócios, eventos em grandes polos pet – como Estados Unidos, China e Alemanha – fazem hoje parte do calendário das companhias brasileiras. O resultado desse esforço se traduz em reconhecimento e em negócios.



## Organização das Cooperativas do Brasil [OCB]

O Sistema OCB tem muito orgulho de ser parceiro de uma instituição sólida e representativa como a ApexBrasil. Nosso acordo de cooperação vem garantindo novas perspectivas para as cooperativas agro que buscam inserir ou ampliar sua participação no mercado internacional. Redução dos custos de promoção e maior visibilidade são alguns dos resultados já alcançados pelas nossas cooperativas agro que, apoiadas pela ApexBrasil, foram responsáveis por 6,2% das exportações brasileiras. E, para garantir maior participação delas no comércio exterior, temos ainda o convênio firmado para o PEIEX-Coop, uma adaptação do Programa de Qualificação para Exportações, desenvolvido exclusivamente para o cooperativismo. A participação no comércio internacional é uma grande oportunidade de ampliar as possibilidades de negócios, além de impulsionar a geração de renda e a melhoria dos processos de gestão das nossas cooperativas, demonstrando a relevância dos acordos firmados para o nosso movimento.



## Sindicato das Indústrias do Mobiliário de Bento Gonçalves [Sindmóveis]

A ApexBrasil é razão de orgulho para os brasileiros. Uma Agência séria, que busca dia a dia melhorar seus processos, escutar diferentes setores e atender às demandas a partir do que eles apontam como estratégico e necessário. A importância da Agência transcende seu objetivo-fim, uma vez que com nosso projeto, o Orchestra Brasil, foi possível organizar e estruturar estratégias de competitividade para os fornecedores brasileiros da indústria moveleira, que congregam tantos setores e são unidos pelo cliente que atendem. Com o projeto apoiado pela ApexBrasil, conseguimos estruturar este setor, que soma máquinas, tintas, colas, ferramentas, componentes, software, acessórios, enfim, tudo aquilo que vai na fabricação do mobiliário. Precisamos continuar contando com o apoio da Agência na caminhada do nosso setor rumo à internacionalização dos produtos e serviços.

### **Brazilian Association of Auto Parts Manufacturers (SINDIPEÇAS)**

ApexBrasil and SINDIPEÇAS, an organization that represents the Brazilian auto parts industry, created the Brasil Auto Parts – Trusted Partners (BAP) project, now in its 14th edition. The BAP was designed to promote internationalization efforts and has supported many companies since its inception. The actions are based on three fundamental pillars: commercial promotion, business intelligence and training. This partnership, which spans more than 20 years, has enabled member companies to show their products to potential foreign buyers, in addition to opening, expanding and consolidating their participation in foreign trade. It's good for business, for the sector's image and for the country.

### **Brazilian Union of Viticulture (UVIBRA)**

ApexBrasil played a fundamental role in the evolution of Brazilian wine in the foreign market. It's been almost 20 years of support through the Wines of Brazil sector project and, since then, the results in exports of Brazilian wines have had numbers that have registered one of the best moments in the sector. The actions included in our marketing plan, especially international fairs that generate a lot of results, only become feasible for wineries thanks to the support of the sector project. In 2021, our wineries reached one of the best moments in history, registering an increase in exports of Brazilian wines and sparkling wines of 58% in volume, according to the Ideal Business Consulting audit, and the perception of Brazilian wine in the foreign market has been firming up each year. more and more with the years of work in promotion. None of this would be possible without the support of ApexBrasil.

### **Brazilian Sugarcane Industry and Bioenergy Association (UNICA)**

The historic partnership between ApexBrasil and UNICA, beyond accessing markets and opportunities abroad for products derived from sugarcane, particularly ethanol and sugar, has contributed to the image of Brazil as a sustainability powerhouse in the world. In these almost 15 years, Brazilian ethanol in particular has stood out as a product that not only strengthens the national economy, generates employment and income, improves the health of the population in large cities, but whose production and use contribute to the global agenda: decarbonization. This journey in search of opportunities and of building a positive image for the country has several successful examples. We are proud to be part of this transformation by partnering with a respectful and efficient organization such as ApexBrasil.



### **Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças)**

A ApexBrasil e o Sindipeças, entidade que representa a indústria brasileira de autopeças, criaram o projeto Brasil Auto Parts – Trusted Partners (BAP), já em sua 14ª edição. O BAP foi elaborado para promover esforços de internacionalização e tem apoiado muitas empresas desde sua criação. As ações são baseadas em três pilares fundamentais: promoção comercial, inteligência comercial e capacitação. Essa parceria, de mais de 20 anos, tem possibilitado às empresas integrantes mostrar seus produtos a potenciais compradores estrangeiros, além de abrir, ampliar e consolidar a participação no mercado externo. Bom para os negócios, para a imagem do setor e para o país.



### **União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra)**

A ApexBrasil teve papel fundamental para a evolução do vinho brasileiro no mercado externo. São quase 20 anos de apoio através do projeto setorial Wines of Brazil e, desde então, os resultados nas exportações de vinhos brasileiros tiveram números que registraram um dos melhores momentos do setor. As ações contempladas em nosso plano de marketing, principalmente as feiras internacionais que geram muito resultado, só passam a ser exequíveis para as vinícolas graças ao apoio do projeto setorial. Em 2021, nossas vinícolas atingiram um dos melhores momentos da história, registrando alta de exportações de vinhos e espumantes brasileiro de 58% em volume, segundo a auditoria Ideal Business Consulting, e a percepção da imagem do vinho brasileiro no mercado externo vem se firmando cada vez mais com os anos de trabalho na promoção. Nada disso seria possível sem o apoio da ApexBrasil.



### **União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica)**

A parceria histórica entre a ApexBrasil e a Unica, mais do que acesso a mercados e oportunidades no exterior para os produtos derivados de cana-de-açúcar, particularmente o etanol e o açúcar, tem contribuído para a imagem do Brasil como potência de sustentabilidade no mundo. Nesses quase 15 anos, em especial, o etanol brasileiro se destacou como produto que não só fortalece a economia nacional, gera emprego e renda, melhora a saúde da população nas grandes cidades, mas cuja produção e uso contribuem para uma agenda global: a descarbonização. São vários os exemplos de sucesso dessa jornada em busca de oportunidades e de construção de uma imagem positiva para o país e nos orgulhamos de fazer parte dessa transformação em parceria com uma instituição séria e eficiente como a ApexBrasil.

## Viva Lácteos (Brazilian Dairy Association)

For the dairy sector, ApexBrasil's support was of great importance when it comes to, for example, the success of cheese exports to Russia. In 2014, the same year Viva Lácteos was founded, Russia revised the International Health Certificate (CSI) for Brazilian dairy products and lifted an embargo against Europe, the United States and Australia. In this way, Brazil seized the opportunity, opened 28 plants and held the first trade fair (World Food Moscow) in 2015. Since then, ApexBrasil has supported the sector in the main actions in that market, resulting in a vigorous increase in shipments. In comparison of January 2016 with the same month of 2022, there is an increase of 647% in revenue, reaching US\$ 1.285 million. In these 25 years of ApexBrasil, the Agency has made progress in support programs for Brazilian business through sector projects, PEIEX, market intelligence and ApexBrasil offices abroad.

## Viva Lácteos

Para o setor de laticínios, o apoio da ApexBrasil foi de grande importância quando se fala, por exemplo, no sucesso das exportações de queijos à Rússia. Em 2014, mesmo ano de fundação da Viva Lácteos, a Rússia revisou o Certificado Sanitário Internacional (CSI) para os lácteos brasileiros e levantou embargo contra a Europa, Estados Unidos e Austrália. Dessa forma, o Brasil segurou a oportunidade, habilitou 28 plantas e fez a primeira feira (World Food Moscow) em 2015. Desde então, a ApexBrasil tem apoiado o setor nas principais ações naquele mercado, resultando em um vigoroso aumento nos embarques. Na comparação de janeiro de 2016 com igual mês de 2022, observa-se um incremento de 647% no faturamento, chegando a US\$ 1,285 milhão. Nestes 25 anos de ApexBrasil, observa-se o avanço da Agência em programas de apoio ao empresário brasileiro por meio dos projetos setoriais, PEIEX, de inteligência de mercado e dos escritórios ApexBrasil no exterior.





# Linha do tempo

O desenvolvimento das ações de promoção comercial, atração de investimentos e internacionalização de empresas brasileiras por meio da trajetória histórica da ApexBrasil

## *Timeline*

*The development of trade promotion, investment attraction and internationalization initiatives for Brazilian companies through the history of ApexBrasil*

1997

Em 21 de novembro, por meio do Decreto Presidencial n. 22.398, é criada a Agência de Promoção de Exportações (APEX) na estrutura do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

1998

Em abril, início das operações da APEX, nas dependências do SEBRAE, instalado na Quadra 515 Norte, em Brasília (DF).

Em julho, formação da primeira equipe da APEX, composta por dois técnicos e um assistente.

Criação da metodologia de atuação que prevê parcerias com entidades setoriais ou consórcios de exportação como meio para apoiar as empresas brasileiras que buscam ingressar no comércio internacional.

Em março, a APEX organiza, pela primeira vez, a participação de empresas brasileiras em uma feira multissetorial, a Expocomer, do Panamá, que reúne, anualmente, grande variedade de produtos dos setores industriais, comerciais e de serviços da América, Ásia, Europa e Caribe, com destaque para os segmentos de alimentos, têxteis, construção, tecnologia e serviços.

1999

A ApexBrasil participa da criação do modelo de consórcios de exportação, proposto pelo governo federal e apontado como alternativa para reverter o déficit da balança comercial brasileira. A iniciativa reúne pequenos e médios empresários, normalmente de um mesmo setor, aumentando o poder de negociação para vencer os concorrentes no mercado internacional. As empresas dividem os custos da divulgação de seus produtos e as despesas com o transporte das mercadorias com total apoio da Agência.

2000

Em 27 de abril, a APEX deixa de integrar a organização administrativa do SEBRAE e passa a ser uma subsidiária integral do órgão, com personalidade jurídica própria, denominada Agência de Promoção de Exportações S/A.

Mudança das instalações físicas da Agência: da sede do SEBRAE para o 10º andar do edifício da Confederação Nacional do Comércio (CNC), localizado no Setor Bancário Norte, em Brasília (DF).

2001

Em 15 de março, o Conselho Deliberativo Nacional (CDN) do SEBRAE, resolve liquidar e extinguir a APEX S/A, restituindo a Agência à estrutura do órgão com subordinação direta ao CDN do SEBRAE.

2002

A APEX lança o livro *A primeira exportação a gente nunca esquece*, obra que descreve a experiência de empresários que expandiram o espaço do Brasil no mercado internacional com apoio da Agência.

2003

Em 22 de janeiro, a Medida Provisória n. 106 autoriza o Poder Executivo Federal a instituir o Serviço Social Autônomo Agência de Promoção de Exportações do Brasil – ApexBrasil.

Em 5 de fevereiro, o Decreto Presidencial n. 4.584 institui a Agência de Promoção de Exportações do Brasil (ApexBrasil). Com isso, a Agência conquista autonomia administrativa e financeira e recebe do governo a responsabilidade de expandir as atividades de promoção comercial e de imagem dos produtos e serviços brasileiros no exterior.

A Medida Provisória n. 106 é convertida na Lei n. 10.668, de 14 de maio de 2003.

Por delegação do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), e em parceria com a Câmara de Comércio Árabe-Brasileira, a ApexBrasil organiza a primeira missão empresarial para o exterior, tendo como destino a cidade de Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, e o foco em negociações com o mercado árabe.

A ApexBrasil começa a produzir estudos e análises de inteligência comercial, que balizam o planejamento das ações de promoção comercial apoiadas pela Agência e a identificação de oportunidades de mercado para produtos brasileiros.

2004

A ApexBrasil fortalece sua atuação na atração de investimentos estrangeiros diretos para o Brasil.

Em parceria com a Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), a ApexBrasil desenvolve o Radar Comercial, instrumento de consulta e análise de dados relativos ao comércio exterior, disponibilizado para os empresários brasileiros.

A ApexBrasil organiza, em parceria com o MDIC, o evento Moda Brasil-Rússia, primeira grande ação destinada a abrir o mercado russo para joias, vestuário, calçados e cosméticos brasileiros.

Início das ações de promoção de produtos brasileiros em grandes redes de varejo. A primeira delas foi realizada na Selfridges, cadeia de lojas de departamentos no Reino Unido, fundada em 1909, na Oxford Street, em Londres.

Em parceria com a Shanghai Sugar Cigarette & Wine, uma das maiores cadeias varejistas da China, a ApexBrasil leva vinhos, temperos, balas, biscoitos e chocolates brasileiros para o mercado chinês. Durante dois meses, mais de mil lojas da rede participam do projeto O Melhor do Brasil.

Em parceria com o Grupo Pão de Açúcar, a ApexBrasil realiza, na França, o Festival Brésil, período no qual a rede francesa Casino ofertou produtos brasileiros em 700 lojas da rede, entre hipermercados, supermercados e lojas de conveniência.

2005

Instalado em Miami, nos Estados Unidos, o primeiro centro de distribuição de produtos brasileiros, que oferece instalações para empresas brasileiras estocarem seus produtos e internalizá-los na medida em que as vendas fossem sendo realizadas. O CD Miami, posteriormente, foi transformado no escritório da Agência nessa cidade.

A ApexBrasil cria uma unidade administrativa voltada para a atração de investimentos estrangeiros diretos.

Em parceria com as redes francesas Printemps, Galerias Lafayette, Casino e Carrefour, a ApexBrasil organiza ações promocionais durante o “Ano do Brasil na França”, com exposição e oferta de produtos brasileiros de vários setores comerciais e produtivos.

Lançamento da segunda logomarca da Agência, com o nome ApexBrasil – Agência de Promoção de Exportações e Investimentos.

Início, no mês de novembro, da primeira campanha institucional da ApexBrasil, veiculada em diferentes mídias, com o slogan “Eu Exporto! E Você?”. A divulgação teve por objetivo mostrar que todas as empresas brasileiras estavam aptas a exportar, independente do seu tamanho.

2006

A realização da Copa do Mundo da FIFA, na Alemanha, base para a campanha We do It Different, idealizada pela ApexBrasil para promoção comercial e de imagem dos produtos brasileiros. No período dos jogos, com apoio da Agência, foram realizados cerca de 30 eventos setoriais.

Publicado o livro *Passaporte para a mundo*, com o objetivo de divulgar histórias, estratégias e novos instrumentos para inserção de pequenas e médias empresas brasileiras no comércio internacional.

Realizado o primeiro processo seletivo da Agência, com 97 vagas e formação de cadastro de reserva.

Realização da primeira edição do Prêmio ApexBrasil para homenagear entidades setoriais que mais se destacaram em sete importantes categorias para a atividade exportadora.

2007

Elaboração do Planejamento Estratégico da Agência para o período 2007-2010, prevendo um novo modelo de negócios com o objetivo de garantir apoio em todas as fases de internacionalização das empresas brasileiras.

Lançamento da nova logomarca da ApexBrasil, incorporando a palavra “Brasileira” ao seu nome: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos.

2008

Os Centros de Distribuição da ApexBrasil são transformados em Centros de Negócios. Com novas atribuições, os CNs (depois chamados Escritórios da ApexBrasil no exterior) passam a atuar com estratégias de negócios, apoio à internacionalização de empresas brasileiras e atração de investimentos estrangeiros diretos.

O MDIC transfere para a Agência a responsabilidade de execução do Projeto Extensão Industrial Exportadora (PEIEX). Na ocasião, eram 25 núcleos de atendimento, distribuídos por oito estados brasileiros, mais o Distrito Federal, envolvendo a atuação de cerca de 200 técnicos credenciados.

A ApexBrasil inicia a organização do setor de *tradings* e empresas comerciais exportadoras no âmbito do projeto Tradings do Brasil, com vistas a torná-las parceiras em ações de promoção comercial. Por conta da iniciativa, foi realizado o I Encontro Brasil-Angola de Tradings, com 300 empresas representadas.

Criação do projeto Fórmula Indy, tendo por base um esporte que mobiliza diferentes segmentos da opinião pública nos Estados Unidos. Além do contato com as grandes corporações que participam do evento, o projeto passou a proporcionar visibilidade às empresas brasileiras integrantes da iniciativa, com



uma alta exposição de marcas, produtos e serviços, fortalecendo a imagem do Brasil no mercado norte-americano.

Criação da Casa Brasil, em Pequim, para funcionar durante os Jogos Olímpicos realizados na capital chinesa. A Casa Brasil tem como objetivo divulgar o país como destino turístico, bem como a qualidade dos produtos nacionais e as áreas de comércio e serviços. Construída pelo Ministério do Esporte, contou com a parceria dos Ministérios do Turismo, da Cultura, das Relações Exteriores e da ApexBrasil. Além de encontros de negócios entre empresas brasileiras e chinesas, promovidos pela Agência, foi um espaço aberto à visitação pública.

A ApexBrasil assume a presidência da World Association of Investment Promotion Agencies (Waipa).

A ApexBrasil assume a estrutura e gestão do Fórum de CEOs Brasil-EUA e do Comitê Econômico e de Comércio Conjunto Brasil-Reino Unido (Jetco).

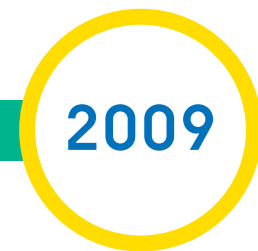
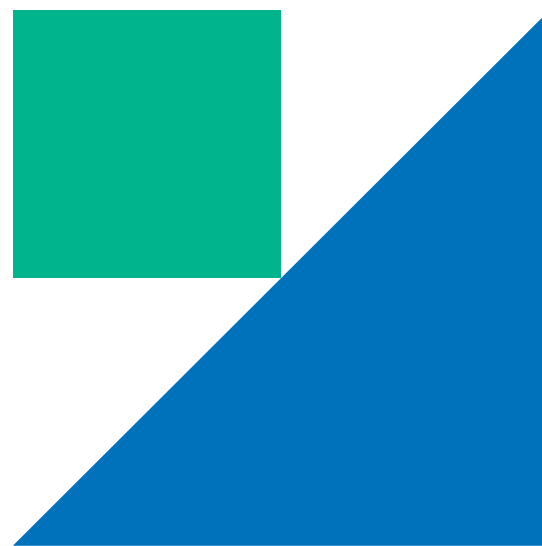
Realização da segunda edição do Prêmio ApexBrasil, com homenagem a jornalistas e empresas brasileiras que se destacaram em 12 quesitos relevantes para a atividade exportadora desenvolvida no país.

Início dos eventos de posicionamento e imagem voltados para a divulgação dos atributos dos complexos produtivos em mercados considerados prioritários. São realizadas duas edições dos

programas Brasil Casa Design, na Argentina e no Panamá; Brasil Tecnológico, na África do Sul e na Colômbia; Talento Brasil, no Canadá e na Espanha; e Brasil Fashion Now, no Japão.

Criação da Unidade de Relações com Clientes e implantação da plataforma de CRM (*Customer Relationship Management*) que possibilita a todos os funcionários da Agência a visão única dos clientes e de suas necessidades.

Estabelecido acordo com o International Trade Center (ITC), vinculado à UNCTAD (sigla em inglês para a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), para produção de importante ferramenta de busca de identificação de oportunidades internacionais para empresas brasileiras no exterior.



Mudança das instalações da Agência para o Edifício ApexBrasil, no SBN – Setor Bancário Norte – Quadra 2, Lote 11, na região Asa Norte da cidade de Brasília (DF). A sede foi projetada para ser um *showroom* dos produtos brasileiros.

Em maio, inauguração do CN Moscou, na Rússia, seguido pelas inaugurações, em junho, do CN Pequim, na China, e do CN Dubai, nos Emirados Árabes Unidos.

A ApexBrasil assume a presidência da Rede Ibero-Americana de Organizações de Promoção Comercial (Redíbero).

Firmado convênio com o Banco Mundial para apoiar a estruturação de projetos e capacitar técnicos visando à atração de investimentos estrangeiros diretos para todos os estados brasileiros.

A ApexBrasil é apontada, pelo Relatório do Global Investment Promotion Benchmarking, divulgado pelo Banco Mundial, como a melhor Agência de atração de investimentos estrangeiros da América Latina e Caribe e a segunda melhor Agência mundial, destacando-se no quesito qualidade da informação aos investidores entre 181 participantes.

Instalação de dez novas unidades de atendimento nos estados do Amazonas, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo. Com a iniciativa, que conta com apoio das federações estaduais e da Confederação Nacional da Indústria (CNI), a ApexBrasil se aproxima ainda mais das empresas brasileiras.

Início do apoio às entidades para elaboração de estratégias de *brandings* setoriais.



Instalação dos CN Luanda, em Angola, e CN Bruxelas, na Bélgica. Em Bruxelas também foi instalado, em parceria com a Confederação Nacional da Indústria (CNI), o Brazilian Business Affairs (BBA), com o objetivo principal de reforçar os laços econômicos e comerciais entre a União Europeia e o Brasil.

Instalação da Casa Brasil na África do Sul, durante a realização da Copa do Mundo da FIFA. Com organização da ApexBrasil, a iniciativa recebeu mais de 20 mil visitantes de 90 nacionalidades, promovendo a imagem do Brasil e de setores produtivos brasileiros

Organizado em parceria com a Secretaria de Imprensa da Presidência da República, o Projeto Imagem traz ao Brasil 35 jornalistas e formadores de opinião estrangeiros que realizaram agendas em áreas como indústria, economia, meio ambiente, tecnologia no processo eleitoral, pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I), energia e agronegócios, entre outras atividades.

A ApexBrasil assume a coordenação da participação brasileira na Expo Xangai 2010, a exposição universal mais visitada da história: 73,08 milhões de pessoas. O Pavilhão do Brasil recebeu 2,6 milhões de visitantes. Foram 119 espetáculos culturais, com público superior a 33 mil pessoas e 1.574 participantes na agenda de negócios organizada no Pavilhão do

Brasil. Além disso, estiveram presentes mais de 300 representantes de 20 estados e municípios brasileiros e 780 participantes em cinco fóruns temáticos.

Ações de atração de investimentos estrangeiros diretos resultam na instalação do novo centro de pesquisa da IBM; da quinta planta de pesquisa e desenvolvimento da General Electric (GE) no mundo; da nova fábrica da Research In Motion (RIM), que produz os telefones inteligentes Blackberry; do Centro Global de Desenvolvimento de Tecnologia da Informação de Excelência HCL Technologies em localidades brasileiras.

Realização da terceira edição do Prêmio ApexBrasil para premiar as empresas que mais se destacaram na atividade exportadora de produtos e serviços; reportagens sobre exportações e atração de investimentos; e instituições de ensino atuantes no setor.

Recebimento do prêmio TPO Network Awards como a melhor Agência de promoção comercial do mundo entre os países em desenvolvimento. A ApexBrasil recebeu esse importante reconhecimento da International Trade Centre (ITC), Agência vinculada à Organização Mundial de Comércio (OMC) e à Organização das Nações Unidas (ONU), responsável por promover a cooperação técnica em promoção comercial.

No Brasil, a Agência recebe os prêmios Marketing Best 2010, concedido pela

2011

Fundação Getulio Vargas (FGV), pelo Projeto Fórmula Indy; e o prêmio especial José Mindlin, concedido pela edição nacional do maior prêmio de design dos Estados Unidos – o International Design Excellence Awards (Idea), na categoria “Destaque Exportação”, como reconhecimento pelos esforços da Agência no fomento ao design brasileiro no mercado internacional.

A ApexBrasil é reeleita para presidir a World Association of Investment Promotion Agencies (Waipa – Associação Mundial das Agências de Promoção de Investimentos).

A ApexBrasil conclui seu Planejamento Estratégico para o período 2011/2015 e atualiza sua missão e visão, que passam a ser, respectivamente: “Desenvolver a competitividade das empresas brasileiras, promovendo a internacionalização dos seus negócios e a atração de investimentos estrangeiros diretos (IED)”; e “O Brasil no mundo, inovador, competitivo e sustentável”.

Início dos Seminários Mercado Foco, que preveem apresentar oportunidades de negócios nos principais mercados globais aos empresários brasileiros.

Nesse ano, com o atributo de sua visão, a ApexBrasil atuou fortemente na indução aos negócios sustentáveis, incentivando empresas brasileiras a incorporarem, aos seus produtos e serviços, características como inovação, sustentabilidade e design visando ampliar sua competitividade no mercado internacional.

2012

Criação e execução do Programa Internacionalização e Competitividade (Inter-Com), que visa preparar empresas brasileiras para o processo de internacionalização.

Promoção de ações de posicionamento e imagem dos produtos brasileiros junto aos consumidores norte-americanos, em parceria com a rede de lojas de departamentos Macy’s, localizada em Nova York.

Assinado acordo com a FIFA para realização de ações de negócios promovidas pela ApexBrasil durante o período de realização da Copa das Confederações, em 2013, e da Copa do Mundo, em 2014.

Realização de ações para fortalecimento da imagem do Brasil como destino atraente para investimentos estrangeiros diretos durante o Fórum Econômico Mundial, realizado em Davos, na Suíça.

A Agência passa a atuar mais fortemente no sentido de incentivar as empresas e entidades empresariais a incorporarem o conceito de sustentabilidade nos negócios. Inovação e design também passam a compor a estratégia e as ações da ApexBrasil.

2013

A ApexBrasil coordena o Pavilhão Brasil na Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), com o objetivo de divulgar ao público internacional a realização de políticas públicas voltadas para sustentabilidade ambiental, social e econômica.

A ApexBrasil assina acordo de cooperação com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) para atrair investidores estrangeiros para o programa StartUp Brasil.

Estabelecidos os CNs São Francisco, nos Estados Unidos, e Bogotá, na Colômbia.

Ações do Projeto Copa reúnem cerca de 1,4 mil empresários em sete jogos da Copa das Confederações, gerando mais de US\$ 1,8 bilhão em negócios.

Criação de espaço sobre inovação e criatividade brasileiras em Nova York (EUA) como parte das ações do Be Brasil, iniciativa que reúne 45 empresas e marcas nacionais.

Criação dos projetos de *marketing* de relacionamento nos eventos Professional Bull Riders (PBR) e Professional Golfers Association (PGA).

Lançamento do Relatório de Sustentabilidade da ApexBrasil, documento que utiliza a metodologia da Global Reporting Initiative (GRI) e reforça o compromisso da Agência com o incentivo à sustentabilidade e à inovação como elementos de fortalecimento da competitividade das empresas brasileiras.

Trabalho de desenvolvimento da nova marca de posicionamento do Brasil no mundo, a Brasil Beyond.

2014

A ApexBrasil é a primeira Agência de promoção de exportações a utilizar a Copa do Mundo FIFA como plataforma de negócios. Cerca de 700 empresas brasileiras integraram o projeto, recebendo 2,3 mil empresários, investidores e formadores de opinião de 104 países, em agendas de negócios setoriais realizadas paralelamente aos eventos. Como resultado, a iniciativa gerou cerca de US\$ 6 bilhões em negócios estimados, além do impacto positivo em relação à imagem do Brasil.

A ApexBrasil atua como diretoria internacional do programa Startup Brasil, criado em parceria com o MCTI, desenvolvendo ações de apoio às *startups* além de financiar o espaço Startup Brasil no escritório da Agência em São Francisco (EUA).

Desenvolvimento do projeto Design Embala, que visa sensibilizar empresas sobre a importância do design de embalagens para a logística e pontos de venda no exterior, considerando questões técnicas e culturais. O projeto é resultado da parceria com a Associação Brasileira de Embalagem (Abre).

Consolidação do Brazilian Business Affairs (BBA), escritório da ApexBrasil em Bruxelas, Bélgica, na defesa de interesses do setor produtivo brasileiro junto à União Europeia (UE), por meio do monitoramento e da disseminação de informações relevantes para o estreitamento das relações comerciais e de investimentos entre o Brasil e o bloco econômico europeu.

2015

A ApexBrasil assume a vice-presidência da Brazil Industries Coalition (BIC), instituição que atua no monitoramento de informações estratégicas sobre a política econômica norte-americana junto aos poderes executivo e legislativo dos Estados Unidos. A missão da BIC é defender os interesses do setor privado brasileiro e desenvolver um trabalho permanente em Washington (DC) para promover uma sólida parceria entre o Brasil e os Estados Unidos.

Expansão da infraestrutura tecnológica com o objetivo de melhorar a gestão de TI na ApexBrasil.

Início da utilização de serviços baseados em nuvem (*cloud computing*) permitindo maior proteção do ambiente, aumento de disponibilidade dos serviços e redução de custos de manutenção de tecnologia. Essa iniciativa vai possibilitar, em 2020-2022, a adaptação da Agência ao trabalho remoto e misto de forma mais rápida e com eficiência durante a pandemia mundial de Covid-19.

Realizadas melhorias do procedimento de integração de gestão nos escritórios internacionais com a implantação de processos padronizados e informatizados, assim como início de implantação do Sistema Integrado de Gestão Empresarial da ApexBrasil (ERP), com a definição de arquitetura-padrão e integração automática com o ERP da matriz, permitindo maior controle e velocidade de acesso às informações de gestão dos escritórios internacionais.

Desenvolvimento de *softwares* para gestão do projeto Copa do Mundo FIFA e realização de proteção tecnológica para o ambiente corporativo, viabilizando o controle contra vazamento de informações e indisponibilidade de serviços.

Implantação do modelo de competências da ApexBrasil com a realização do 1º Ciclo da Avaliação de Desempenho por Competências.

Implementação do Programa de Formação da Liderança: *coaching* e capacitações com consultorias especializadas.

180

Desenvolvimento do MAPA Estratégico de Oportunidades Comerciais (PNE), que identificou oportunidades de negócios para mais de 3 mil produtos brasileiros em 32 mercados estratégicos dos seis continentes.

Criação de um núcleo de inteligência para investimentos, visando subsidiar as ações de atração de Investimento Estrangeiro Direto para o Brasil, tanto por parte da ApexBrasil como por parceiros. Esse núcleo desenvolveu importantes estudos, como o Brazil – US Investments Map, além de estudos sobre oportunidades de investimentos nos setores priorizados pelo programa Innovate in Brazil, desenvolvido em parceria com a Secretaria de Inovação do MDIC.

Lançamento da ferramenta de geoprocessamento *online* para disseminação de oportunidades comerciais. A ferramenta disponibilizada através do Portal ApexBrasil divulga mais de 2,6 mil oportunidades de mercado mapeadas no PNE, classificadas em quatro categorias: abertura, consolidação, manutenção e recuperação de mercado. Foram mais de 18 mil acessos ao longo do ano.

Realização de missão empresarial à África Subsaariana, com participação de 37 empresas e expectativa de geração de negócios de US\$ 89,4 milhões.

Realização da missão Brasil Tecnológico à Colômbia, que contou com participação de 50 empresas e potencial de geração de negócios da ordem de US\$ 55 milhões.

A ApexBrasil coordena, nesse ano, a participação brasileira em nove grandes feiras internacionais: Fruit Logistica (Berlim, Alemanha), Gulfood (Dubai, EAU), Outono Dourado (Moscou, Rússia), World Food Moscow (Moscou, Rússia), Anuga (Colônia, Alemanha), FIHAV e Salud para Todos (Havana, Cuba), South by Southwest (Austin-TX, EUA) e Filda (Luanda, Angola).

A ApexBrasil leva 72 empresas brasileiras para a Gulfood, em Dubai, maior feira dos setores de alimentos, bebidas e agronegócios do Oriente Médio e principal porta de entrada de produtos brasileiros na região. As expectativas de negócios no evento chegaram a US\$ 646,5 milhões.

Participação na Expo Milão 2015 com o tema “Alimentando o Planeta: Energia para a Vida”, que ocorreu entre 1º de maio e 31 de outubro e contou com 144 países participantes. A participação brasileira foi coordenada pela ApexBrasil em parceria com o MDIC e diversos órgãos da União, estados, entidades brasileiras e empresas. O pavilhão brasileiro recebeu 5,3 milhões de visitantes. E realizou 36 eventos entre *cooking shows*, seminários e exposições, desenvolvidas por empresas, entes do governo e entidades setoriais.

Realização de ações no Japão, com a rede de lojas Isetan/Mitsukoshi, trabalhando com mais de 50 marcas brasileiras; e na França, com o Grupo Casino.

Assinado convênio CNI/ApexBrasil para a realização de ações de promoção comercial e atração de investimentos, com apoio das 25 federações de indústria do país.

Inauguração do escritório da ApexBrasil em São Paulo (SP).

181

2016

Assinado, no mês de junho, o Decreto n. 8.788, que vincula a ApexBrasil ao Ministério das Relações Exteriores (MRE).

Realizadas sete ações em conjunto com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), com a participação de 211 empresas brasileiras; Missão à Índia; Brasil Tecnológico; Missão Setor Moveleiro, no Panamá; Missão PEIEX Paraguai e Bolívia; Missão Peru e Colômbia; Missão à Coreia do Sul, China e Hong Kong e Missão Austrália.

Realização do projeto Brazilian Lifestyle, com vistas ao posicionamento estratégico e ordenado dos produtos brasileiros e da imagem do país no Japão, utilizando, para isso, diferentes cadeias e segmentos de varejo, a serem interligados por uma campanha de *marketing* durante todo o ano.

Realização de ação durante o torneio de tênis Rio Open, que contou com a participação de 25 empresas. O Rio Open trouxe compradores de 15 países, entre eles: Bolívia, Chile, Colômbia, Estados Unidos, Inglaterra, Itália, Paraguai, Peru, Polônia e Uruguai.

[Sumário] < >

2017

Coordenação da Casa Brasil 2016, espaço de promoção do país nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos realizados no Brasil. O espaço recebeu mais de meio milhão de visitantes, organizou 138 eventos e 17 exposições permanentes.

Lançamento da nova estratégia de promoção dos negócios brasileiros no exterior, baseada no conceito Be Brasil, com destaque para sustentabilidade, criatividade e inovação como atributos dos setores, produtos e serviços brasileiros

ApexBrasil realiza o I Fórum de Investimentos Brasil 2017, em São Paulo. O evento contou com a presença de cerca de 1,3 mil participantes, sendo a maioria CEOs, presidentes e vice-presidentes de empresas de mais de 20 setores de 41 países do mundo.

Realização da missão Argentina. Após vários anos sem realizar rodadas de negócios no país, foram retomados os trabalhos com apoio da ApexBrasil, da congênera Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI) e do BID por meio do Connect Americas. A missão foi multissetorial e atendeu 29 empresas.

Formalizada parceria entre a ApexBrasil e o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getulio Vargas (GVces), para implantação do projeto Inovação e Sustentabilidade nas Cadeias Globais de Valor (ICV Global). O projeto atendeu 37 empresas no ano de 2017.

Abertura do escritório da ApexBrasil para o Nordeste, na cidade de Recife (PE).

Implantação do Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), conforme Lei Distrital n. 5.610/2016 e Decreto n. 38.021/17. A APEX-Brasil passou a ser responsável pela coleta, separação e destinação de todo o lixo produzido.

2018

Coordenação da participação das empresas brasileiras nas principais feiras nacionais, como Apas, Rio2C, Ridex, Big Festival e Hospitalar; além das internacionais Sial, Gulfood, Fancy Food, Maison&Objet e Biofach.

A Agência atendeu 409 empresas nas oficinas de competitividade, onde companhias brasileiras não exportadoras e iniciantes são preparadas para atuar no comércio internacional.

Em parceria com o Centro Brasil Design, a Agência assessorou 202 empresas brasileiras no desenvolvimento do design de produtos e embalagens inovadores, voltados à exportação.

Dado apoio a 415 empresas por meio do Programa de Internacionalização.

Durante o ano, a Agência apoiou a realização de 35 feiras, 42 missões e 30 projetos compradores.

Realização de 74 ações de promoção de investimentos, entre elas missões, visitas técnicas, rodadas de investimentos e seminários, as quais resultaram em 283 atendimentos qualificados a investidores estrangeiros.

2019

Realização da segunda edição do Brasil Investment Forum, visando fomentar novos negócios e oportunidades de investimentos no Brasil, destacando as oportunidades de investimento em setores estratégicos da economia brasileira, como infraestrutura, energia, agronegócios, construção, tecnologia e inovação. Foram mais de 1,6 mil participantes, incluindo investidores estrangeiros de 48 países.

Celebração de 14 novas parcerias estratégicas, bem como reforço das existentes, destacando-se órgãos como CNI, MAPA, PPI, Inmetro, CNA e SEBRAE.

Mudança de endereço corporativo, visando acomodar os colaboradores em um espaço mais funcional. A ApexBrasil passa a trabalhar no Centro Empresarial CNC, SAUN Quadra 5, Lote C, Torre B, em Brasília (DF).

Criação do Comitê de Investimentos, a quem cabe a definição dos investimentos da ApexBrasil, formado pela Direx e assessorado pela Gerência de Orçamento, Finanças e Contabilidade.

Apoio, durante o ano, a 5.985 empresas em 53 projetos, sendo 16 de exportação de agronegócios, 27 de exportação de bens da indústria e 10 de exportação e serviços, por meio dos projetos setoriais.

Realização de 179 atendimentos a investidores estrangeiros qualificados, com a facilitação de 27 projetos de investimento no Brasil.

Instalação de 110 empresas nos escritórios da ApexBrasil no exterior, aproveitando a estrutura disponível.

Inauguração do escritório da ApexBrasil em Israel, totalizando nove escritórios da Agência no mundo.

Realização de 436 ações conjuntas com o Ministério das Relações Exteriores (MRE), em 89 países, cobrindo todos os continentes.

Elaboração de 79 estudos disponibilizados no site da Agência, os quais tiveram mais de 4 mil *downloads*, destacando-se, no quesito conteúdo especializado, o MAPA de Oportunidades, que teve 31 mil acessos no ano.

Coordenação da realização de 240 feiras, destacando-se a participação do Brasil nas feiras Gulfood (Emirados Árabes), Sial (China), Foodex

(Japão) e Anuga (Alemanha).

Realização de diversas ações objetivando implementar e consolidar as relações institucionais e governamentais com os principais *stakeholders*.

Realização de 164 missões comerciais, coordenadas com ministérios, com a rede de postos do MRE no exterior ou com as entidades setoriais, com destaque para a Missão Presidencial a Israel, Argentina, China, Emirados Árabes Unidos, Arábia Saudita, Qatar; Missão à Coreia do Sul; Missão Comercial à Colômbia; e Missão à África do Sul.

Execução do Plano de Ação resultante do Acordo de Cooperação Técnica entre a Agência e o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), visando ao desenvolvimento de ações efetivas para a diminuição das dificuldades e/ou impedimentos às exportações de produtos e buscando facilitar e promover o acesso dos produtos brasileiros a outros mercados.

Aprovação do programa de *Compliance* da ApexBrasil, importante instrumento de governança da Agência, que tem como objetivo assegurar a conformidade legal e normativa.

2020

Implementação de novos serviços visando à manutenção da competitividade das empresas brasileiras no cenário de pandemia mundial de Covid-19 e do atendimento aos compradores internacionais e investidores estrangeiros.

A ApexBrasil é finalista na premiação World Trade Promotion Organizations Awards, promovida pelo International Trade Center (ITC).

Realização de 71 eventos para investidores, a maior parte deles no formato *online*, que contaram com 13,6 mil participantes.

A ApexBrasil conquista o certificado Great Place to Work. O estudo para a concessão do certificado leva em conta a avaliação do índice de confiança dos funcionários no ambiente de trabalho e análise das melhores práticas de gestão de pessoas, entre outros quesitos.

Lançamento do APEXCast, o podcast da ApexBrasil, com apresentação de ações e serviços da Agência em episódios semanais, com foco no empresariado brasileiro.

2021

Nesse ano, a promoção do comércio e atração de investimentos estrangeiros apoiados pela ApexBrasil geraram e/ou mantiveram 7 milhões de empregos no Brasil, com valor total exportado pelas empresas ultrapassando os US\$ 129,4 bilhões, o que representa 46,2% das exportações brasileiras.

Tornaram-se novas clientes 5.639 empresas, totalizando 14.741 participantes das iniciativas da ApexBrasil.

A ApexBrasil coordena a participação brasileira na Expo 2020 Dubai, onde o Pavilhão Brasil recebeu mais de 869 mil visitantes até dezembro de 2021. Foram realizados 17 projetos de promoção, com destaque para o Invest in Brasil Forum – Dubai Edition.

A ApexBrasil é designada para organizar a participação brasileira na Expo Osaka 2025.

A promoção de investimentos estrangeiros diretos, nesse ano, gerou anúncios no valor total de US\$ 13,8 bilhões em investimentos estrangeiros apoiados pela Agência, com a expectativa de geração de 14,6 mil empregos. Entre as ações, cabe destacar o Brasil Investment Forum 2021, com mais de 6 mil inscritos.

A atuação conjunta entre ApexBrasil e MRE alcançou 55 países e viabilizou 251 ações de diversos formatos, garantindo um alto grau de integração.

Conquista do certificado Great Place to Work pelo segundo ano consecutivo.

Firmados 16 instrumentos de cooperação com instituições brasileiras e estrangeiras.

Lançado o novo *branding* da Agência, apresentando o Brasil para o mundo e visando ao fortalecimento da sua percepção enquanto parceiro de negócios.

O PEIEX atende 4.893 empresas, tendo um crescimento de 12,5% em relação ao ano anterior.

As ações realizadas pelos projetos setoriais, em conjunto com entidades parceiras, atenderam 4.291 empresas.

Os escritórios da ApexBrasil no exterior atendem 1.148 empresas, que exportam US\$ 11,1 bilhões em 2021.

2022

O pavilhão brasileiro na Expo Dubai alcança 2,1 milhões de visitantes durante 182 dias de evento. Foram realizadas 352 agendas e eventos protocolares, dos quais participaram 2.296 visitantes VIPs de 114 países. Foram gerados negócios imediatos de US\$ 600 milhões e uma expectativa de negócios nos próximos 12 meses de US\$ 3,2 bilhões para exportações. O potencial de investimentos diretos no Brasil ficou na ordem de US\$ 10 bilhões para os dois próximos anos.

Realizada, nos dias 14 e 15 de junho, a quinta edição do Brasil Investment Forum 2022 no formato híbrido, reforçando sua vocação de reunir os principais representantes do setor público e privado para prospectar e discutir novas oportunidades de investimentos no país. O fórum trouxe painéis mais curtos e novas dinâmicas, incluindo temas atuais que figuram nas agendas dos CEOs globais, além da apresentação, nos painéis, das tradicionais oportunidades de investimento em setores competitivos da economia brasileira. Resultados finais: carteira de US\$ 66,4 bilhões apresentada com expectativa de geração de 200 mil empregos, público total de mais de 4.071 *online* e 719 presencialmente, chegando a 100 países representados.

Ação de imagem e negócios Casa Brasil NY, em Nova York (EUA), com foco nos setores de casa e construção, como móveis, iluminação, rochas ornamentais,

produtos cerâmicos, artigos de decoração, artesanato, além de ações de gastronomia brasileira, café, vinhos e cachaça. A mostra contou com a participação de 69 empresas, que expuseram 198 produtos. Durante os 14 dias de evento foram recebidos mais de 3 mil visitantes e realizados mais de 300 encontros de negócios com compradores internacionais, chegando a um valor estimado em US\$ 48 milhões de negócios.

Inauguradas as operações na Índia e África do Sul, em formato Desk, por meio de equipes dedicadas e consultorias especializadas na prospecção e promoção de negócios, integrando o conjunto dos 9 escritórios no exterior, 5 escritórios no Brasil e os 119 Setores de Promoção Comercial das embaixadas brasileiras (SECOMs).

A Agência é finalista do World Trade Promotion Organizations Awards 2022, realizado pelo International Trade Centre (ITC), com sede em Genebra, na Suíça.

Em junho, após cerca de dois anos de preparação, a ApexBrasil conquista a recomendação para a certificação NBR ISO 9001, para o escopo de “Promoção de exportação e de internacionalização por meio do atendimento setorial direto às empresas brasileiras na participação em feiras internacionais”. A Fundação Vanzolini foi o organismo certificador.

Lançamento do selo comemorativo de 25 anos, demonstrando a essência de uma identidade dinâmica e moderna da ApexBrasil, evidenciando o agente transformador que conecta, que leva oportunidades e novos horizontes para empreendedores e investidores.

**A ApexBrasil completa 25 anos.**



**apexBrasil**

1997

*On November 21, by means of Presidential Decree No. 22.398, the Exports Promotion Agency (APEX) is created under the Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE).*

1998

*In April, APEX operations begin, at SEBRAE's facilities, located at Quadra 515 Norte, in Brasília (DF).*

*In July, creation of the first APEX team, composed of two technicians and an assistant.*

*Creation of a methodology that conceives partnerships with trade sector associations or export consortia, as a means to support Brazilian companies seeking to enter international trade.*

*For the first time, APEX organizes the participation of Brazilian companies in a multisector trade fair, Expocomer, in Panama, which annually brings together a wide variety of products from the industrial, commercial and service sectors from America, Asia, Europe and the Caribbean, with focus on food, textiles, construction, technology and services.*

1999

*ApexBrasil participates in the creation of the export consortium model, proposed by the federal government and identified as an alternative to reverse the deficit in the Brazilian trade balance. The initiative brings together small and medium-sized entrepreneurs, usually from the same sector, increasing negotiation power to beat competitors in the international market. The companies share the costs of publicizing their products and the costs of transporting the goods with the Agency's full support.*

2000

*On April 27, APEX ceases to be part of SEBRAE's administrative organization and becomes a wholly owned subsidiary, with its own legal structure, called Export Promotion Agency S/A.*

*Relocation of the Agency's facilities from SEBRAE's headquarters to the 10th floor of the National Commerce Confederation (CNC) building, located in the Setor Bancário Norte, in Brasília (DF).*

2001

*On March 15, SEBRAE's National Advisory Council (CDN) decides to liquidate and extinguish APEX S/A, restoring the Agency to its structure under direct supervision of SEBRAE's CDN.*

2002

*APEX publishes the book "A primeira exportação a gente nunca esquece" (One never forgets the first export), a work that describes the experience of entrepreneurs who expanded Brazil's participation in the international market with the Agency's support.*

2003

On January 22, Executive Order No. 106 authorizes the Federal Executive branch to establish the Independent Social Service of Brazilian Exports Promotion Agency – ApexBrasil.

On February 5, Presidential Decree No. 4.584 establishes the Brazilian Exports Promotion Agency (ApexBrasil). With this, the Agency gains administrative and financial independence and is assigned the responsibility of expanding the activities of commercial and image promotion of products and services abroad.

Executive Order No. 106 is converted into Law No. 10.668, of May 14, 2003.

Assigned by the Ministry of Industry, Foreign Trade and Services (MDIC), and in partnership with the Arab-Brazilian Chamber of Commerce, ApexBrasil organizes the first business mission abroad, in Dubai, in the United Arab Emirates, focusing on negotiations with the Arab market.

ApexBrasil begins to produce commercial intelligence studies and analyses, which guide the planning of commercial promotion actions supported by the Agency and the identification of market opportunities for Brazilian products.

2004

ApexBrasil strengthens its role in attracting direct foreign investment to Brazil.

In partnership with the Secretariat of Foreign Trade (SECEX), ApexBrasil develops the Radar Comercial (Commercial Radar), a foreign trade data analysis tool made available to Brazilian entrepreneurs.

ApexBrasil organizes, in partnership with the MDIC, the event Moda Brasil -Rússia (Brazil-Russia Fashion), the first major initiative aimed at opening the Russian market to Brazilian jewelry, clothing, footwear and cosmetics.

Beginning of actions promoting Brazilian products in large retail chains. The first of these was carried out at Selfridges, a department store chain in the United Kingdom, founded in 1909, at Oxford Street, in London.

In partnership with Shanghai Sugar Cigarette & Wine, one of the largest retail chains in China, ApexBrasil takes Brazilian wines, spices, candies, cookies and chocolates to the Chinese market. For two months, over a thousand stores in the chain participate in the O Melhor do Brasil (Best of Brazil) project.

In partnership with Grupo Pão de Açúcar, ApexBrasil holds Festival Brésil in France, a period in which the French chain Casino offered Brazilian products in 700 stores, including hypermarkets, supermarkets and convenience stores.

2005

The first distribution center for Brazilian products opens in Miami, in the United States. It offers storage space for Brazilian companies to stock their products and internalize them, as sales are being carried out. CD Miami was later turned into the Agency's office in that city.

ApexBrasil creates an administrative unit aimed at attracting foreign direct investment.

In partnership with the French chains Printemps, Galeries Lafayette, Casino and Carrefour, ApexBrasil organizes promotional activities during the "Year of Brazil in France", with the display and offer of Brazilian products from various commercial and productive sectors.

Launch of the Agency's second logo: ApexBrasil – Trade and Investment Promotion Agency.

In November, beginning of ApexBrasil's first institutional campaign, broadcast in different media, with the slogan "Eu Exporto! E Você?" (I Export! Do you?). The purpose of the campaign was to show that all Brazilian companies were able to export, regardless of their size.

2006

The FIFA World Cup in Germany was the basis for the "We do It Different" campaign, created by ApexBrasil to promote Brazilian products commercially and image-wise. During the matches, with the support of the Agency, around 30 different sector events were held.

The book "Passaporte para o mundo" (Passport to the world) was published, with the objective of disseminating stories, strategies and new tools for the integration of small and medium-sized Brazilian companies in international trade.

The Agency's first large hiring process was carried out, with 97 positions and the creation of a repository file.

The first edition of the ApexBrasil Award is held to honor sector organizations that stood out within the seven most important exports categories.

2007

Development of the Agency's Strategic Plan for the period 2007-2010, providing for a new business model seeking to guarantee support in all phases of internationalization of Brazilian companies.

Launch of ApexBrasil's new logo, incorporating the word "Brazilian" to its name: Brazilian Trade and Investment Promotion Agency.

2008

ApexBrasil's distribution centers are turned into business centers. With new attributions, the CNs (later called ApexBrasil offices abroad) start to work with business strategies, support to the internationalization of Brazilian companies and attraction of foreign direct investment.

The MDIC transfers to the Agency the responsibility of executing the Industrial Extension in Exports Project (PEIEX). At the time, there were 25 service centers, distributed across eight Brazilian states, plus the Federal District, involving the work of about 200 accredited technicians.

ApexBrasil begins the organization of the trading and commercial exporting companies within the scope of the Tradings of Brasil (Trading Companies of Brazil) project, with the objective of making them partners in trade promotion actions. As a result of the initiative, the first Brazil-Angola Trading Meeting was held, with 300 participating companies.

Creation of the Formula Indy project, based on a sport that mobilizes different sectors of public opinion in the United States. In addition to contacting large participating corporations, the project began to draw visibility to Brazilian companies participating in the initiative, with a high exposure of brands, products and services, strengthening Brazil's image in the North American market.

Creation of Casa Brasil (Brazil House),

2009

*in Beijing, to operate during the Olympic Games, held in the Chinese capital. Casa Brasil aims to promote the country as a tourist destination, as well as the quality of national products and the areas of trade and services. Built by the Ministry of Sport, it partnered with the Ministries of Tourism, Culture, Foreign Affairs and ApexBrasil. In addition to business meetings between Brazilian and Chinese companies promoted by the Agency, it was an open space for public visitation.*

*ApexBrasil assumes the presidency of the World Association of Investment Promotion Agencies (Waipa).*

*ApexBrasil assumes the structure and management of the Brazil-US CEO Forum and the Joint Brazil-UK Economic and Trade Committee (JETCO).*

*The second edition of the ApexBrasil Award is held, with a tribute to Brazilian journalists and companies that stood out in 12 relevant aspects involving exports in the country.*

*Beginning of positioning and image events*

*aimed at disseminating the qualities of industrial complexes in priority markets. Two editions of the Brasil Casa Design (Brazil Home Design) programs are held, in Argentina and Panama; Brasil Tecnológico (Technologic Brazil), in South Africa and Colombia; Talento Brasil (Brazil Talent), Canada and Spain; and Brasil Fashion Now, in Japan.*

*Creation of the Customer Relations Unit and implementation of the CRM (customer relationship management) platform, which enables all Agency's employees to have a single view of customers and their needs.*

*Agreement established with the International Trade Center (ITC), linked to UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), to produce an important search tool to identify international opportunities for Brazilian companies abroad.*

*Relocation of the Agency's facilities to the ApexBrasil Building, at the SBN – Setor Bancário Norte – Quadra 5, Lote C, in the Asa Norte region of the city of Brasília (DF). The headquarters were designed as a showroom for Brazilian products.*

*In May, opening of CN Moscow, in Russia, followed by the openings, in June, of CN Beijing, in China, and CN Dubai, in the United Arab Emirates.*

*ApexBrasil assumes the presidency of the Ibero-American Network of Trade Promotion Organizations (Redíbero).*

*An agreement to support the structuring of projects and qualify technicians to attract foreign direct investment to all Brazilian states was signed with the World Bank.*

*ApexBrasil is named by the Global Investment Promotion Benchmarking Report, released by the World Bank, as the best Agency for attracting foreign investments in Latin America and the Caribbean and second best Agency in the world, standing out for quality of information to investors among 181 participants.*

2010

*Ten new service units open in the states of Amazonas, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina and São Paulo. With the initiative, which has the support of state federations and the National Confederation of Industry (CNI), ApexBrasil is even closer to Brazilian companies.*

*Beginning of support to organizations for the development of sector branding strategies.*

*Opening of CN Luanda, in Angola, and CN Brussels, in Belgium. In Brussels, in partnership with the National Confederation of Industry (CNI), the Brazilian Business Affairs (BBA) also opened, with the main objective of strengthening economic and commercial ties between the European Union and Brazil.*

*Opening of Casa Brasil (Brazil House) in South Africa, during the FIFA World Cup. Organized by ApexBrasil, the initiative received over 20,000 visitors of 90 nationalities, promoting the image of Brazil and Brazilian productive sectors.*

*Organized in partnership with the Press Office of the Presidency of the Republic, Projeto Imagem (Image Project) brings 35 foreign journalists and opinion makers to Brazil, who had appointments in areas such as industry, economy, environment, technology in the electoral process, research, development and innovation (RD&I), energy, agribusiness, among other activities.*

*ApexBrasil assumes the coordination of the Brazilian participation in Expo Shanghai 2010, the most visited universal exhibition in history: 73.08 million people. The Brazil Pavilion received 2.6 million visitors. There were 119 cultural shows, with an audience of over 33 thousand people and 1,574 participants in the business agenda organized at the Brazil Pavilion. In addition, it had over 300 representatives from 20 Brazilian states and municipalities and 780 participants in five theme forums.*

*Initiatives to attract foreign direct investment resulted in the opening of IBM's new research center; the fifth General Electric (GE) research and development plant in the world; the new Research in Motion (RIM) factory, which produces Blackberry smartphones; the Global Information Technology Development Center of Excellence HCL Technologies in Brazilian territory.*

*The third edition of the ApexBrasil Award is held, to reward companies that stood out in exports of products and services; reports on exports and investment attraction; and educational*



2011

*institutions operating in the sector.*

*ApexBrasil is awarded the TPO Network Awards as the best trade promotion Agency in the world, in the category of developing nations. The Agency received this important recognition from the International Trade Center (ITC), an Agency linked to the World Trade Organization (WTO) and the United Nations (UN), responsible for promoting technical cooperation in trade promotion.*

*In Brazil, the Agency receives the Marketing Best 2010 award, granted by Fundação Getúlio Vargas (FGV), for the Formula Indy Project; and the José Mindlin special award, granted by the national edition of the greatest design award in the United States - the International Design Excellence Awards (Idea), in the "Exports Highlight" category, in recognition of the Agency's efforts to promote Brazilian design in the international market.*

*ApexBrasil is reelected to chair the World Association of Investment Promotion Agencies (Waipa)*

192

*ApexBrasil concludes its Strategic Planning for the 2011-2015 period and updates its mission and vision, which become, respectively: "Develop the competitiveness of Brazilian companies, promoting the internationalization of their businesses and attracting foreign direct investment (FDI)."; and "Brazil in the world: innovative, competitive and sustainable".*

*Beginning of the Mercado Foco (Market Focus) Seminars, which present business opportunities in the main global markets to Brazilian entrepreneurs.*

*This year, based on its vision, ApexBrasil acted strongly in inducing sustainable business, encouraging Brazilian companies to incorporate characteristics such as innovation, sustainability and design into their products and services, with a view to increasing their competitiveness in the international market.*

2012

*Creation and execution of the Programa Internacionalização e Competitividade (Internationalization and Competitiveness Program), Inter-Com, which prepares Brazilian companies for the internationalization process.*

*Promotion of positioning and image actions for Brazilian products with North American consumers, in partnership with Macy's department store, located in New York City.*

*Signing of an agreement with FIFA to carry out business actions promoted by ApexBrasil during the Confederations Cup, in 2013, and the World Cup, in 2014.*

*Actions to strengthen the Brazil's image as an attractive destination for foreign direct investments during the World Economic Forum, held in Davos, Switzerland.*

*The Agency starts to act more forcefully in order to encourage companies and business organizations to incorporate the concept of sustainability in their businesses. Innovation and design also become part of ApexBrasil's strategy and actions.*

*ApexBrasil coordinates the Brazil Pavilion at the United Nations Conference on Sustainable Development (Rio+20), with the objective of disseminating to the international public the implementation of public policies aimed at environmental, social and economic sustainability.*

*ApexBrasil signs a cooperation agreement with the Ministry of Science, Technology and Innovation (MCTI) to attract foreign investors to the Start-up Brazil program.*

2013

*Offices in San Francisco, USA, and Bogotá, in Colombia, open.*

*Projeto Copa (Cup Project) actions bring together around 1.4 thousand businesspersons in seven Confederations Cup matches, generating more than US\$ 1.8 billion in business.*

*Creation of a Brazilian innovation and creativity space in New York (USA) as part of Be Brasil, an initiative that brings together 45 companies and national brands.*

*Creation of relationship marketing projects at the Professional Bull Riders (PBR) and Professional Golfers Association (PGA) events.*

*Launch of the ApexBrasil Sustainability Report, a document that uses the Global Reporting Initiative (GRI) methodology and reinforces the Agency's commitment to encouraging sustainability and innovation as elements to strengthen the competitiveness of Brazilian companies.*

*Development of Brazil's new positioning brand in the world, Brasil Beyond.*

2014

*ApexBrasil is the first trade promotion Agency to use the FIFA World Cup as a business platform. About 700 Brazilian companies took part in the project, welcoming 2.3 thousand businesspersons, investors and opinion makers from 104 countries, in trade sector business agendas held in parallel with the events. As a result, the initiative generated approximately US\$ 6 billion in estimated business, in addition to a positive impact on Brazil's image.*

*ApexBrasil acts as the international director of the Start-up Brasil program, created in partnership with the Ministry of Communications, Technology and Innovation (MCTI), by developing actions to support start-ups, in addition to financing the Start-up Brasil space at the Agency's office in San Francisco (USA).*

*Development of the Design Embala (Package Design) project, aiming to make companies aware of the importance of packaging design for logistics and points of sale abroad, considering technical and cultural issues. The project is the result of a partnership with the Brazilian Packaging Association (ABRE).*

*Consolidation of the Brazilian Business Affairs (BBA), ApexBrasil's office in Brussels, Belgium, in the defense of Brazilian productive sector's interests within the European Union (EU), through the monitoring and dissemination of relevant information for the strengthening*

*of commercial relations and investments between Brazil and the economic block.*

*ApexBrasil assumes the vice presidency of the Brazil Industries Coalition (BIC), an institution that monitors strategic information on U.S. economic policy within the country's executive and legislative branches. BIC's mission is to defend Brazilian private sector's interests and to develop permanent work in Washington, DC to promote a solid partnership between Brazil and the United States.*

*Expansion of ApexBrasil's technological infrastructure in order to improve its IT management.*

*Start of cloud-based services (cloud computing), allowing greater protection of the environment, increased availability of services and reduction of technology maintenance costs. This initiative allowed, for the Agency to adapt to remote and hybrid work more quickly and efficiently during the global pandemic of Covid-19.*

*Improvements to the management integration procedure in the foreign offices with the implementation of standardized, computerized processes, as well as the beginning of the ApexBrasil Business Management Integrated System (ERP) implementation, with the definition of standard architecture and automatic integration with the head office's ERP, allowing greater control and speed of access to the international offices' management information.*

193

[Sumário] < >

2015

Development of software to manage the FIFA World Cup project and to provide technological protection for the corporate environment, enabling control against leaking of information or unavailability of services.

Implementation of the ApexBrasil competency model with the completion of the first Cycle of Performance Assessment by Competency.

Implementation of the Leadership Training Program: coaching and training with specialized consultants.

Development of the National Export Plan (PNE)'s Strategic Map of Commercial Opportunities, which identified business opportunities for more than 3,000 Brazilian products in 32 strategic markets in six continents.

Creation of an investment intelligence center, aiming to subsidize actions to attract Foreign Direct Investment to Brazil, both by ApexBrasil and partners. This unit developed important studies, such as the Brazil – US Investments Map, in addition to studies on investment opportunities in the sectors prioritized by the Innovate in Brazil program, developed in partnership with MDIC's Secretariat for Innovation.

Launch of the online geoprocessing tool to disseminate commercial opportunities. The tool, made available through the APEX Portal, discloses more than 2.6 thousand market opportunities mapped in the PNE, classified into four categories: opening, consolidation, maintenance and market recovery. There were more than 18 thousand views throughout the year.

Business mission to Sub-Saharan Africa, composed of 37 companies and expected to generate business amounting to US\$ 89.4 million.

Brasil Tecnológico (Technologic Brazil) mission to Colombia, which had the participation of 50 companies

and potential to generate business in the region of US\$ 55 million.

This year, ApexBrasil coordinates Brazilian participation in nine major international trade fairs: Fruit Logistica (Berlin, Germany), Gulfood (Dubai, UAE), Outono Dourado (Moscow, Russia), World Food Moscow (Moscow, Russia), Anuga (Cologne, Germany), FIHAV and Salud para Todos (Havana, Cuba), South by Southwest (Austin-TX, USA) and Filda (Luanda, Angola).

ApexBrasil takes 72 Brazilian companies to Gulfood, in Dubai, the largest food, beverage and agribusiness fair in the Middle East and the main gateway for Brazilian products to the region. Business expectations at the event reached US\$ 646.5 million.

Participation in Expo Milan 2015 with the theme "Feeding the Planet: Energy for Life", which took place between May 1 and October 31 and had 144 participating countries. The Brazilian participation was coordinated by ApexBrasil in partnership with MDIC and several federal agencies, states, Brazilian organizations and companies. The Brazilian pavilion received 5.3 million visitors. It held 36 events including cooking shows, seminars and exhibitions, developed by companies, government agencies and trade associations.

2016

Actions in Japan, with the Isetan/ Mitsukoshi store chain, working with more than 50 Brazilian brands; and in France, with the Casino Group.

A CNI/ApexBrasil agreement is signed to carry out trade promotion and investment attraction actions, with the support of the country's 25 industry federations.

Opening of the ApexBrasil office in São Paulo (SP).

Decree No. 8.788 is signed in June, linking ApexBrasil to the Ministry of Foreign Affairs (MRE).

Seven actions are carried out jointly with the Ministry of Agriculture, Livestock and Supply (MAPA), with the participation of 211 Brazilian companies: Mission to India; Brasil Tecnológico (Technologic Brazil); Missão Setor Moveleiro (Furniture Sector Mission), in Panama; PEIEX Paraguay and Bolívia Mission; Peru and Colombia Mission; South Korea, China and Hong Kong Mission and Australia Mission.

The Brazilian Lifestyle project, with a view to the strategic and orderly positioning of Brazilian products and the country's image in Japan, using, for this, different chains and retail segments, to be interconnected by a marketing campaign throughout the year.

Action during the Rio Open tennis tournament, with the participation of 25 companies. The Rio Open brought buyers from 15 countries, including Bolivia, Chile, Colombia, United States, England, Italy, Paraguay, Peru, Poland and Uruguay.

Coordination of Casa Brasil (Brazil House) 2016, a space for promoting the country at the Olympic and Paralympic Games held in Brazil. The space received more than half a million visitors, organized 138 events and 17 permanent exhibitions.

Launch of the new strategy to promote Brazilian business abroad, based on the Be Brasil concept, with emphasis on sustainability, creativity and innovation as attributes of Brazilian sectors, products and services.

2017

ApexBrasil holds the 1st Brasil Investment Forum 2017, in São Paulo. The event was attended by some 1.3 thousand participants, the majority being CEOs, presidents and vice presidents of companies from more than 20 sectors in 41 countries around the world.

The Argentina mission. After several years without holding business roundtables in the country, work was resumed with the support of ApexBrasil, the subsidiary Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (AAICI) and the IDB, through Connect Americas. The mission was multi-sector and hosted 29 companies.

A partnership between ApexBrasil and the Center for Sustainability Studies of the São Paulo School of Business Administration, Fundação Getúlio Vargas (GVces), was formalized to implement the Innovation and Sustainability in Global Value Chains (ICV Global) project. The project assisted 37 companies in 2017.

Opening of the ApexBrasil office for the Northeastern Brazil, in the city of Recife, state of Pernambuco.

Implementation of the Solid Waste Management Plan (PGRS), according to District Law No. 5.610/2016 and Decree No. 38.021/17. ApexBrasil became responsible for the collection, separation and disposal of all the waste it produces.

2018

Coordination of Brazilian companies' participation in the main national trade fairs, such as Apas, Rio2C, Ridex, Big Festival and Hospitalar; in addition to the international ones Sial, Gulfood, Fancy Food, Maison&Objet and Biofach.

The Agency assisted 409 companies in competitiveness workshops, where Brazilian non-exporting companies and beginners are prepared to act in international trade.

In partnership with Centro Brasil Design (Brazil Design Center), the Agency advised 202 Brazilian companies in the development of innovative product and packaging design for exports.

415 companies supported by the Internationalization Program.

The Agency supported 35 trade fairs, 42 missions and 30 buyer projects during the year.

74 investment promotion actions were carried out, including missions, technical visits, investment roundtables and seminars, which resulted in 283 qualified assistances to foreign investors.

The second edition of the Brasil Investment Forum is held, aiming to foster new business and investment

opportunities in Brasil, highlighting investment opportunities in strategic sectors of the Brazilian economy, such as infrastructure, energy, agribusiness, construction, technology and innovation. There were more than 1.6 thousand participants, including foreign investors from 48 countries.

Celebration of 14 new strategic partnerships, as well as reinforcement of the existing ones, highlighting bodies such as CNI, MAPA, PPI, Inmetro, CNA and SEBRAE.

Change of corporate address, aiming to accommodate employees in a more functional space. ApexBrasil starts operating at the Centro Empresarial CNC, SAUN Quadra 5, Lote C, Torre B, in Brasília (DF).

Creation of the Investment Committee, which is responsible for defining ApexBrasil's investments, formed by Direx and advised by the Budget, Finance and Accounting Management.

2019

During the year, support to 5,985 companies in 53 projects, 16 of which agricultural products exports, 27 industrial goods exports and 10 services exports, through sector projects..

179 assistances to qualified foreign investors, with the facilitation of 27 investment projects in Brazil.

Installation of 110 companies in ApexBrasil's offices abroad, taking advantage of the available structure.

Opening of the ApexBrasil office in Israel, totaling nine Agency offices worldwide.

436 joint actions carried out with the Ministry of Foreign Affairs (MRE) in 89 countries, covering all continents.

Development of 79 studies made available on the Agency's website, which had more than 4,000 downloads, a highlight being the specialized content of the Opportunity Map, which had 31,000 views in the year.

Coordination of participation in 240 trade fairs, a highlight being the Brazil participation in the fairs Gulfood (United Arab Emirates), Sial (China), Foodex (Japan) and Anuga (Germany).

Several actions aiming to implement and consolidate institutional and governmental relations with the main stakeholders.

2020

Implementation of new services aimed at maintaining the competitiveness of Brazilian companies in the context of the global pandemic of Covid-19 and assisting international buyers and foreign investors.

ApexBrasil is once again a finalist in the World Trade Promotion Organizations Awards, promoted by the International Trade Center (ITC).

71 events held for investors, most of them online, with 13.6 thousand participants.

ApexBrasil wins the Great Place to Work certificate. The study for granting the certificate considers the assessment of employees' confidence in the work environment and the best HR management practices, among other requirements.

Launch of APEXCast, an ApexBrasil podcast, presenting the Agency's activities and services in weekly episodes, focusing on Brazilian entrepreneurs.

Along the year, Brazilian exports and foreign investment supported by ApexBrasil generated and/or maintained 7 million jobs in Brazil, with a total value exported by supported exceeding US\$ 129.4 billion, which represents 46.2% of Brazilian exports.

5,639 companies became new customers, totaling 14,741 participants in ApexBrasil's initiatives.

ApexBrasil coordinates the Brazilian participation in the Expo 2020 Dubai, where the Brazil Pavilion received more than 869 thousand visitors until December 2021. 17 promotion projects were carried out, a highlight being the Invest in Brasil Forum – Dubai Edition.

ApexBrasil is appointed to organize the Brazilian participation at Expo Osaka 2025.

During the year, the promotion of foreign direct investment generated announcements totaling US\$ 13.8 billion in foreign investments supported by the Agency, with the expectation of generating 14.6 thousand jobs. Among the actions, it is worth highlighting the Brazil Investment Forum 2021, with over 6,000 attendees.

The joint actions of ApexBrasil and the MRE reached 55 countries and enabled 251 initiatives in different formats, ensuring a high degree of integration.

Agency awarded the Great Place to Work certificate for the second consecutive year.

16 cooperation agreements signed with Brazilian and foreign organizations.

The Agency's new branding project is launched, presenting Brazil to the world and aiming to strengthen its perception as a business partner.

PEIEX assisted 4,893 companies, an increase of 12.5% compared to the previous year.

The actions carried out by sector projects, together with partner organizations, assisted 4,291 companies.

ApexBrasil's offices abroad assisted 1,148 companies, which exported US\$ 11.1 billion in 2021.

The Brazilian pavilion at Expo Dubai reaches 2.1 million visitors during 182 days of the event. 352 programs and protocol events were held, in which 2,296 VIP visitors from 114 countries participated. Immediate business of US\$ 600 million was generated US\$ 3.2 billion in exports are expected in the next 12 months after the event. The potential for direct investments in Brazil is around US\$ 10 billion over the next two years.

The fifth edition of the Brasil Investment Forum 2022 is held on June 14 and 15 in a hybrid format, reinforcing its vocation to bring together the main representatives of the public and private sectors to prospect and discuss new investment opportunities in the country. The forum brought shorter panels and new dynamics, including current topics that are on the agendas of global CEOs, in addition to the presentation, in panels, of traditional investment opportunities in competitive sectors of the Brazilian economy. Final results: a portfolio of US\$ 66.4 billion presented with an expectation of generating 200 thousand jobs, a total audience of over 4,071 online and 719 in person, reaching 100 countries.

Image and business activities at Casa

Brasil NY (Brazil Home NY), in New York (USA), focused on the USA home and construction sectors, such as furniture, lighting, ornamental stones, ceramic products, decoration items, crafts, in addition to Brazilian gastronomy, featuring, coffee, wines and cachaça. The fair had 69 participating companies, which exhibited 198 products. During the 14 days of the event, over 3,000 visitors and over 300 business meetings held with international buyers, reaching an estimated amount of US\$ 48 million in business.

Opening of operations in India and South Africa, in Desk format, through dedicated teams and consultancies specialized in prospecting and promoting business, integrating the set of 9 offices abroad, 5 offices in Brazil and the 119 Trade Promotion Sectors of Brazilian embassies (SECOMS).

The Agency is again a finalist in the World Trade Promotion Organizations Awards 2022, held by the International Trade Center (ITC), based in Geneva, Switzerland.

In June, after about two years of


preparation, ApexBrasil wins the recommendation for the NBR ISO 9001 certification, in the scope of "Promotion of exports and internationalization through direct sector assistance to Brazilian companies in participation in international fairs". Vanzolini Foundation was the certifying organization.

Launch of the 25th Anniversary stamp, showing the essence of ApexBrasil's dynamic and modern identity, highlighting the transforming agent that connects, that brings opportunities and new horizons for the entrepreneurs and the investors.

**ApexBrasil turns 25.**



apexBrasil



apexBrasil

## Créditos APEX | *APEX Credits*

<span></span>	<span></span>
PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO <p><i>PRESIDENT OF THE BOARD</i></p>	
Embaixador <p><i>Ambassador</i></p> <b>Carlos Alberto Franco França</b> <p>Ministro de Estado das Relações Exteriores (MRE) <p><i>Minister of Foreign Affairs (MRE)</i></p></p>	
DIRETORIA EXECUTIVA <p><i>EXECUTIVE BOARD</i></p>	
<b>Augusto Souto Pestana</b> <p>Presidente <p><i>President</i></p></p>	
<b>Roberto Escoto</b> <p>Diretor de Gestão Corporativa <p><i>Corporate Management Director</i></p></p>	
<b>Lucas Felício Fiuza</b> <p>Diretor de Negócios <p><i>Business Director</i></p></p>	
CONSELHO DELIBERATIVO <p><i>ADVISORY BOARD</i></p>	
<b>Sarquis José Buainain Sarquis</b> <p>Ministério das Relações Exteriores (MRE) <p><i>Ministry of Foreign Affairs (MRE)</i></p></p>	
<b>Jean Marcel Fernandes</b> <p>Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) <p><i>Ministry of Agriculture, Livestock and Supply (MAPA)</i></p></p>	
<b>Roberto Fendt Júnior</b> <p>Ministério da Economia (ME) <p><i>Ministry of Economy (ME)</i></p></p>	
<b>Bruno Westin Prado Soares Leal</b> <p>Secretaria Especial do Programa de Parcerias de Investimentos (Seppi) <p><i>Special Secretariat of the Investment Partnership Program (SEPPI)</i></p></p>	
<b>Ricardo Antônio Torres Rodrigues</b> <p>Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) <p><i>National Bank for Economic and Social Development (BNDES)</i></p></p>	

Carlos Alberto Franco França em uma reunião com o presidente da Câmara Brasileira de Comércio Exterior (CAMEX) em 2014.

Augusto Souto Pestana em uma reunião com o presidente da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) em 2014.

Roberto Escoto em uma reunião com o presidente da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) em 2014.

Lucas Felício Fiuza em uma reunião com o presidente da Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) em 2014.

<span></span>	<span></span>
<b>Renato da Fonseca</b> <p>Confederação Nacional da Indústria (CNI) <p><i>National Industry Confederation (CNI)</i></p></p>	
<b>Gedeão Silveira Pereira</b> <p>Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) <p><i>Brazilian Confederation of Agriculture and Cattle Raising (CNA)</i></p></p>	
<b>Bruno Quick Lourenço de Lima</b> <p>Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) <p><i>Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE)</i></p></p>	
<b>José Augusto de Castro</b> <p>Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) <p><i>Foreign Trade Association of Brazil (AEB)</i></p></p>	
<b>Leonardo Lahud</b> <p>Secretaria Executiva da Câmara de Comércio Exterior (CAMEX) <p><i>Executive Secretariat of the Foreign Trade Chamber (CAMEX)</i></p></p>	
CONSELHO FISCAL <i>SUPERVISORY BOARD</i>	
<b>José Constantino de Bastos Júnior</b> <p>Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) <p><i>Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE)</i></p></p>	
<b>Ana Paula Simões Silva</b> <p>Ministério das Relações Exteriores (MRE) <p><i>Ministry of Foreign Affairs (MRE)</i></p></p>	
<b>Fabiana Matsuo Nomura</b> <p>Ministério da Economia (ME) <p><i>Ministry of Economy (ME)</i></p></p>	

## Agradecimento

Nosso agradecimento especial a clientes, parceiros, colaboradores e conselheiros, verdadeiros responsáveis pelo êxito da ApexBrasil em sua jornada em prol da promoção das exportações, atração de investimentos e internacio-nalização das empresas brasileiras.

O sucesso da ApexBrasil é resultado das parcerias com os seus clientes, parceiros, colaboradores e conselheiros.

A atuação em rede e por meio de parce-rias é marca da Agência nesse quarto de século de existência. É parte de nosso passado, de nosso presente e, espe-ramos todos, de nosso futuro.

*Networking and partnership building are hallmarks of the Agency in its quarter century of existence. It is part of our past, our present and, we all hope, our future.*

O sucesso da ApexBrasil é resultado das parcerias com os seus clientes, parceiros, colaboradores e conselheiros.

<span></span>	<span></span>
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)	
<p>ApexBrasil: 25 anos<span> </span>: expandindo horizontes: criando oportunidades ApexBrasil: 25 years<span> </span>: expanding horizons: creating opportunities Coordenação/coordenation Claudia Fonseca Tradução/translation Taís Melillo Santos, SP: Editora Brasileira de Arte e Cultura, 2022.</p>	
Ed. bilíngue: português/inglês.	
ISBN 978-65-87323-38-1	
1. Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Brasil) 2. Agência de Promoção de Exportação e Investimentos (ApexBrasil) História I. Fonseca, Claudia. II. Melillo, Taís. II. Título: ApexBrasil <span> </span> : 25 years <span> </span> : expanding horizons <span> </span> : creating opportunities.	
22-129039	CDD-382.60981
<span></span>	<span></span>
Índices para catálogo sistemático:	
1. ApexBrasil <span> </span> : Agência de Promoção de Exportação e Investimentos História 382.60981 Eliete Marques da Silva – Bibliotecária – CRB-8/9380	

## Créditos | *Credits*

**ApexBrasil – 25 anos: Expandindo Horizontes. Criando oportu­nidades.**

*ApexBrasil – 25 Years: Expanding Horizons. Creating Opportu­nities*

<span></span>	<span></span>
Supervisão geral <p><i>General supervision</i></p> Juarez Leal Jucelino Ferreira de Brito Junior Karina Reis Alves Romero Wanderley Brito Diogo Barros Akitaya Cíntia Marques Faleiro	Revisão <p><i>Proofreading</i></p> Sílvia Balderama Nara
Direção editorial <p><i>Editorial direction</i></p> Pedro Saad	Tradução <p><i>Translation</i></p> Taís Melillo
Supervisão editorial <p><i>Editorial supervision</i></p> Gabriela Santos Lucas Santos Marina Passos Roberta Saad	Revisão da tradução <p><i>Translation Review</i></p> Romero Wanderley Brito
Coordenação <p><i>Coordination</i></p> Claudia Fonseca	Assistentes editoriais <p><i>Editorial assistants</i></p> Aline Silva Arthur Domingues Francieli Cristina Karolaine Almeida Verônica Rabelo
Fotografias <p><i>Photographs</i></p> Acervo ApexBrasil <i>/ApexBrasil collection</i> Acervo Ministério das Relações Exteriores (MRE) <i>/Ministry of Foreign Affairs Collection</i> Acervo Arquivo Nacional <i>/National Archive Collection</i>	Design gráfico <p><i>Graphic design</i></p> Cláudia Gil . Estúdio Ponto
Ilustrações <p><i>Illustrations</i></p> Cláudia Gil <i>Designed by Freepik</i> (p. 5, 23, 27, 48)	Projeto editorial <p><i>Editorial project</i></p> Editora Brasileira de Arte e Cultura São Paulo (SP), Brasil editorabrasileira.com.br
Texto <p><i>Content development</i></p> Andrey Rosenthal Schlee Claudia Fonseca	



9 786587 523398



9 786587 323381



apexBrasil 