

RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE  
2012



**ApexBrasil**

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO  
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS





# Mensagem do Presidente

## GRI 1.1 GRI 1.2

Inovar para expandir. Esse sempre foi o processo pelo qual as nações cresceram além de seus limites, gerando avanços sociais, econômicos e culturais através dos séculos.

A **Apex-Brasil** tem, nos últimos 15 anos, cumprido com sucesso seu papel como indutora do processo de crescimento das empresas rumo à internacionalização.

Desde o início das atividades da Agência, tínhamos clareza a respeito da nossa missão: fortalecer as empresas e ajudá-las a expandir seus negócios, conquistando espaço no mercado global e, como consequência, impactar positivamente toda a cadeia que move os setores econômicos brasileiros.

Os primeiros anos foram dedicados a implantar a cultura exportadora em alguns segmentos e a fortalecer as iniciativas que já eram desenvolvidas por empresas e entidades. Foi um período de grande estruturação das parcerias, consolidação das linhas de atuação da **Apex-Brasil** e de seu modelo de gestão.

Depois, passamos a desenvolver ações em diversos níveis de complexidade para promover a internacionalização dos negócios das empresas brasileiras, e atrair investimentos estrangeiros diretos. Ao longo do tempo, a Agência ampliou o quadro de profissionais, o escopo de atuação, e o número de projetos, parcerias, produtos e serviços, garantindo o atendimento aos nossos clientes em seus diferentes graus de maturidade.

Como resultado, somamos avanços e conquistas. Em 2012, por exemplo, as exportações das empresas apoiadas pela **Apex-Brasil** totalizaram R\$ 40,85 bilhões, representando 16,84% da balança comercial brasileira. No mesmo ano, chegamos a 12.400 empresas atendidas, em parceria com 83 setores produtivos. E o mais relevan-

te é que cerca de 80% delas são de micro, pequeno e médio portes.

O constante aperfeiçoamento no nosso modelo de atuação e na qualidade de nossos serviços só tem sido possíveis graças ao comprometimento e à excelência da equipe que temos. São os nossos colaboradores que, em sintonia com as necessidades dos setores e empresas que apoiamos e com as oportunidades do mercado mundial, agregam soluções eficientes e inovadoras às ações de incentivo à competitividade do setor privado brasileiro.

Sempre tivemos nossas atividades pautadas pela inovação e, dentro dessa linha de pensamento e atuação, estamos lançando o primeiro Relatório de Sustentabilidade da **Apex-Brasil**. A publicação, que segue o modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI), padrão internacional para relatórios de sustentabilidade, é mais um canal de prestação de contas à sociedade e a todos os públicos com os quais nos relacionamos.

Em linha com nossa visão "O Brasil no mundo: Inovador, Competitivo e Sustentável" queremos avançar na pauta da sustentabilidade, que acreditamos ser um elemento capaz de tornar o Brasil um país cada vez mais competitivo por meio do crescimento sustentável.

A todos que fizeram parte da nossa história, nosso muito obrigado. Temos a certeza de que continuaremos a crescer e de que, junto aos nossos parceiros, entidades setoriais e empresas, somaremos ainda mais conquistas, em prol de um Brasil mais competitivo e com benefícios para todos os brasileiros.

**Mauricio Borges**  
Presidente da **Apex-Brasil**

# Apresentação

O Relatório de Sustentabilidade 2012 da **Apex-Brasil** faz parte do compromisso da Agência de fortalecer o diálogo com todos os seus públicos estratégicos. É ainda uma importante ferramenta de gestão, utilizada na prestação de contas e na transparência que orientaram sua atuação. **GRI 3.7**

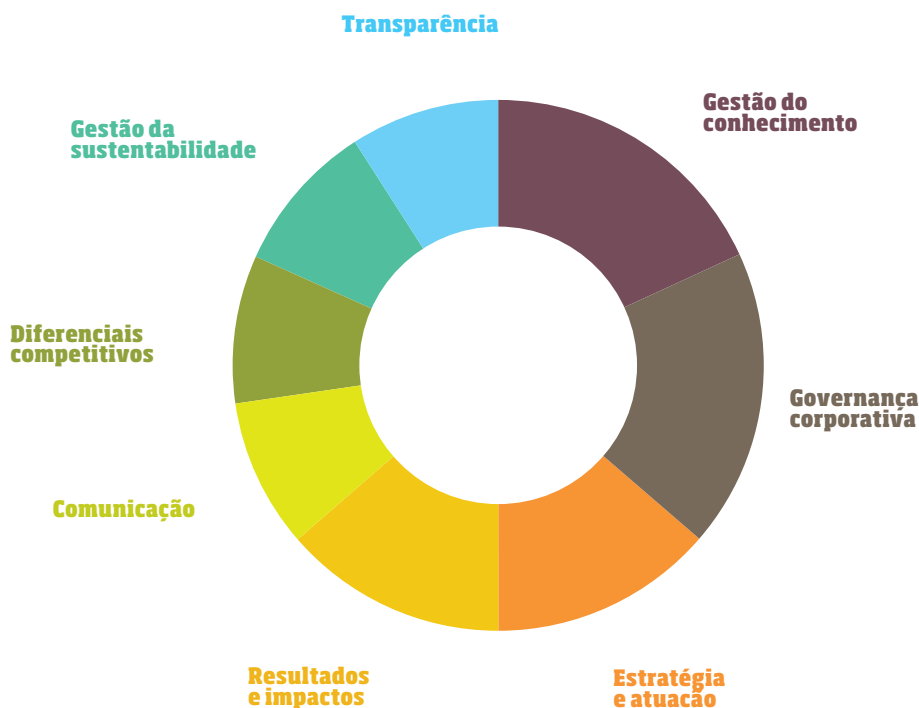
O documento apresenta os desempenhos econômico, social e ambiental da Agência em 2012 e traz informações sobre iniciativas e fatos relativos ao ano de 2013. Também apresenta perfil organizacional e o modelo de atuação da **Apex-Brasil**, englobando as atividades desenvolvidas no Brasil e no exterior. Faz ainda um breve retrospecto dos 15 anos de existência da Agência, mostrando os aprendizados e os impactos gerados em prol do crescimento do Brasil.

**GRI 3.1 GRI 3.6**

Este relatório é direcionado aos colaboradores, conselheiros, fornecedores, parceiros, entidades setoriais, bem como aos representantes de governos, imprensa, organizações não governamentais e sociedade em geral. A distribuição das informações apresentadas aborda os temas relevantes em seu conteúdo e no Índice Remissivo GRI, a partir da página 56. **GRI 3.12**

Para a elaboração do seu primeiro Relatório de Sustentabilidade, a **Apex-Brasil** contou com a contribuição dos colaboradores das diversas áreas e parceiros que sugeriram temas relevantes e forneceram dados e relatos sobre as atividades da Agência. **GRI 3.5**

No total, 30 temas foram indicados, que após alinhamento e consolidação, foram agrupados em oito temas relevantes, conforme o gráfico abaixo. **GRI 4.17**



**Fonte:** Diretrizes para Sustentabilidade

## Como ler o relatório

Como é possível observar, diversas informações vêm seguidas por uma indicação “GRI”. Isso acontece porque a **Apex-Brasil** estruturou seu relatório com base nas diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI). e, de acordo com essa organização os indicadores precisam identificar a qual item do modelo as informações se referem. A partir da página 56 ao final do relatório, encontra-se um índice remissivo com mais detalhes sobre cada um dos itens. **GRI 3.12**

Além de todos os dados encontrados neste documento, é possível buscar informações adicionais e mais esclarecimentos nos links indicados nas páginas seguintes ou por meio de solicitação pelos contatos:

- » [www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)
- » (55 61) 3426-0202
- » SBN Quadra 02, Lote 11, Ed. **Apex-Brasil**, Brasília (DF), CEP 70040-020.
- » e-mail: [urc@apexbrasil.com.br](mailto:urc@apexbrasil.com.br) **GRI 3.4**





# A APEX-BRASIL

O Brasil e  
as empresas  
crescendo  
juntos





# 1. PERFIL

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (**Apex-Brasil**) tem uma trajetória pautada pela inovação na condução de suas atividades e na construção de parcerias sólidas com o governo e entidades setoriais. **GRI 2.1**

Ao longo de sua existência, a **Apex-Brasil** tem ampliado e aperfeiçoado os produtos e serviços que oferece, com o objetivo de aumentar a competitividade das empresas brasileiras e fortalecer a imagem e o posicionamento do Brasil no exterior. Na atração de investimentos estrangeiros diretos, seu foco é na identificação de oportunidades de negócios para os setores produtivos e no apoio ao investidor estrangeiro.

Agora, a Agência está em uma nova fase de sua história. Um período iniciado com a definição da missão e visão de futuro da instituição e dos objetivos a serem alcançados, explicitados em seu Mapa Estratégico. Essa estruturação, construída a partir de um extenso e profundo trabalho colaborativo que envolveu todos os setores da Agência, coloca maior foco sobre os diferenciais competitivos do Brasil relacionados à capacidade de inovação e à valorização da sustentabilidade no ambiente dos negócios.

## MISSÃO **GRI 4.8**

*Desenvolver a competitividade das empresas brasileiras, promovendo a internacionalização dos seus negócios e a atração de investimentos estrangeiros diretos (IED).*

## VISÃO

*O Brasil no mundo: Inovador, Competitivo e Sustentável*



## 2. HISTÓRIA

Em 15 anos, o Brasil evoluiu muito. Hoje, como 7<sup>ª</sup> maior economia do mundo, detém grande expressividade e importância política e econômica no cenário global. Em 1998, quando o País deu início a uma ampla estratégia para fortalecer o comércio exterior e se posicionar como um *player* competitivo internacionalmente, foram definidas, entre outras frentes de atuação, a criação da **Apex-Brasil**.

Naquele ano, a Agência foi criada como uma gerência especial do Sebrae Nacional (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). A partir de 2003, passou a funcionar de maneira independente sob a forma de Serviço Social Autônomo, sendo reconhecida por meio de Decreto Presidencial como uma associação civil sem fins lucrativos e de utilidade pública. **GRI 2.1 GRI 2.6**

Desde então, as diferentes iniciativas conjuntas dos setores público e privado, o amadurecimento e consolidação de políticas de promoção das exportações brasileiras, bem como os desdobramentos na economia global e o crescimento econômico brasileiro foram alguns dos fatores que ajudaram a alcançar uma nova realidade.

Um exemplo dessa mudança de cenário é que, enquanto em 1998, as exportações brasileiras somavam 51.1 milhões de dólares e representavam 6,1% do Produto Interno Bruto (PIB), em 2012, as exportações passaram a representar 10,7% do (PIB), somando US\$ 242,5 bilhões<sup>2</sup>.

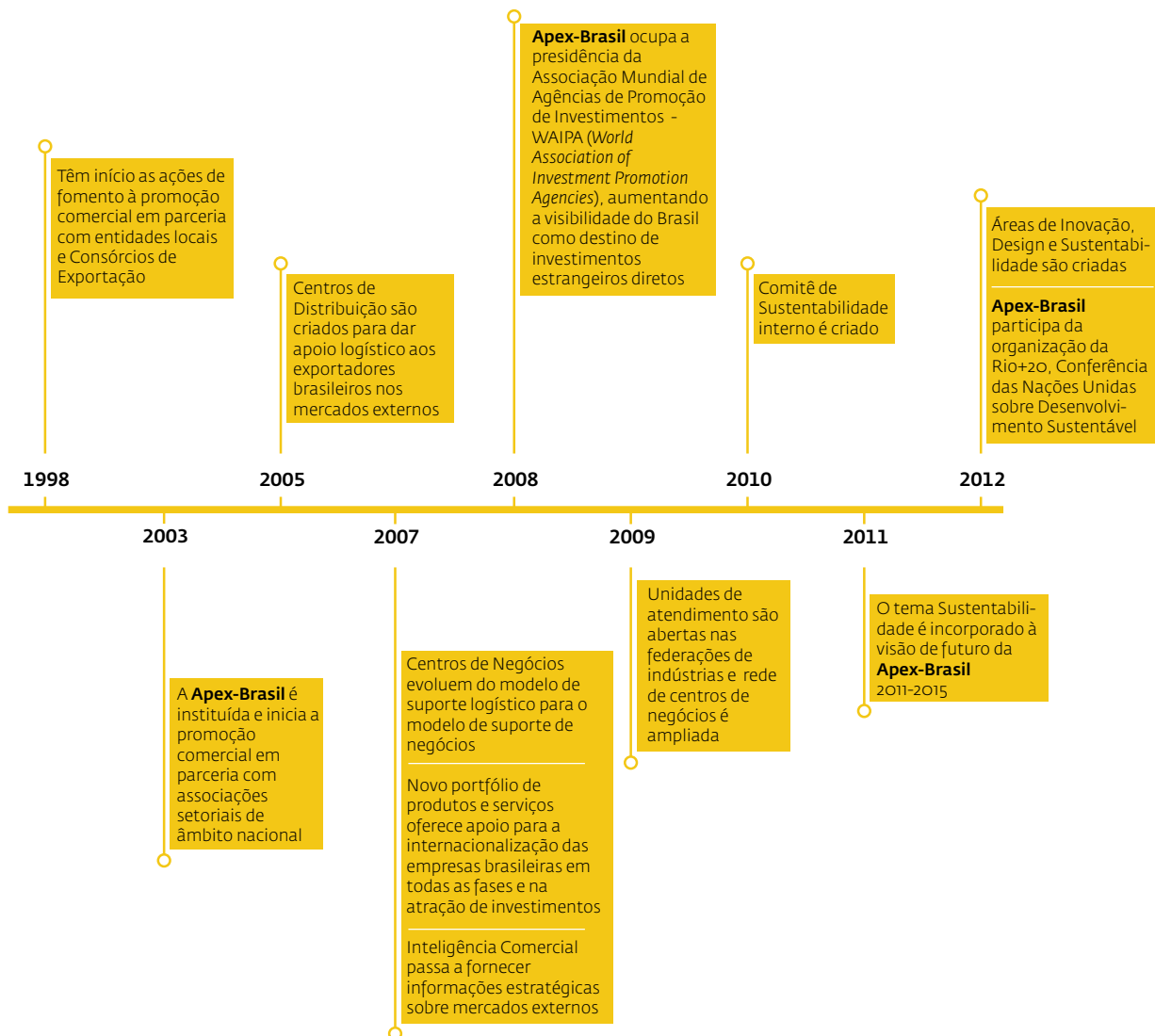
Nesse período, a Agência também cresceu. Aprimorou seu modelo de atuação, expandiu a oferta de produtos, serviços e sua rede de atendimento às empresas nacionais. Ampliou seu quadro de colaboradores e desenvolveu uma sólida rede de relacionamentos junto aos setores público e privado, reforçando seu papel de articuladora entre as partes envolvidas. Como resultado, a **Apex-Brasil** adquiriu uma *expertise* que lhe permite atender às diferentes necessidades de empresas e setores, com soluções inovadoras e em contínuo processo de melhoria. Tudo para apoiar o país em seus desafios de crescimento sustentável. **GRI 1.2**

---

1 Fundo Monetário Internacional, FMI, 2012

2 IBGE, Contas Nacionais e MDIC

## LINHA DO TEMPO



15 anos de muito trabalho e reconhecimentos. GRI 2.10

2009

*Global Investment Promotion Benchmark<sup>1</sup>*

*Reconhecida pelo Banco Mundial como a Agência que forneceu um dos melhores atendimentos ao investidor estrangeiro, colocando o Brasil como o segundo melhor país do mundo no atendimento aos investidores. A pesquisa, que é realizada a cada dois anos, analisou a capacidade e qualidade de atendimento de 181 agências em todo mundo.*

2010

*TPO Network Awards<sup>2</sup>*

*Escolhida pelo International Trade Center (ITC), da Organização das Nações Unidas (ONU), como a melhor Agência de promoção comercial do mundo, entre os países em desenvolvimento. O prêmio TPO Network Awards é bianual e reúne agências de 60 países.*

*A Agência ganhou com as melhores práticas para o case do Projeto Expansão Industrial Exportadora (PEIEX), que abordou empresas de vários setores do estado de Minas Gerais. O estudo sobre a distribuição de melhorias e os impactos do projeto naquela região mostrou que, entre outros resultados, o crescimento nas vendas, lucro e mercado foi de 24%. Já em melhoria dos processos de gestão, o PEIEX analisado atingiu 23% e a melhoria nos processos produtivos ficou em 15%.*

2012

*Global Investment Promotion Benchmark (GIPB)<sup>3</sup>*

*O Banco Mundial publica periodicamente um estudo comparativo das melhores práticas adotadas pelas agências de atração de investimentos. Em 2012, foram avaliadas 189 entidades (nacionais e subnacionais), e a Apex-Brasil obteve a melhor classificação no atendimento na área de turismo.*

1 [www.wbginvestmentclimate.org/uploads/GIPB2009.SummaryReport.pdf](http://www.wbginvestmentclimate.org/uploads/GIPB2009.SummaryReport.pdf)

2 <http://www.intracen.org/trade-support/tpo/2010-awards/>

3 [www.wbginvestmentclimate.org/uploads/Global%20Investment%20Promotion%20Best%20Practices\\_web.pdf](http://www.wbginvestmentclimate.org/uploads/Global%20Investment%20Promotion%20Best%20Practices_web.pdf)

# 3. GOVERNANÇA CORPORATIVA

A Lei nº 10.668, de 14 de maio de 2003, que autorizou o Poder Executivo a instituir a **Apex-Brasil** como Serviço Social Autônomo, definiu o Contrato de Gestão com a União como principal instrumento de avaliação do desempenho operacional e administrativo da Agência. Esse instrumento estipula as metas e objetivos, os prazos e responsabilidades para sua execução e especifica os critérios para avaliação da aplicação de recursos. **GRI 4.9**

Para atender sua atividade-fim, a **Apex-Brasil** conta com três estruturas de Governança: o Conselho Deliberativo, o Conselho Fiscal e a Diretoria Executiva. **GRI 4.1**



## Conselho Deliberativo

É o órgão superior de direção da **Apex-Brasil** e é formado por oito conselheiros indicados por órgãos e entidades. Foi estabelecido pelo Decreto Presidencial nº 4.584, de 5 de fevereiro de 2003 e alterado pelo Decreto 8018/2013:

- » Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC
- » Ministério das Relações Exteriores – MRE
- » Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República
- » Câmara de Comércio Exterior – CAMEX
- » Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES
- » Confederação Nacional da Indústria – CNI
- » Associação de Comércio Exterior do Brasil – AEB
- » Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Cada órgão indica um representante e seu suplente para um mandato de dois anos, havendo a possibilidade de apenas uma reeleição. Os conselheiros indicados não recebem remuneração. Um dos membros é eleito por seus pares para ocupar o cargo de presidente do Conselho Deliberativo.

**GRI 4.7**

## Conselho Fiscal

É responsável pela fiscalização e controle interno da **Apex-Brasil**, e é formado por três membros indicados pelos seguintes órgãos e entidades:

- » Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC
- » Câmara de Comércio Exterior – CAMEX
- » Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

## Diretoria Executiva

É responsável pela gestão da **Apex-Brasil** de acordo com a política e as estratégias estabelecidas pelo Conselho Deliberativo. Ela é composta por três membros - um presidente e dois diretores - com reconhecida experiência no exercício de atividades relacionadas ao comércio exterior.

O presidente da Diretoria Executiva é indicado pelo Presidente da República e os dois diretores são indicados pelo Conselho Deliberativo e nomeados pelo presidente da **Apex-Brasil**. Os três integrantes são empossados para um mandato de quatro anos, podendo ser reeleitos uma vez. **GRI 4.7**

### COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA EXECUTIVA – AGOSTO 2013 °

|                 |                                 |
|-----------------|---------------------------------|
| Mauricio Borges | Presidente                      |
| Ricardo Santana | Diretoria de Negócios           |
| Tatiana Porto   | Diretoria de Gestão Corporativa |

A composição das diretorias e os currículos dos conselheiros estão disponíveis no site da **Apex-Brasil**, no link: <http://www2.apexbrasil.com.br/sobre/quem-somos/onde-estamos>.

## PRESTAÇÃO DE CONTAS

GRI 4.9 GRI 4.14 GRI 4.17

*Por ser Serviço Social Autônomo, a Apex-Brasil emite relatórios e pareceres que permitem aos órgãos e entidades responsáveis avaliar a aplicação dos recursos e o seu desempenho. Em razão de previsão legal (arts. 17 e 18 da Lei nº 10668/2003), o Tribunal de Contas da União (TCU) fiscaliza a execução do contrato de gestão, cabendo à Apex-Brasil remeter a esse Tribunal, anualmente, as contas da gestão anual anterior aprovadas pelo Conselho Deliberativo.*

*A instituição ainda é aberta a receber técnicos da Controladoria Geral da União (CGU), cujas análises contribuem significativamente para a evolução e transparência no processo de prestação de contas. Apex-Brasil também apresenta anualmente ao MDIC relatório sobre a execução do contrato de gestão do exercício anterior. Todas essas informações estão disponíveis em um canal específico no site da Agência, no endereço eletrônico <http://www2.apexbrasil.com.br/sobre/transparencia>.*

*Uma das metas da Apex-Brasil para 2014 é consolidar e publicar seu Código de Ética, cuja versão preliminar foi construída a partir de um amplo processo de discussão e análise dos colaboradores e norteada pelos objetivos estratégicos da Agência. Esse é um passo importante para aumentar sua capacidade de fortalecer o relacionamento ético e transparente com as empresas e setores produtivos brasileiros.*

## 4. MODELO DE ATUAÇÃO

A atuação da **Apex-Brasil** se desenvolve por meio de uma plataforma de canais de comunicação e de uma ampla rede de relacionamentos. A Agência conta com um conjunto de produtos e serviços que, de maneira integrada, orientam as empresas nacionais na internacionalização e no fortalecimento de setores estratégicos para o desenvolvimento do Brasil.

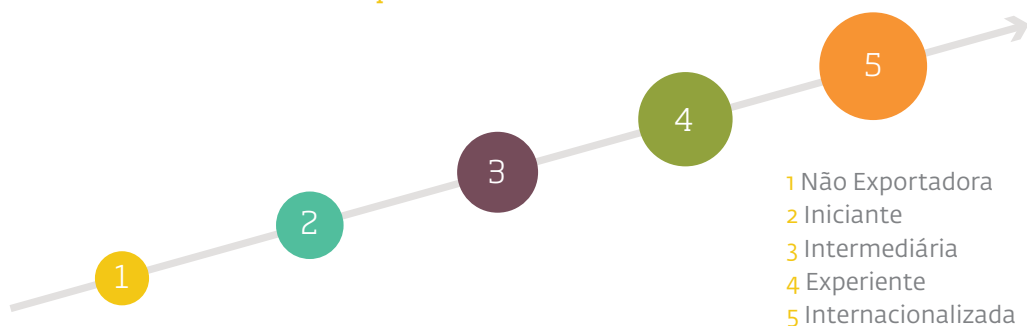
Os principais públicos-alvo atendidos são as empresas brasileiras, as entidades setoriais, os investidores estrangeiros e os parceiros institucionais. **GRI 4.14**

### Públicos-alvo



Para obter maior êxito em sua estratégia e oferecer os produtos e serviços mais adequados aos exportadores brasileiros, a **Apex-Brasil** desenvolveu uma metodologia que classifica as empresas em cinco perfis diferentes, de acordo com seu nível de maturidade exportadora:

### Níveis de maturidade exportadora



## 5. ESTRUTURA OPERACIONAL

A **Apex-Brasil** conta com uma rede operacional distribuída em todo o território nacional e em diversos continentes. Com sede em Brasília (DF), a Agência possui, ainda, nove Centros de Negócios (CNs) localizados nos principais mercados globais. No país, as Unidades de Promoção estão instaladas junto aos escritórios dos Centros Internacionais de Negócios (CINs) das Federações de Indústrias. Além disso, há 31 Núcleos Operacionais (NOs) do Projeto Extensão Industrial Exportadora (PEIEX), localizados em 12 estados brasileiros e no Distrito Federal. **GRI 2.3 GRI 2.4 GRI 2.5**



- » Região do Paranhana, Encosta da Serra e Hortênsias do Rio Grande do Sul - **Taquara**
- » **Goiânia**
- » Vale do Sinos do Rio Grande do Sul - **Novo Hamburgo**
- » Vale do Itajaí - **Blumenau**
- » Região Oeste - **Chapecó**
- » Região Metropolitana de **Curitiba**
- » Região Metropolitana de **Londrina**
- » Região Metropolitana de **Maringá**
- » Região Metropolitana de **Cascavel**
- » **Grande São Paulo**
- » Região Metropolitana de **Maceió**
- » Portal do Sertão - **Feira de Santana**
- » Centro-Oeste de Minas - **Divinópolis**
- » Região Metropolitana **Belo Horizonte**
- » Sul de Minas - **Santa Rita do Sapucaí**
- » Triângulo Mineiro - **Uberlândia**
- » Vale do Aço - **Ipatinga**
- » Zona da Mata - **Juiz de Fora**
- » Região Metropolitana **Porto Alegre**
- » Serra Gaúcha - **Caxias do Sul**
- » **Pelotas**
- » Região Metropolitana de **Aracajú**
- » Região Metropolitana de **Recife**
- » Região Metropolitana de **Fortaleza**
- » Região Serrana do Estado do **Rio de Janeiro**
- » Fronteira Noroeste do **Rio Grande do Sul Ijuí**
- » Região do vale do Rio Pardo e Região Central do Rio Grande Sul - **Santa Cruz do Sul**
- » Região do Vale do Taquari e Vale do Caí do Rio Grande do Sul - **Lajeado**
- » **Erechim**
- » **Brasília**
- » Região Metropolitana de **Ribeirão Preto**



*"A parceria com a **Apex-Brasil** tem sido extremamente produtiva e com resultados muito impactantes. Desde o início, esse projeto tem como objetivo principal melhorar a imagem do etanol para mercados altamente competitivos, como o norte americano e o europeu. A partir de escritório local, em Washington, nos EUA, e em Bruxelas, na Bélgica, temos desenvolvido uma série de ações com resultados muito bons."*

**Eduardo Leão**, diretor executivo da ÚNICA (União da Indústria de Cana de Açúcar)





Bruxelas



Moscou



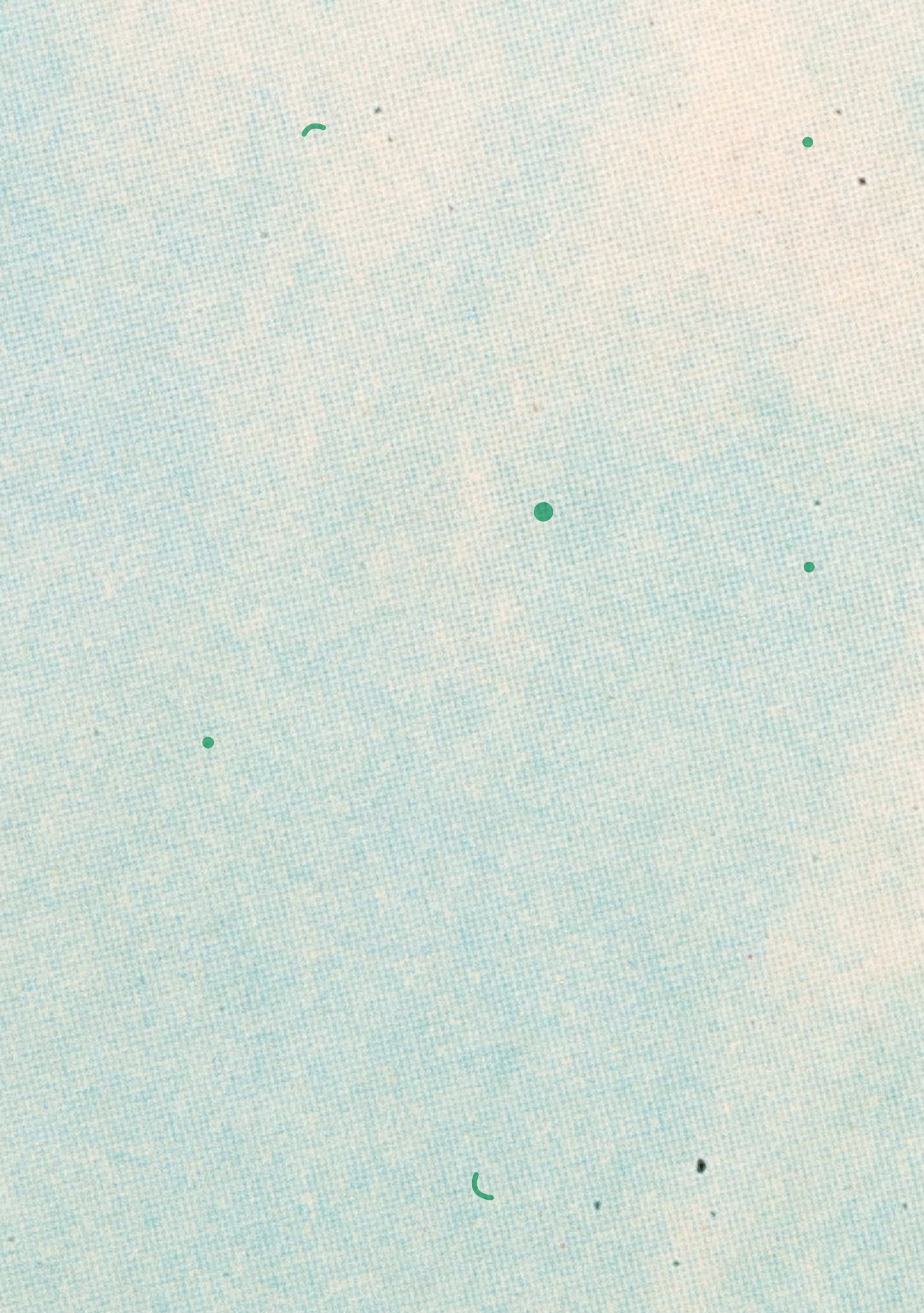
Pequim



Dubai



Luanda





# APEX-BRASIL EM AÇÃO

As estratégias e  
ações que levam  
o país cada vez  
mais longe.

A **Apex-Brasil** considera que o processo de internacionalização envolve três grandes fases: inserção internacional, consolidação em mercados internacionais e expansão das operações internacionais. Cada um desses períodos requer uma abordagem diferenciada, com produtos e serviços próprios a seus objetivos específicos.

Quando o foco é a atração de investimentos estrangeiros diretos, por exemplo, a Agência aplica a metodologia disseminada pelo Banco Mundial. Ou seja, contempla o processo padrão de tomada de decisão de um investidor. Com base nas necessidades de seus públicos-alvos, os produtos e serviços são organizados em categorias de forma a dar uma sequência lógica de soluções às empresas brasileiras nesses ciclos.

## Categorias de produtos e serviços:

Os produtos e serviços são divididos em seis categorias. Em cada uma delas são consideradas as particularidades e as necessidades específicas dos setores atendidos. **GRI 2.2**

1. Inteligência de Mercado
2. Qualificação Empresarial
3. Estratégias para Internacionalização
4. Promoção de Negócios e Imagem
5. Atração de Investimentos
6. Ações Estratégicas

Com base na identificação sobre o nível de maturidade da empresa, a Agência pode atender com mais precisão as demandas específicas em cada etapa. A partir da representação visual do **Ciclo de Internacionalização** e do **Ciclo de Atração de Investimentos Internacionais** é possível identificar como as categorias de produtos e serviços são aplicados para otimizar os processos e resultados.

## Ciclo de Internacionalização

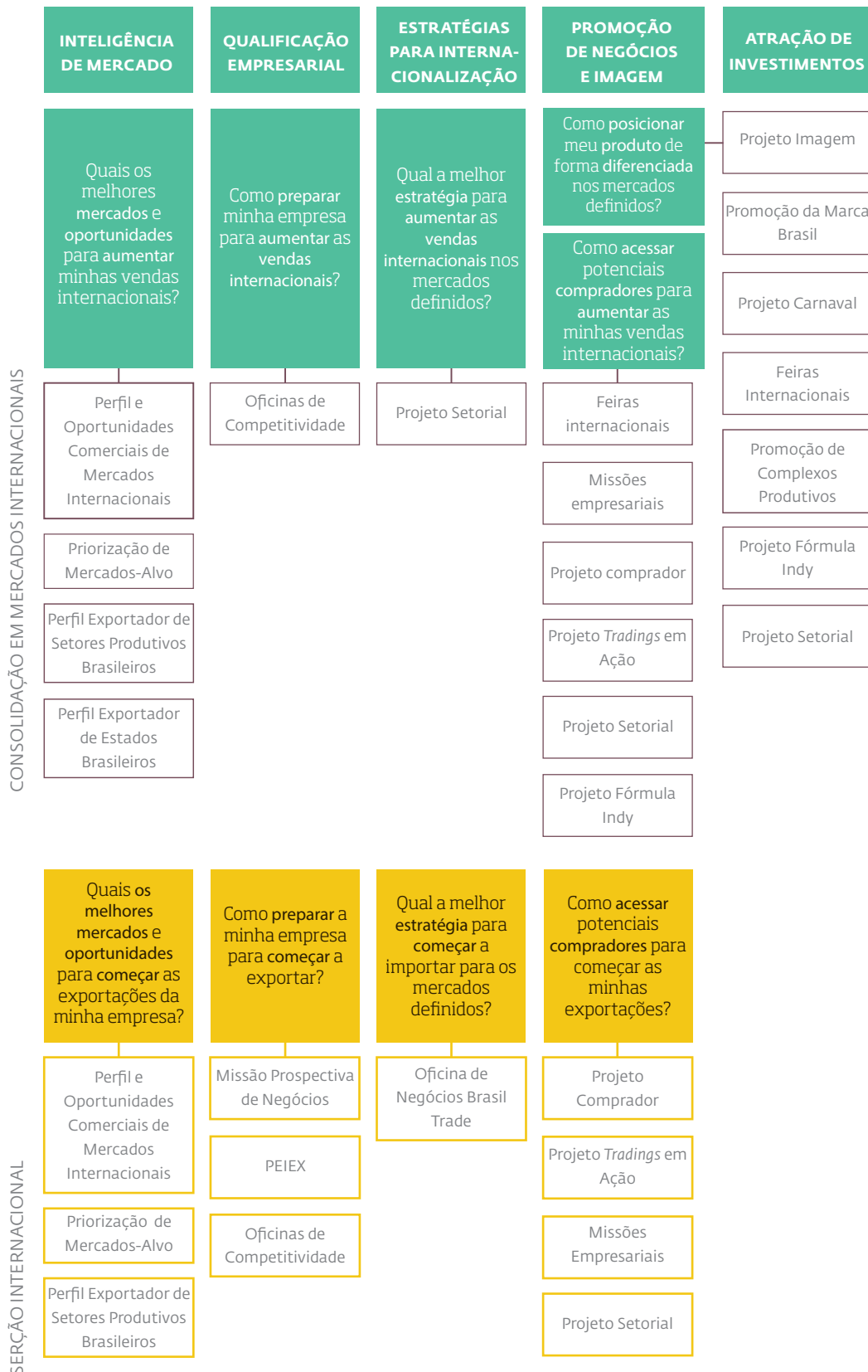
|  | INTELIGÊNCIA DE MERCADO   | QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL   | ESTRATÉGIAS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO   | PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS E IMAGEM   | ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS   |
|--|---|--|--|---|--|
| <b>EXPANSÃO DAS OPERAÇÕES INTERNACIONAIS</b> | Quais os melhores mercados e oportunidades para expansão das minhas operações internacionais? | Como preparar minha empresa para expandir minhas operações internacionais? | Qual a melhor estratégia para expandir minhas operações internacionais nos mercados definidos? | Como gerar mais negócios a partir da expansão das minhas operações internacionais?  | Como preparar minha empresa para receber Investimento Estrangeiro Direto?<br><br>Como captar IED para minha empresa? |
| <b>CONSOLIDAÇÃO EM MERCADOS</b>              | Quais os melhores mercados e oportunidades para aumentar minhas vendas internacionais?        | Como preparar minha empresa para aumentar as vendas internacionais?        | Qual a melhor estratégia para aumentar as vendas internacionais nos mercados definidos?        | Como posicionar meu produto de forma diferenciada nos mercados definidos?<br><br>Como acessar potenciais compradores para aumentar as minhas vendas internacionais? |  |
| <b>INSERÇÃO INTERNACIONAL</b>                | Quais os melhores mercados e oportunidades para começar as exportações da minha empresa?      | Como preparar a minha empresa para começar a exportar?                     | Qual a melhor estratégia para começar a exportar para os mercados definidos?                   | Como acessar potenciais compradores para começar as minhas exportações?   |  |

INTERNACIONALIZADA  
EXPERIENTE  
INTERMEDIÁRIA  
INICIANTE  
NÃO EXPORTADORA

## Ciclo de Atração de Investimentos Estrangeiros Diretos

|   | ESTRATÉGIA DE INVESTIMENTOS                                     | SELEÇÃO DE PAÍS  | DEFINIÇÃO DO INVESTIMENTO                            | REINVESTIMENTO  |
|---|---|--|--|---|
| <b>INVESTIMENTOS ESTRANGEIROS DIRETOS</b> | O Brasil se encaixa na minha estratégia de internacionalização? | Por que o Brasil pode ser considerado um destino para se investir? | Quais localidades no Brasil atendem meus requisitos? | Por que eu devo considerar a expansão do meu negócio no Brasil? |
|   |   | Por que o Brasil é o mais indicado para se investir?               | Entre essas, qual alternativa mais adequada?         |   |

## Interface entre os serviços



# 1. INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Os produtos e serviços desta categoria têm o objetivo de entender os mercados-chave internacionais, identificar as fragilidades e fortalezas de cada setor e alinhar esses elementos ao complexo cenário global e sua dinâmica acelerada. Existem, também, estudos e análises de mercados que visam orientar as empresas e os parceiros em relação às melhores oportunidades para os seus negócios.

- » Estudos de mercado
- » Mercados estratégicos - perfil e oportunidades

- » Perfil exportador dos setores brasileiros
- » Perfil exportador dos estados brasileiros<sup>6</sup>

<sup>6</sup> A descrição completa de cada produto e serviço pode ser encontrada no site da **Apex-Brasil**.

## PERFIL E OPORTUNIDADES COMERCIAIS DE MERCADOS INTERNACIONAIS

Tudo o que as empresas precisam saber para entrar no mercado internacional.

*Esse estudo serve aos empresários brasileiros como ferramenta para facilitar as decisões de entrada em mercados internacionais.*

*São analisadas informações sobre o ambiente de negócios, o fluxo de comércio, a concorrência, as tendências macroeconômicas, os hábitos de consumo, as barreiras tarifárias e não tarifárias, entre outras.*

*As análises são baseadas em:*

- » *Entrevistas com empresários, varejistas e instituições feitas durante missões prospectivas ao país.*
- » *Dados de bases mundialmente reconhecidas, como Euromonitor, The Economist Intelligence Unit, Comtrade, GTIS, entre outras.*

A photograph of three men in light-colored suits and white shirts, smiling warmly. The man on the left is a Black man, the man in the middle is a white man, and the man on the right is a white man with grey hair. They are positioned in a row, with the man on the right being the most prominent in the foreground.

## 2. QUALIFICAÇÃO EMPRESARIAL

Quais diferenciais em gestão, inovação e capacidade empreendedora são fundamentais na internacionalização ou na atração de investimentos estratégicos para o país? Para orientar nessas e em outras estratégias de promoção do desenvolvimento das empresas nacionais, a **Apex-Brasil** oferece consultorias e assessorias específicas.

- » Projeto Extensão Industrial Exportadora (PEIEX)
- » Oficinas de Competitividade
- » Missão Prospectiva de Negócios
- » Programa de Capacitação em Internacionalização (InterCom)



## Um primeiro passo em direção à internacionalização.

*O projeto é voltado prioritariamente para as micro, pequenas e médias empresas não exportadoras ou iniciantes em comércio exterior. A metodologia busca, por meio de ações de extensão industrial realizadas por técnicos de instituições de ensino e pesquisa, incrementar a competitividade e promover a cultura exportadora empresarial.*

**GRI 4.14 GRI 4.15 GRI 4.16 GRI 4.17**

*O PEIEX é operacionalizado por meio de convênio entre Apex-Brasil e instituições acadêmicas ou empresariais. São 31 núcleos operacionais presentes em 12 estados: Alagoas, Bahia, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe, e no Distrito Federal.*

*Em 2012, o PEIEX atendeu três mil empresas, e realizou cinco oficinas de competitividade e sete missões prospectivas de negócios a seis países (Colômbia, Alemanha, Moçambique, Cuba, Inglaterra e Noruega).*

*“O PEIEX chegou até a gente por meio da Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG) e nos ajudou a estruturar a nossa empresa, a BrasMel, para desenvolver nossa estratégia de negócios para a exportação. O fato de o nosso mel ser um produto orgânico, saudável e ser brasileiro é um diferencial para minha empresa. O investimento que temos feito em sustentabilidade dá retorno imediato no nosso modelo de negócios.”*

**Gustavo Bolfim**, sócio diretor da BrasMel

## 3. ESTRATÉGIAS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO

Compõem um conjunto de serviços com o objetivo de orientar empresas e parceiros na definição de estratégias para inserção e avanço no processo de internacionalização.

» Oficina de Negócios Brasil Trade

» Apoio à instalação no exterior

### BRASIL TRADE

O fim das fronteiras para o mercado externo.

*O Programa Brasil Trade aproxima micro, pequenas e médias empresas produtoras de bens e serviços das empresas comerciais exportadoras (ECEs) especializadas em mercados internacionais e/ou setores.*

*O Programa permite que as primeiras se preocupem apenas em produzir, e as segundas, apenas em exportar.*

*Uma dinâmica que traz muito mais benefícios para todos os envolvidos e coloca os produtos brasileiros em vitrines de todo o mundo.*

**GRI 4.14 GRI 4.15 GRI 4.16 GRI 4.17**

## 4. PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS E IMAGEM

Ações para facilitar o acesso das empresas brasileiras aos mercados internacionais por meio do contato direto com parceiros de negócios. São realizadas, entre outras atividades, feiras e missões internacionais. Também fazem parte desse grupo, os serviços voltados para a promoção da imagem do Brasil nos mercados externos, envolvendo estratégias de marketing e de relacionamento.

- » Projeto Setorial
- » Projeto *Tradings* em Ação

- » Projeto Comprador
- » Feiras Internacionais
- » Missões Empresariais

- » Promoção de Complexos Produtivos
- » Promoção de Negócios Customizada

- » Projeto Fórmula Indy
- » Projeto Carnaval
- » Promoção da Marca Brasil

### PROJETO FÓRMULA INDY

Uma plataforma inovadora de promoção comercial.

*O projeto, desenvolvido pela Apex-Brasil, utiliza o ambiente das corridas da categoria mais importante do automobilismo norte-americano para promover ações de divulgação de produtos e serviços brasileiros no exterior e encontros entre empresários brasileiros e potenciais clientes estrangeiros.*

*A geração de negócios pelas empresas participantes do projeto vem crescendo a cada ano. Em 2009, o valor estimado de vendas externas brasileiras ficou em US\$ 340 milhões, número que passou para US\$ 589 milhões em 2010 e US\$ 897,6 milhões em 2011.*

*"As ações de promoção internacional são importantes porque abrem portas para as indústrias que querem exportar ao permitir o contato direto com possíveis novos clientes e mercados. Na nossa área, de saúde, por exemplo, o mercado internacional é um grande desafio. Todo o apoio e ferramentas da Apex-Brasil, bem como a troca de experiência com outros fabricantes do setor tem ajudado nesse nosso processo de internacionalização."*

**Marcelo Barroso**, diretor de marketing da Nova DFL

## 5. ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS DIRETOS (IED)

As atividades desenvolvidas para atrair investimentos estrangeiros estão pautadas em setores estratégicos da economia brasileira. O objetivo é atrair empresas estrangeiras para se instalarem no Brasil, com foco naquelas que atuam em segmentos de interesse para o desenvolvimento do país. Existe preferência por empreendimentos que possibilitem o adensamento das cadeias produtivas, a transferência de tecnologia, o aumento e a diversificação das exportações, entre outros benefícios para a economia nacional.

A **Apex-Brasil** possui diversas ações especialmente elaboradas para atrair investimentos estrangeiros. Entre elas, o fornecimento de informações relevantes sobre o Brasil, como organização política administrativa e jurídica; estudos de mercado e elaboração de proposta de valor para o investidor estrangeiro; apoio para identificação da melhor localidade para investir; orientação e acompanhamento na realização de visitas técnicas; ações de promoção da imagem do Brasil no exterior; e realização de rodadas de investimentos para aproximar empresas nacionais selecionadas de possíveis investidores. Uma gama de atividades com a finalidade de encurtar distâncias e estimular o desenvolvimento de todos os envolvidos e do Brasil.

» Realização de Fóruns de Investimento

» Identificação de Oportunidades de Investimento no Brasil  
» Seminários *Invest in Brazil*

» Guia Legal para o Investidor Estrangeiro no Brasil

» Assessoria ao Investidor Estrangeiro

Ao aproximar empresas e investidores, a Apex-Brasil cria muitas oportunidades

*A Apex-Brasil promove fóruns específicos com fundos de investimentos, gerando oportunidades para que as empresas se apresentem aos investidores. Além dessas reuniões, são realizadas rodadas de negócios no exterior com investidores qualificados e fundos internacionais.*

# 6. AÇÕES ESTRATÉGICAS

Ações que contribuem para a internacionalização de empresas, assim como para a atração de investimento estrangeiro direto voltado às entidades setoriais e aos parceiros institucionais da **Apex-Brasil**.

» Qualificação em Inovação, Design e Sustentabilidade

» Inteligência Competitiva

» Treinamento em Inteligência Comercial

» Suporte à Defesa dos Interesses Comerciais

## DESIGN EXPORT

*Tem o objetivo de apoiar empresas brasileiras no desenvolvimento de produtos e serviços inovadores e de bom design voltados à exportação. A metodologia da consultoria e da capacitação estimulam a inovação pelo design de forma simples, didática e objetiva. O programa é voltado para empresas e entidades apoiadas pela Apex-Brasil e que já estão comprometidas com projetos voltados à exportação.*

## DESIGN EMBALA

*Promove a qualificação das empresas exportadoras em relação ao design de embalagens como diferencial competitivo para os produtos brasileiros, agregando os aspectos de sustentabilidade no desenvolvimento, produção e uso das embalagens.*

*Criados em abril de 2013, esses serviços integram as iniciativas que compõem o Ano da Inovação e Design Apex-Brasil.*





# RELACIONAMENTOS

Parcerias para  
grandes conquistas  
e resultados





Além de todas as ações técnicas e operacionais para promover a exportação dos produtos e serviços e a internacionalização das empresas brasileiras, a **Apex-Brasil** desenvolve um intenso trabalho de relacionamento com todas as partes envolvidas nesse processo. Como organização, busca também estabelecer com seus colaboradores, fornecedores e demais parceiros um ambiente ético e proativo. [GRI 4.14](#) [GRI 4.15](#) [GRI 4.16](#) [GRI 4.17](#)



# 1. RELACIONAMENTOS INSTITUCIONAIS

A proximidade com as entidades setoriais e outros parceiros institucionais é fundamental para que a Agência possa atingir seus objetivos. Somente com essa aproximação é possível somar conhecimentos e direcionar esforços para atuar em toda a cadeia produtiva desses setores. Até atingir, com sucesso, a outra ponta da cadeia, no mercado internacional.

A **Apex-Brasil** promove eventos setoriais e técnicos para disseminar conhecimento, estimular a troca de experiências e avançar em objetivos comuns com empresas, governos, universidades, imprensa e sociedade em geral. A atuação da Agência estende-se, também, ao monitoramento de decisões e tendências que possam impactar as exportações e os fluxos de Investimento Estrangeiro Direto (IED).

Na Europa, as ações de defesa de interesses setoriais são desenvolvidas pelo *Brazilian Business Affairs* (BBA), escritório da **Apex-Brasil** de relacionamento com os organismos da União Europeia e de acompanhamento de suas decisões e tendências. Já nos Estados Unidos, a **Apex-Brasil** se filiou ao *Brazil Industries Coalition* (BIC), instituição que atua no monitoramento de informações estratégicas sobre a política econômica norte-americana. **GRI 505**

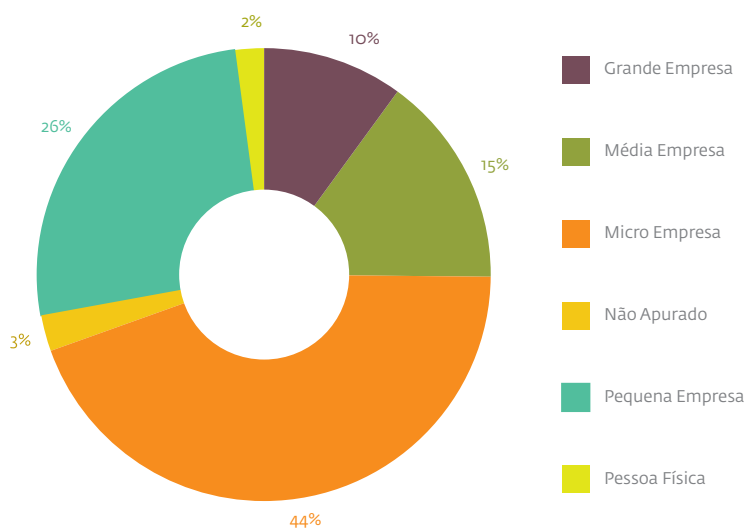
## PRINCIPAIS STAKEHOLDERS **GRI 4.14**

- » **Colaboradores**
- » **Empresas brasileiras**
- » **Entidades setoriais**
- » **Investidores estrangeiros**
- » **MDIC**
- » **Outros ministérios**
- » **CNI**
- » **ABDI**
- » **SEBRAE**
- » **AEB**
- » **BNDES**

## 2. RELACIONAMENTO COM CLIENTES

A excelência no atendimento é prioridade para a **Apex-Brasil**, que trabalha com produtos e serviços diferenciados para cada tipo de empresa.

No ano de 2012 foram atendidas 12.400 empresas, sendo mais de 80% delas, de micro, pequeno e médio portes.



| PORTE MDIC      | QTDE EMPRESAS APOIADAS |
|-----------------|------------------------|
| Grande Empresa  | 1.239                  |
| Média Empresa   | 1.897                  |
| Micro Empresa   | 5.481                  |
| Não Apurado     | 327                    |
| Pequena Empresa | 3.193                  |
| Pessoa Física   | 263                    |
| <b>Total</b>    | <b>12.400</b>          |

## Canais de Relacionamento

Para a gestão do relacionamento com seus clientes, a **Apex-Brasil** dispõe de uma plataforma (CRM) que integra sua base de empresas e entidades setoriais. Essa ferramenta permite a geração de relatórios de acompanhamento das demandas, por projeto, e também com o prazo de providência ou resposta para as empresas. Trata-se, portanto, de importante instrumento para a Agência, na medida em que subsidia e prepara os profissionais para lidar com demandas bastante diversas, conferindo maior agilidade e assertividade no atendimento. **GRI PR1**

Existem diversos canais de relacionamento com as empresas. O mais importante é facilitar o acesso à informação e estreitar a relação entre a **Apex-Brasil** e os empreendimentos nacionais.

### GESTORES DE NEGÓCIOS

*Responsáveis pela gestão e execução de grande parte das ações que levam os serviços da Apex-Brasil ao cliente final.*

### CENTRAL DE ATENDIMENTO

*Equipe qualificada para o atendimento receptivo (respostas a demandas por e-mail, telefone e do Fale Conosco) e também para o atendimento ativo (divulgação de serviços, ações e eventos, pesquisas de satisfação etc.). Está totalmente integrada à plataforma CRM.*

### ENTIDADES SETORIAIS

*Canal de relacionamento com as empresas brasileiras atendidas pelos Projetos Setoriais. Essa importante parceria confere grande capilaridade às ações da Agência. Boa parte das ações de interface com as mais de 8 mil empresas é feito via entidades setoriais, e não diretamente pela Apex-Brasil.*

### UNIDADES DE PROMOÇÃO

*Integradas à plataforma de CRM, oferecem atendimento direto e têm por objetivo aproximar os serviços da Apex-Brasil dos empresários em todo o país.*

### PORTAL NA INTERNET

*O site ([www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)) contém informações sobre serviços, ações e eventos promovidos pela Agência, além de disponibilizar todos os relatórios de gestão, planejamento e execução orçamentários, notícias e estudos estratégicos, entre outros.*

### CENTROS DE NEGÓCIOS

*Integrados à plataforma de CRM, possibilita a identificação correta do perfil de internacionalização dos clientes e do serviço mais adequado para suas necessidades.*

### NÚCLEOS OPERACIONAIS DO PEIEX

*Integrados à plataforma de CRM, com formulários específicos para coleta de dados e geração de relatórios, os técnicos dos Núcleos têm condições de conhecer em profundidade as necessidades de empresas que ainda não exportam e oferecer os serviços mais adequados de qualificação para alavancar sua competitividade.*

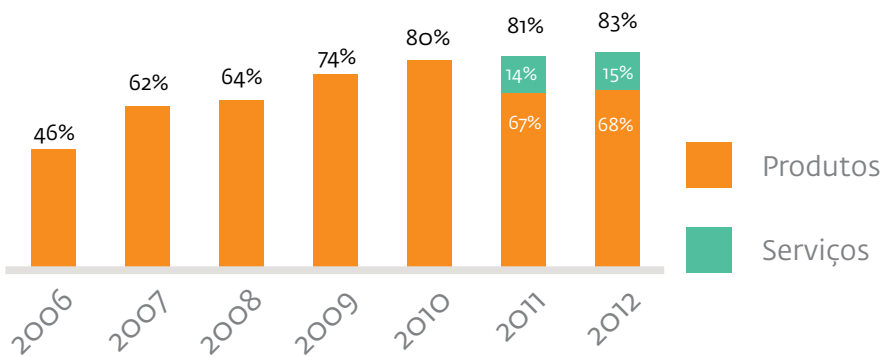
## Projetos Setoriais

Setores apoiados: GRI 2.7

Os projetos, desenvolvidos em parceria com entidades setoriais, visam incentivar a competitividade e promover a geração de negócios internacionais para empresas dos mais diversos setores produtivos brasileiros. **GRI 1.2**

Para atingir estes objetivos os projetos setoriais incluem diversos produtos executados sob demanda conforme as necessidades e os objetivos do setor, tais como: *branding* setorial, estudos de mercado e feiras internacionais. Um exemplo de setor atendido é o da Economia Criativa, que promove a identidade do Brasil e ajuda a movimentar os setores da economia nacional relacionados à produção artística e cultural.

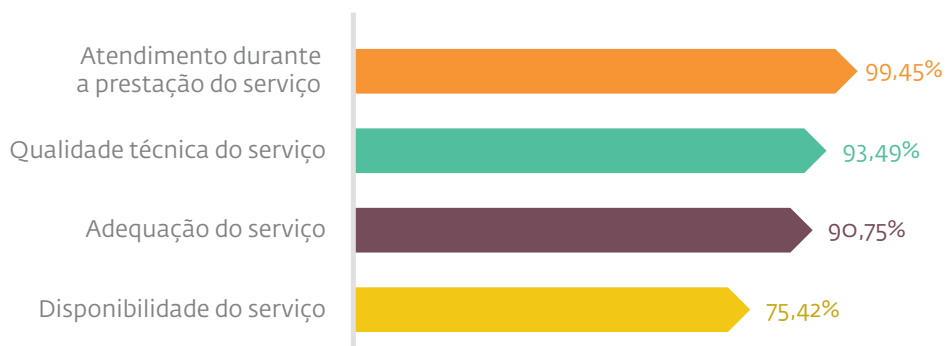
O detalhamento das ações realizadas pela **Apex-Brasil** para cada um dos setores e segmentos produtivos está disponível no Relatório de Gestão 2012 e pode ser acessado no endereço: <http://www2.apexbrasil.com.br/sobre/transparencia>



## Satisfação do Cliente: GRI PR5

Para averiguar a satisfação de seus clientes, a **Apex-Brasil** realiza pesquisas com as empresas atendidas. O objetivo é permitir o constante refinamento da estratégia da Agência para se adequar e superar as expectativas de seus principais clientes.

## Satisfação das Empresas Atendidas pela Apex-Brasil em 2012 por Atributo



## 3. COLABORADORES

A **Apex-Brasil** busca uma atuação que assegure um relacionamento ético e que promova o desenvolvimento de seus colaboradores. São esses profissionais que, comprometidos com os objetivos da Agência, constituem o seu ativo mais importante.

Para esse público, a **Apex-Brasil** definiu um modelo de gestão participativo, no qual os processos de tomada de decisão são balizados por rodadas de discussões e análise das demandas de todas as áreas. Um exemplo desse tipo de abertura e participação é a Associação dos Empregados da **Apex-Brasil** (AEA), criada por iniciativa própria dos colaboradores da **Apex-Brasil** para atuar como uma entidade de classe representativa junto à Agência. O Acordo Coletivo de Trabalho, que atinge 100% dos colaboradores, é negociado diretamente com a AEA e, em conjunto com o sindicato (Senalba), é registrado no Ministério do Trabalho e Emprego. É importante ressaltar, contudo, que o formato de associação não substitui a relação convencional dos colaboradores, que têm total liberdade de associação ao sindicato. **GRI LA4**

### Perfil dos colaboradores

A Agência terminou o ano de 2012 com 286 colaboradores. Deste total 149 (52,1%) do sexo feminino e 137 (47,9%) do sexo masculino. Todos prestam serviço na sede da Agência, em Brasília (DF). **GRI LA1**

| COLABORADORES - 31/12/2012 |            |
|----------------------------|------------|
| Empregados                 | 228        |
| Estagiários                | 50         |
| Menores Aprendizes         | 8          |
| <b>Total</b>               | <b>286</b> |

### Aprendizado Contínuo

O treinamento e a capacitação são fundamentais para o desenvolvimento das ações da **Apex-Brasil**. A atuação da Agência se dá por meio de iniciativas inovadoras e dependentes do protagonismo profissional das equipes envolvidas.

Assim, os investimentos realizados em 2012 são importantes para assegurar a eficiência desse processo e a formação de líderes conectados aos valores e princípios éticos da **Apex-Brasil**. As ações de capacitação ocorreram por meio da participação em eventos internos, como cursos *in company* (desenvolvidos internamente e por terceiros), ações internas de geração, sistematização e disseminação de conhecimento (Cases e Causos, Café com Design, palestras técnicas); e em eventos externos, como cursos abertos de curta duração, graduação, pós-graduação, congressos, seminários, oficinas e *webcasts*. **GRI LA11**

#### GRI LA10

*98,30% dos empregados passaram por algum tipo de capacitação, totalizando 8,70 horas de treinamento por pessoa.*

Somente aos empregados contratados sob regime de “prazo determinado” não é concedido o benefício de Auxílio Educação para cursos de graduação e educação continuada. **GRI LA3**

## Benefícios **GRI LA8**

Para assegurar a saúde e a qualidade de vida de seus colaboradores, a **Apex-Brasil** garante padrões de segurança no ambiente de trabalho e conta com ações adicionais. Alguns exemplos dessas iniciativas são: o Programa de Vacinação Antigripal, a assessoria esportiva por meio do Grupo de Caminhada e Corrida da **Apex-Brasil** e as aulas de pilates, ministradas por professores qualificados.

A Agência oferece, ainda, plano de saúde a todos os empregados e aprendizes, extensivo a dependentes, sem cobrança de custo de contrapartida. O plano oferece cobertura completa, em quarto privativo, além da alternativa de reembolso para consultas ou exames. Vale ressaltar que a **Apex-Brasil** reconhece as relações homoafetivas estáveis, considerando o parceiro ou parceira como dependente, para todos os fins.

O empregado, quando em licença médica por período superior a 15 dias, tem direito ao benefício do auxílio-enfermidade, um recurso pago pela Agência destinado a complementar o valor do auxílio-doença pago pelo INSS (Instituto Nacional de Seguridade Social), e que pode ser concedido por um período de até 12 meses.

Nos casos em que a assistência direta do empregado a familiar enfermo for indispensável e não puder ser prestada simultaneamente com o exercício das atribuições do cargo ou por meio de compensação de horário, a **Apex-Brasil** concede licença remunerada por até 30 dias.

A Agência tem como um de seus benefícios o “Auxílio creche-escola”, para despesas escolares dos dependentes com até 25 anos de idade incompletos. Para empregados que possuem dependentes especiais (pessoas com deficiência), não há limite de idade e o reembolso pode ser realizado para despesas de terapias de apoio.

Em 2013, a **Apex-Brasil** implantou o benefício de Previdência Privada Complementar na modalidade “Contribuição Definida”. O plano está desenhado para adesão voluntária, com a compra do tempo de serviço passado e contribuição paritária do empregado e da Agência. Cada pessoa tem a opção de contribuição de 3% a 8%, recebendo a contrapartida de igual valor da **Apex-Brasil**. **GRI EC3**

## CUIDADO COM A FAMÍLIA

*A Apex-Brasil sabe que a relação entre seus empregados e suas famílias é algo que precisa e merece ser valorizado. Entre as iniciativas para garantir que os profissionais possam se dedicar equilibradamente ao trabalho e às suas famílias, está a extensão do benefício maternidade e paternidade, inclusive nos casos de adoção.*

*Para o auxílio maternidade, o afastamento legal previsto é de 120 dias, no entanto, a Apex-Brasil concede 180 dias. Já para o auxílio paternidade, o afastamento legal é de cinco dias, e o concedido pela agência é de 30 dias. Nos casos de adoção, a agência concede ampliação da licença por mais 60 e 25 dias para a empregada e o empregado adotante, respectivamente, considerando os prazos admitidos pela Previdência Social. Além disso, o empregado tem garantia de emprego por desligamento sem justa causa até o filho completar um ano de idade, ou um ano após a data da adoção.*

### **GRI LA15**

*Para os que possuem contrato sob regime de prazo determinado e para os aprendizes é observado o limite temporal estipulado no contrato de trabalho.*

## 4. FORNECEDORES

Por meio de um relacionamento transparente e desenvolvido sobre bases comerciais éticas, a **Apex-Brasil** contribui para o desenvolvimento de uma cadeia de fornecimento alinhada aos valores e princípios da instituição. Também dissemina a sustentabilidade ao exigir de seus fornecedores, por meio dos processos estabelecidos para a aquisição de produtos e serviços, a adoção de boas práticas de gestão e o pleno cumprimento das normas e legislações estabelecidas.

Como regra, a Agência realiza suas contratações por processo licitatório, por meio de concorrência, convite, concurso, leilão ou pregão (presencial ou eletrônico). A licitação visa selecionar, de forma democrática, a proposta mais vantajosa para a Agência, com base nos princípios básicos da legalidade, impessoalidade, moralidade e do julgamento objetivo. Existem ainda contratações diretas, conforme previsão em regulamento próprio para aquisições.

Nesses processos, a **Apex-Brasil** apresenta, como procedimento de regulação, a exigência do cumprimento de normas e legislações (questões trabalhistas, previdenciária e fiscal), além de condutas socioambientais, como a garantia de que não ocorra utilização de trabalho infantil, nem de trabalho forçado. **GRI HR6 GRI HR7**

Outro exemplo de como a Agência atua para disseminar a sustentabilidade é a exigência de capacitação para a Coleta Seletiva Solidária. Prestadoras de serviços de limpeza, conservação e vigilância devem seguir as normas nos termos do Decreto nº 5.940/2006. A Agência também tem incluído critérios de sustentabilidade ambiental nas licitações, levando em consideração, sempre que possível, os processos de extração ou fabricação, utilização e descarte dos produtos e matérias primas. **GRI EN26**

O quadro abaixo demonstra os investimentos realizados pela **Apex-Brasil** para a aquisição de produtos e serviços, em 2012: **GRI EC6**

| MODALIDADE DE CONTRATAÇÃO   | VALORES CONTRATADOS (EM R\$) |
|-----------------------------|------------------------------|
| <b>Licitação</b>            |                              |
| Convite                     | 583.965,92                   |
| Concorrência                | 582.500,00                   |
| Pregão                      | 10.921.169,71                |
| <b>Contratações Diretas</b> |                              |
| Dispensa                    | 1.045.005,81                 |
| Inexigibilidade             | 151.398,42                   |

Por meio de processos licitatórios eficientes e assertivos, a **Apex-Brasil** também tem conseguido economizar cada vez mais.

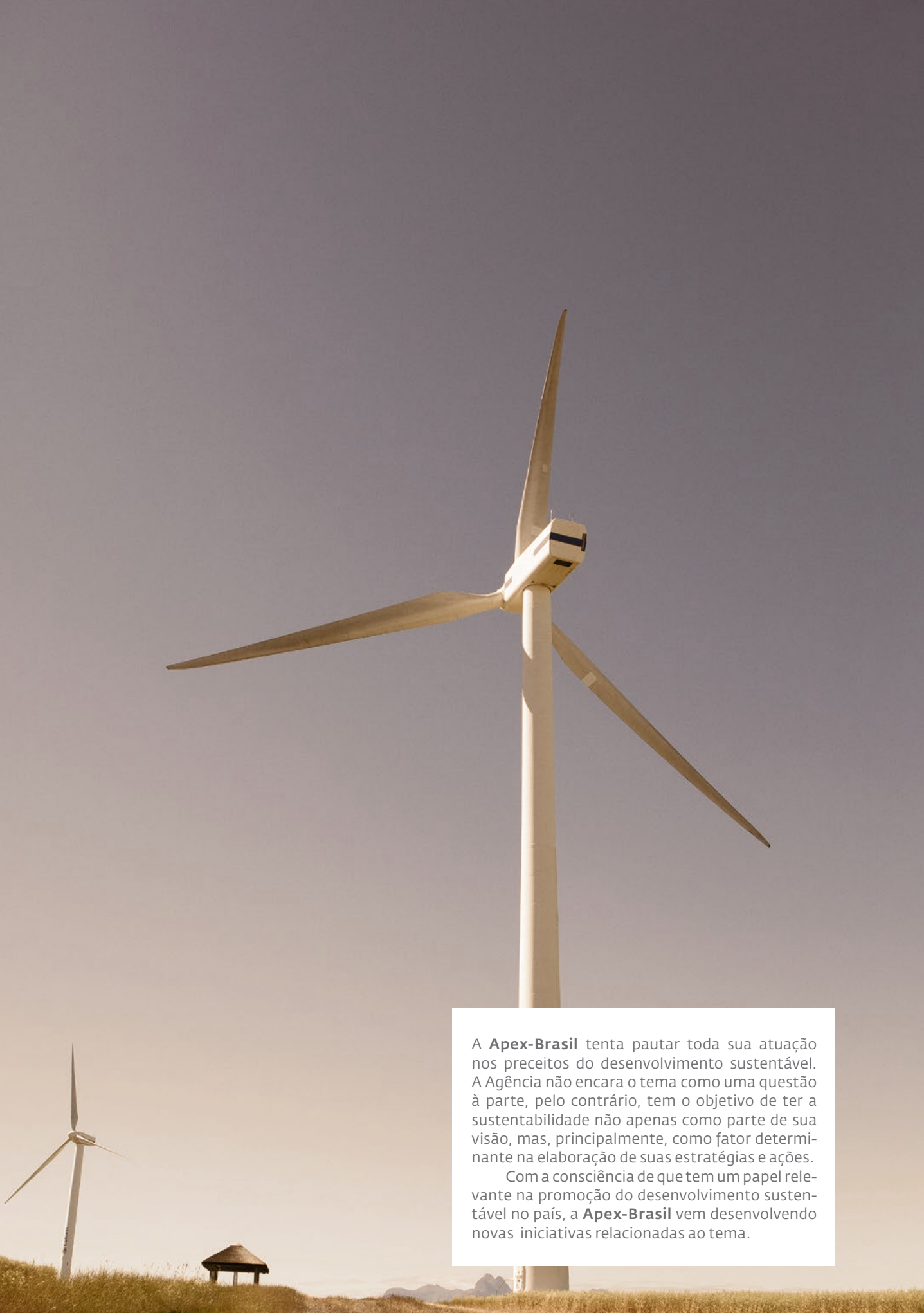
| <b>QUADRO RESUMO DAS LICITAÇÕES</b>                 |   |                          |
|---|---|--------------------------|
| Valor total inicial ofertado pelas licitantes (R\$) | Valor contratado após a negociação na licitação (R\$) | Economia alcançada (R\$) |
| 6.635.077,58  | 6.327.929,60  | 307.147,98               |
| 25.520.817,22                                       | 20.764.090,26   | 4.756.726,96             |
| 19.114.069,84                                       | 17.915.968,25   | 1.198.101,59             |
| 14.764.831,53                                       | 13.743.781,60   | 1.021.049,93             |
| 8.120.282,52  | 7.755.046,97  | 365.235,55               |
| 14.796.897,94                                       | 12.087.635,63   | 2.709.262,31             |
| <b>114.040.338,69</b>                               | <b>96.508.609,11</b>                                  | <b>17.531.729,58</b>     |





# INOVACÃO E SUSTENTABILIDADE

Diferenciais  
competitivos das  
empresas brasileiras.



A **Apex-Brasil** tenta pautar toda sua atuação nos preceitos do desenvolvimento sustentável. A Agência não encara o tema como uma questão à parte, pelo contrário, tem o objetivo de ter a sustentabilidade não apenas como parte de sua visão, mas, principalmente, como fator determinante na elaboração de suas estratégias e ações.

Com a consciência de que tem um papel relevante na promoção do desenvolvimento sustentável no país, a **Apex-Brasil** vem desenvolvendo novas iniciativas relacionadas ao tema.

# 1. COMPETITIVIDADE, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

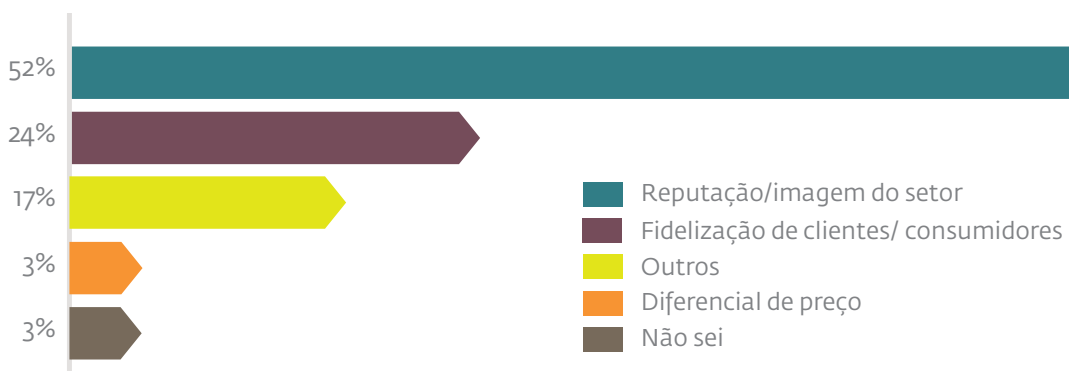
Esses são os três termos utilizados na definição da visão da **Apex-Brasil** e são, justamente, os que a Agência considera elementos decisivos para enfrentar os desafios do século 21. Para a Agência, em qualquer ambiente de negócios, a inovação se traduz como fator fundamental para ampliar a capacidade das organizações de produzirem conhecimento e transformarem ideias em novas possibilidades de empreender.

A sustentabilidade, da mesma forma, ganha cada vez mais relevância como um diferencial de competitividade, visto que torna a gestão dos negócios mais eficiente, reduz riscos operacionais, ambientais, sociais e de imagem, além de gerar um modelo de desenvolvimento que faz o uso responsável dos recursos naturais.

## SUSTENTABILIDADE NOS SETORES

A **Apex-Brasil** aplicou, em 2013, um diagnóstico para mapear as práticas sustentáveis nos setores apoiados pela Agência e, também, para identificar de que maneira a sustentabilidade é percebida como diferencial competitivo, a fim de obter elementos que apoiem a elaboração de estratégias e ações específicas de apoio aos setores produtivos.

## RAZÕES PARA INVESTIR EM SUSTENTABILIDADE



## 2. SUSTENTABILIDADE NA APEX-BRASIL

Em 2011, a **Apex-Brasil** realizou a aplicação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, com o objetivo de avaliar e aprimorar sua gestão de acordo com os princípios da sustentabilidade.

Os resultados desta auto-avaliação apontaram um desempenho geral correspondente ao estágio inicial, apresentando práticas mais reativas, com envolvimento de uma pequena parcela de seus stakeholders. O diagnóstico também mostrou que já existiam práticas implementadas, mas que elas não eram reflexo de uma política formal, e sim resultado de um posicionamento ou estilo de gestão.

Para avançar nesta agenda, a **Apex-Brasil** estruturou um Comitê de Sustentabilidade com representantes de várias áreas, que elaborou um plano de ação para endereçar as questões apontadas na auto-avaliação.

Todo esse trabalho influenciou positivamente o desenvolvimento do Planejamento Estratégico 2011-2015, influenciando a construção da Missão e Visão da Agência.

Em 2012, foi criada a Unidade de Sustentabilidade para atuar tanto nas ações internas da Agência, quanto para desenvolver estratégias de apoio às empresas clientes e setores produtivos, na busca pelo aumento da competitividade e das exportações, utilizando a sustentabilidade como ferramenta de inovação e diferencial competitivo. **GRI1.2**

### APEX-BRASIL NA RIO +20

Em 2012, o Comitê Nacional Organizador da Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (Rio+20) propôs a criação do Pavilhão Brasil. Por recomendação do Governo Federal, a **Apex-Brasil** concebeu, planejou e executou o projeto que tinha como objetivo de apresentar os avanços alcançados no país desde a Rio 92, assim como divulgar a experiência brasileira na implementação do conceito de desenvolvimento sustentável. O espaço grifou os avanços alcançados na erradicação da pobreza e na inclusão social e apresentou as inovações tecnológicas do país.

O espaço obedeceu as Diretrizes para Sustentabilidade em Construções Efêmeras requeridas, destacando-se: gestão de resíduos sólidos, economicidade material, ventilação natural, área de trabalho limpa e organizada, compensação das emissões de carbono, acessibilidade etc. O espaço central do Pavilhão foi cenário de vários eventos, entre eles: Diálogo "Questão Racial e Desenvolvimento Sustentável"; Evento sobre Biocombustíveis; Seminário sobre Gestão Sustentável dos Recursos Pesqueiros; Reunião da Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional; e Painel sobre Cooperativismo e Sustentabilidade.

## 3. AGENDA AMBIENTAL

A gestão ambiental da **Apex-Brasil** é realizada por meio de indicadores que se referem a sua sede em Brasília (DF). Como prestadora de serviços, seus impactos ambientais estão relacionados às atividades administrativas da Agência. Sua atuação busca promover, além da melhoria de desempenho próprio, benefícios que possam ter impactos positivos sobre as empresas e cadeias dos setores produtivos com os quais a instituição se relaciona.

### Coleta Seletiva

Os materiais diretos usados na Agência dizem respeito a itens de consumo como papel, material de limpeza e higiene, materiais gráficos e combustível. Em 2012, teve início a coleta seletiva dos resíduos gerados na Agência (orgânico, inorgânico, papel, vidro, metal e plástico). Todo o papel descartado – cerca de 500 Kg/mês – é repassado a uma entidade de reciclagem. Já os outros resíduos são coletados separadamente pelo serviço de limpeza urbana. Há, ainda, um compartimento exclusivo para pilhas, baterias, lâmpadas e materiais semelhantes que, posteriormente são entregues em postos de coleta especializados. **GRI EN22**

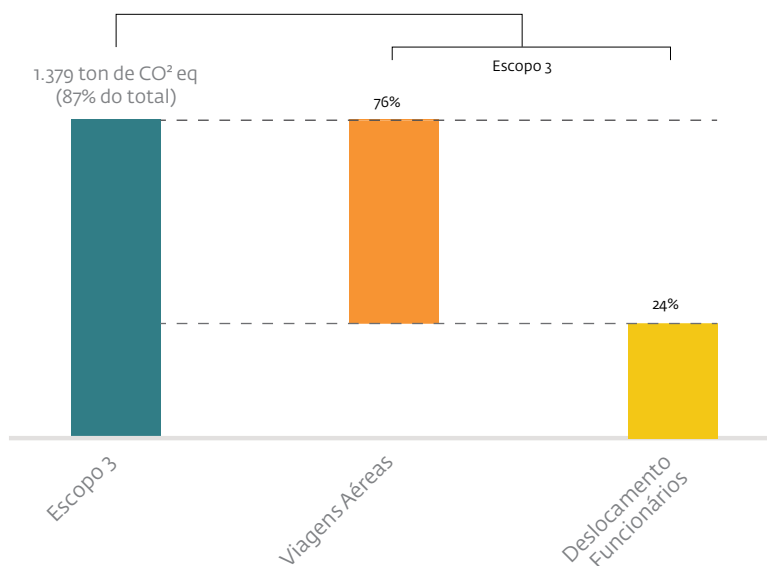
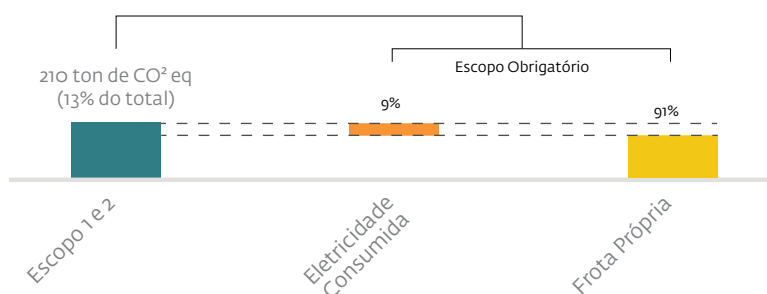
### Consumo de Água

A água consumida pela sede da **Apex-Brasil** é provida pela Companhia de Água e Esgoto de Brasília (CAESB), e em 2012 somou 2.747,3 m<sup>3</sup>. Trata-se de água de superfície, da bacia do Paranoá e adjacentes. Praticamente 100% do volume consumido é descartado, na forma de esgoto (efluentes líquidos do uso nos refeitórios e instalações sanitárias). **GRI EN8 GRI EN9 GRI EN21**



## Energia e Emissões

No início de 2013, a **Apex-Brasil** desenvolveu o seu primeiro Inventário Ambiental Gases de Efeito Estufa (GEE) e Eficiência Hídrico-Energética, que teve como base, o ano de 2012. O relatório mostrou que a Pegada de Carbono da Agência, em 2012, foi de 1.589 t CO<sub>2</sub>eq, o que representa 3,70 t CO<sub>2</sub>eq/por funcionário, o equivalente ao selo Prata, de acordo com a metodologia do *GHG Protocol*. A pegada hídrica foi desconsiderada por não apresentar impacto significativo. **GRI EN16 GRI EN17**



**Apenas viagens aéreas:** 9.141.093 km voados ou 10.435 viagens Brasília/SP

**Escopo 3:** 76% referente a viagens aéreas

**Total de Emissões (Escopo 1 e 2):** 210 ton CO<sub>2</sub>eq (0,49 ton CO<sub>2</sub>/funcionário)

**Total de Emissões (Escopo 3):** 1.379 ton CO<sub>2</sub>eq (3,21 ton CO<sub>2</sub>/funcionário)

**Total de Emissões Geral:** 1.589 ton CO<sub>2</sub>eq (3,70 ton CO<sub>2</sub>/funcionário)

**Figura:** Resultados do Inventário Ambiental Gases de Efeito Estufa (GEE) e Eficiência Hídrico-Energética da **Apex-Brasil**

**Escopo 1:** refere-se às emissões diretas da operação, o Escopo 2 à energia elétrica consumida e o Escopo 3 às emissões indiretas, que dizem respeito a bens e serviços comprados, transporte e distribuição, resíduos gerados nas operações e viagens a negócios.

Nos últimos anos, as unidades da Agência realizaram iniciativas que tiveram por objetivo as reduções nas emissões. Algumas delas são:

- » Configurações e monitoramento dos computadores e impressoras utilizados, reduzindo o consumo de papel e de energia;
- » Substituição das lâmpadas por outras mais eficientes;
- » Substituição dos aparelhos de ar condicionado por modelos mais eficientes com nota A na classificação do INMETRO de consumo energético. **GRI EN18**

Nos casos de falta de energia no edifício, o que não ocorre com frequência, há o consumo de óleo diesel para funcionamento do gerador de eletricidade. São consumidos aproximadamente 125 litros por ano desse combustível. A **Apex-Brasil** consome eletricidade advinda de energia renovável de geração hidroelétrica, da rede distrital. **GRI EN4**







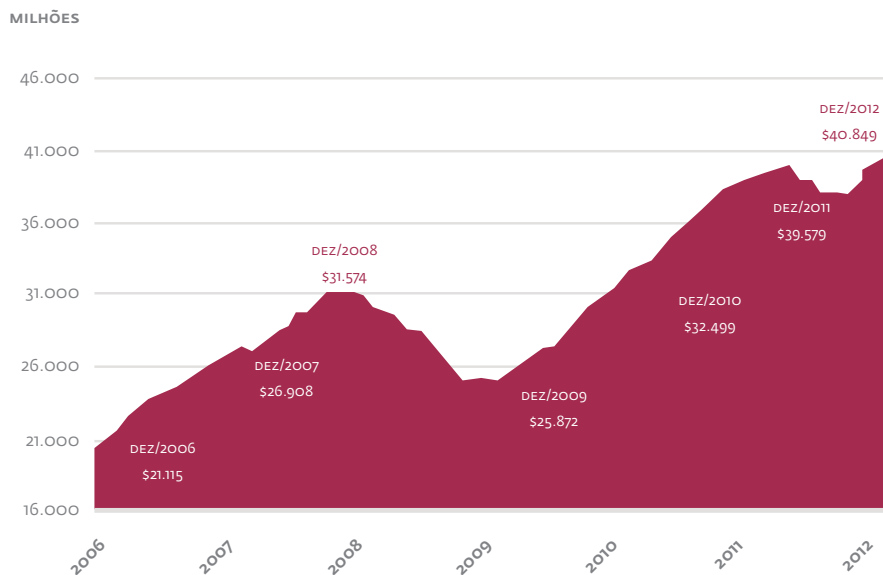


# RESULTADOS 2012

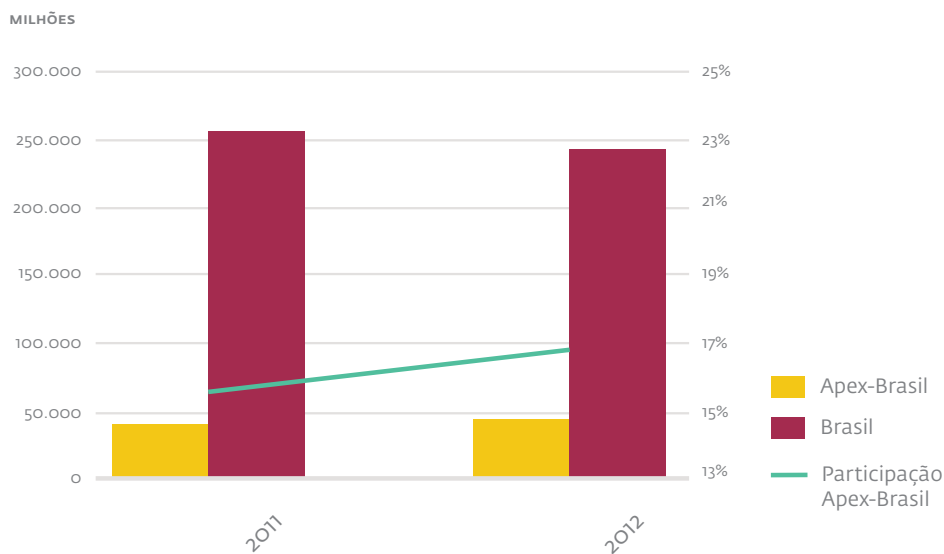
Um ano de muitos  
avanços.

Os indicadores de desempenho da **Apex-Brasil** estão definidos no contrato de gestão com o MDIC e são apresentados anualmente no Relatório de Gestão da Agência. Entre os resultados observados em 2012, estão:

## Exportações acumuladas 12 meses - US\$ FOB Milhões

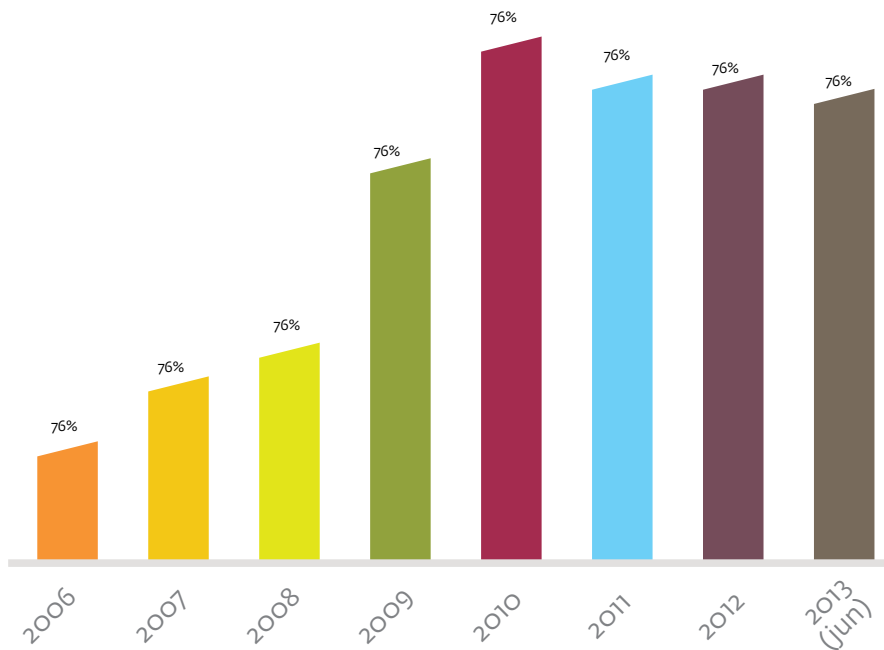


## Exportação Apex-Brasil vs Brasil - Janeiro a Dezembro



|                   | 2011            | 2012            |
|-------------------|-----------------|-----------------|
| Apex-Brasil       | 39.578.795.513  | 40.848.900.942, |
| Brasil            | 256.039.574.768 | 242.579.775.763 |
| Participação Apex | 15,46%          | 16,84%          |

## Empresas Ativas em Projetos Apoiados até Junho de 2013



## PRINCIPAIS DESTINOS DAS EMPRESAS APOIADAS PELA APEX-BRASIL

*Em 2012, foram mais de 120, sendo os dez primeiros:*

- 1. Estados Unidos*
- 2. China*
- 3. Holanda*
- 4. Rússia*
- 5. Japão*
- 6. Arábia Saudita*
- 7. Argentina*
- 8. Hong Kong*
- 9. Venezuela*
- 10. Bélgica*

## INTELIGÊNCIA DE MERCADO

- » Perfil e oportunidades comerciais: produzidos perfis de 9 países (Índia, Rússia, Colômbia, Venezuela, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, Reino Unido, Angola e México).
- » Perfil exportador de estados brasileiros: realizados estudos sobre o perfil exportador de Bahia, Espírito Santo, Paraná, Pernambuco, Acre e região serrana do Rio de Janeiro.

## QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

- » Oficinas de competitividade: realizadas 5 oficinas nos estados de Mato Grosso do Sul, Espírito Santo e Ceará
- » Inter-Com: 67 entidades setoriais e 15 empresas participaram de treinamentos. Foram instaladas quatro unidades de promoção, totalizando 14 unidades.
- » Seminários Mercado em Foco: mercados estudados: Colômbia, Rússia e China. Foram realizados 36 seminários Exportar é Inovar.

## ESTRATÉGIAS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO

- » Oficinas de negócios *Brasil Trade*: 395 empresas participaram de 14 oficinas e 1.390 reuniões de negócios.
- » Apoio à instalação no exterior: 272 empresas foram atendidas, em todas as fases da sua internacionalização, da prospecção de informações de mercado até o efetivo apoio à instalação local.

## PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS E IMAGEM

- » Projeto comprador: 150 edições, com a participação de 628 empresas, que realizaram reuniões de negócios com 67 países.
- » Feiras internacionais: organizou a participação de 239 empresas brasileiras em 7 feiras internacionais.
- » Missões empresariais: 4 missões empresariais, em parceria com o MDIC, com a participação de 135 empresas brasileiras.
- » Projeto Fórmula Indy: durante as 15 corridas da temporada, foram desenvolvidas ações de negócios, de promoção comercial e de imagem com a participação de 163 empresas brasileiras, 26 entidades setoriais e 533 compradores internacionais.
- » Projeto Carnaval: recebeu 250 compradores, investidores e formadores de opinião de 25 países, gerando negócios para empresas de 34 setores da economia brasileira.
- » Projeto imagem: realizadas 115 ações, com convidados de 66 países.

## ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS

- » *7 projetos, no valor total de U\$\$ 1,038 bilhão, anunciados por investidores atendidos pela Apex-Brasil.*
- » *4 workshops de capacitação e atração de investimentos, com a participação de 150 técnicos de governos estaduais e federações de indústria.*
- » *25 empresas, de 7 diferentes setores, também receberam capacitação.*
- » *12 seminários de oportunidades de investimento (Seminários Invest in Brazil).*
- » *79 atendimentos (assessoria ao investidor estrangeiro).*



## Desempenho econômico da Apex-Brasil em 2012

Em razão de previsão do Contrato de Gestão, firmado entre a **Apex-Brasil** e o MDIC, a Agência deve, entre outras disposições:

- » submeter o Orçamento-Programa Anual da **Apex-Brasil** para análise e deliberação do MDIC, devidamente compatibilizado com o respectivo Plano de Ação Anual, para execução, no exercício subsequente, de programas, projetos e atividades relacionados à execução das políticas de promoção de exportações e para o custeio da sua estrutura administrativa e de pessoal;
- » apresentar, anualmente, ao MDIC, o Relatório de Avaliação Anual do contrato no exercício anterior, contendo, no mínimo, os seguintes elementos e informações:
  - a) a prestação de contas dos recursos aplicados no exercício;
  - b) o parecer conclusivo sobre as contas do exercício;
  - c) a deliberação sobre as contas do exercício;

Sobre a prestação de contas, o contrato define ainda que os recursos serão aplicados exclusivamente no financiamento de programas, projetos e atividades relacionados à atividade-fim da Agência e no custeio da sua estrutura administrativa e de pessoal.

A gestão financeira é pautada por processos transparentes e eficientes, que garantem a sustentabilidade financeira e a aplicação dos recursos geridos de acordo com o planejamento anual de atividades e a prestação integral de contas sobre todo o exercício.

## Execução orçamentária Apex-Brasil 2012 **GRI EC1**

### Execução Orçamentária Consolidada Acumulada Dez/2012

| RECEITAS                             | EXECUÇÃO (Em R\$ 1 mil) |
|--------------------------------------|-------------------------|
| Contribuições Parafiscais – INSS     | 365.775                 |
| Aplicações Financeiras               | 11.822                  |
| Receitas Diversas e de Convênios     | 24.442                  |
| Receitas de Restituições de Projetos | 2.586                   |
| <b>Total Receitas Correntes</b>      | <b>404.625</b>          |
| Receita de Capital                   | 2                       |
| Saldo de Exercícios Anteriores       | 134.340                 |
| <b>Total Receitas De Capital</b>     | <b>134.342</b>          |
| <b>RECEITA TOTAL</b>                 | <b>538.967</b>          |

| DESPESAS                               | EXECUÇÃO (Em R\$ 1 mil) |
|--|-------------------------|
| Transferências p/ Projetos             | 275.299                 |
| Pessoal, Encargos e Benefícios Sociais | 60.925                  |
| Serviços Profissionais                 | 7.170                   |
| Despesas Operacionais                  | 49.988                  |
| Despesas Tributárias e Financeiras     | 15.070                  |
| <b>Total Despesas Correntes</b>        | <b>408.452</b>          |
| Investimentos e Inversões              | 2.393                   |
| <b>Total Despesas de Capital</b>       | <b>2.393</b>            |
| <b>RECEITA TOTAL</b>                   | <b>410.845</b>          |

## Aplicação dos recursos em 2012

| ATIVIDADE                                | ORÇAMENTO                 | REALIZADO                 |
|--|---------------------------|---------------------------|
| Apoio administrativo e logístico         | R\$ 48.230.057,06         | R\$ 47.486.231,36         |
| Promoção das exportações e investimentos | R\$ 365.654.995,35        | R\$ 363.358.269,17        |
| <b>Total</b>                             | <b>R\$ 413.885.052,41</b> | <b>R\$ 410.844.500,53</b> |

Todas as informações sobre orçamentos, contratos e desempenhos da Agência estão disponíveis no endereço <http://www2.apexbrasil.com.br/sobre/transparencia>.

*A Apex-Brasil se orgulha de todos os avanços alcançados nos últimos anos e agradece a todos os parceiros, clientes e colaboradores que fizeram com que essas conquistas fossem possíveis.*

*Temos a certeza de que continuaremos a crescer e de que, junto aos nossos parceiros, somaremos ainda mais conquistas em prol de um Brasil mais competitivo e com benefícios para todos os brasileiros.*

# ÍNDICE REMISSIVO

## GRI 3.12

### Autodeclaração

A **Apex-Brasil** declara que seu Relatório de Sustentabilidade 2012 segue os critérios da *Global Reporting Initiative* (GRI) e está alinhado ao padrão G3.1. Declara ainda que atende ao padrão C e que o conteúdo teve sua relevância e organização definidos por um processo de identificação de temas relevantes, apresentado no início desta publicação. Todos os temas relevantes apontados no processo foram contemplados no correr deste relatório.

Esta publicação apresenta 34 indicadores relativos aos Itens de Perfil, Governança, Compromissos e Engajamento. Dos indicadores de desempenho, a empresa publicou 32 indicadores essenciais (cinco deles, parcialmente) e 11 adicionais, sendo um, parcialmente respondido.

|          | GRI   | REPORTADO | PÁGINA  |
|----------|---|-----------|---|
| <b>1</b> | <b>ESTRATÉGIA E ANÁLISE</b>   |           |   |
| 1.1      | Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão na organização sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia  | Integral  | 03  |
| 1.2      | Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades   | Parcial   | 03, 09, 36, 44  |
| <b>2</b> | <b>PERFIL ORGANIZACIONAL</b>  |           |   |
| 2.1      | Nome da organização   | Integral  | 05, 06  |
| 2.2      | Principais marcas, produtos e/ou serviços   | Integral  | 15  |
| 2.3      | Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e <i>joint ventures</i>  | Integral  | 13  |
| 2.4      | Localização da sede da organização  | Integral  | 13  |
| 2.5      | Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório | Integral  | 13  |
| 2.6      | Tipo e natureza jurídica da propriedade   | Integral  | 09  |
| 2.7      | Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários)  | Integral  | 36<br>A <b>Apex-Brasil</b> , além de suas unidades operacionais e escritórios instalados fora do Brasil, atua globalmente, ao promover o Brasil no mercado internacional. |
| 2.8      | Porte da organização  | Integral  | Pequeno porte   |
| 2.9      | Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária  | Integral  | Não houve mudanças. É o primeiro relatório.   |
| 2.10     | Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório   | Integral  | 11  |



|          | GRI  | REPORTADO     | PÁGINA   |
|----------|--|---------------|--|
| <b>3</b> | <b>PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO</b>   |               |  |
| 3.1      | Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas  | Integral      | 04   |
| 3.2      | Data do relatório anterior mais recente (se houver)  | Integral      | Não houve  |
| 3.3      | Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.)  | Integral      | Anual  |
| 3.4      | Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou ao seu conteúdo  | Integral      | 05   |
|          | <b>ESCOPO E LIMITE DO RELATÓRIO</b>  |               |  |
| 3.5      | Processo para definição do conteúdo  | Integral      | 05   |
| 3.6      | Limite do relatório (países, divisões, subsidiárias, <i>joint ventures</i> , fornecedores)   | Integral      | 04   |
| 3.7      | Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório   | Integral      | 04   |
| 3.8      | Base para a elaboração do relatório no que se refere a <i>joint ventures</i> , subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras instalações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações  | Integral      | 04   |
| 3.9      | Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos, incluindo hipóteses e técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório   | Integral      | As informações e dados apresentados neste relatório atendem os critérios de cálculos e padrões exigidos nos contratos firmados pela <b>Apex-Brasil</b> com o MDIC. |
| 3.10     | Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações   | Não reportado | Não houve reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores.  |
| 3.11     | Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório   | Integral      | Não houve mudanças. É o primeiro relatório.  |
| 3.12     | Tabela que identifica a localização das informações no relatório   | Integral      | 04, 05, 56   |
| <b>4</b> | <b>GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO</b>  |               |  |
| 4.1      | Estrutura de governança da organização   | Parcial       | 12   |
| 4.2      | Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja diretor   | Integral      | O presidente do mais alto órgão de governança (o Conselho de Administração) não é diretor da companhia.  |
| 4.7      | Qualificações dos membros do mais alto órgão de governança   | Integral      | 12, 13   |
| 4.8      | Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como o estágio de sua implementação  | Integral      | 08   |
| 4.9      | Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social, incluindo riscos e oportunidades relevantes, assim como a adesão ou conformidade com normas acordadas internacionalmente, códigos de conduta e princípios | Integral      | 13   |

|      | <b>GRI</b>  | <b>REPORTADO</b> | <b>PÁGINA</b>  |
|------|---|------------------|--|
| 4.10 | Processos para a autoavaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com respeito ao desempenho econômico, ambiental e social | Integral         | Todos os resultados, processos e informações a respeito dos desempenhos e metas da <b>Apex-Brasil</b> são definidos em seus acordos firmados com Conselho e presidido pelo Ministro do MDIC e os responsáveis pelos cargos de alta governança na Agência são avaliados pelo cumprimento dos objetivos definidos. |

#### **ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS**

|      |   |          |                    |
|------|---|----------|--------------------|
| 4.14 | Relação de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.  | Integral | 13, 14, 25, 26, 32 |
| 4.15 | Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais se engajar  | Integral | 25, 26, 32         |
| 4.16 | Abordagens para o engajamento dos <i>stakeholders</i> , incluindo a frequência do engajamento por tipo e grupos de <i>stakeholders</i>                      | Integral | 25, 26, 32         |
| 4.17 | Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos <i>stakeholders</i> e que medidas a organização tem adotado para tratá-los | Integral | 05, 13, 25, 26, 32 |

| <b>DESEMPENHO ECONÔMICO</b>             |      |   |          |   |
|---|------|---|----------|---|
| ES                                      | EC1  | Valor econômico direto gerado e distribuído (DVA), incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de funcionários, doações e outros investimentos na comunidade, lucros não distribuídos e pagamentos para provedores de capital e governos | Integral | 54  |
| ES                                      | EC3  | Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece   | Integral | 38  |
| ES                                      | EC5  | Salário mais baixo comparado ao salário mínimo local  | Integral | Menor salário é de R\$ 3.209,60 o que equivale a 4,73 salários mínimos local, cargo ocupado por apenas uma pessoa do sexo feminino. |
| ES                                      | EC6  | Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes  | Parcial  | 39  |
| <b>DESEMPENHO AMBIENTAL</b>             |      |   |          |   |
| <b>FORMA DE GESTÃO</b>                  |      |   |          |   |
| <b>ENERGIA</b>                          |      |   |          |   |
| ES                                      | EN3  | Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária  | Integral | 125 litros/ano de diesel para gerador   |
| ES                                      | EN4  | Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária   | Integral | 47  |
| <b>ÁGUA</b>                             |      |   |          |   |
| ES                                      | EN8  | Total de retirada de água por fonte   | Integral | 45  |
| ES                                      | EN9  | Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água  | Integral | 45  |
| <b>EMISSIONES, EFLUENTES E RESÍDUOS</b> |      |   |          |   |
| ES                                      | EN16 | Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso   | Integral | 46  |
| ES                                      | EN17 | Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso  | Integral | 46  |
| AD                                      | EN18 | Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas  | Integral | 47  |
| ES                                      | EN21 | Descarte total de água, por qualidade e destinação  | Parcial  | 45  |
| ES                                      | EN22 | Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição   | Integral | 45  |
| <b>PRODUTOS E SERVIÇOS</b>              |      |   |          |   |
| ES                                      | EN26 | Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços  | Integral | 39  |
| ES                                      | EN28 | Multas e sanções por não conformidade com leis e regulamentos ambientais  | Integral | Não houve   |
| <b>GERAL</b>                            |      |   |          |   |
| AD                                      | EN29 | Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte de trabalhadores   | Parcial  | Foram consumidos 78,84 litros de etanol aditivado e 11.361,6 litros de gasolina comum   |

PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE

FORMA DE GESTÃO

EMPREGO

|    |     |   |          |   |
|----|-----|---|----------|---|
| ES | LA1 | Trabalhadores por tipo de emprego contrato de trabalho e região   | Parcial  | 37  |
| ES | LA2 | Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região  | Integral | A <b>Apex-Brasil</b> somava 226 colaboradores em 1º de janeiro de 2012 e encerrou o ano com 236 colaboradores diretos e uma taxa de turn over de 8,77%. |
| AD | LA3 | Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações | Integral | 38  |

RELAÇÕES ENTRE OS TRABALHADORES E A GOVERNANÇA

|    |     |  |          |   |
|----|-----|--|----------|---|
| ES | LA4 | Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva   | Integral | 37  |
| AD | LA5 | Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva |          | As mudanças operacionais mais significativas são amplamente negociadas no Acordo Coletivo de Trabalho. Não há um prazo fixado para início de mudança operacional. |

SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

|    |     |   |          |   |
|----|-----|---|----------|---|
| AD | LA6 | Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, composto por gestores e por trabalhadores, que ajudam no monitoramento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional | Integral | Apenas um empregado é o nomeado formalmente para este acompanhamento. O programa de saúde ocupacional é acompanhado por empresa especializada contratada especificamente para este fim. |
| ES | LA7 | Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região   | Integral | Não houve afastamento por doenças ocupacionais no período, ou lesões, dias perdidos, absenteísmos ou óbitos relacionados ao trabalho no período.  |
| ES | LA8 | Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade em relação a doenças graves                    | Integral | 38  |
| AD | LA9 | Temas relativos à segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos   | Integral | A Agência não tem risco de trabalho iminentes em suas atividades e, por isso, não há acordo formal neste sentido junto ao sindicato. Totalmente custeado pela empresa.                  |

TREINAMENTO E EDUCAÇÃO

|    |      |   |          |  |
|----|------|---|----------|--|
| ES | LA10 | Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, por categoria funcional | Parcial  | 37   |
| AD | LA11 | Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua e fim da carreira | Integral | 37   |
| AD | LA12 | Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho        | Integral | Está prevista para 2013, a implantação do Modelo de Competência, que contemplará um modelo de avaliação de desempenho e o desenvolvimento de carreira dos empregados da <b>Apex-Brasil</b> . |

**DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES**

|    |      |  |          |  |
|----|------|--|----------|--|
| ES | LA13 | Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade | Integral |  |
|----|------|--|----------|--|

| FAIXA DE IDADE    | NÚMERO DE GESTORES | %          |
|-------------------|--------------------|------------|
| 26 a 30 anos      | 4                  | 6,9        |
| 31 a 35 anos      | 16                 | 29,3       |
| 36 a 40 anos      | 10                 | 17,2       |
| 41 a 45 anos      | 14                 | 24,1       |
| 46 a 50 anos      | 9                  | 15,5       |
| Maior que 50 anos | 4                  | 6,9        |
| <b>Total</b>      | <b>58</b>          | <b>100</b> |

|    |      |   |          |  |
|----|------|---|----------|--|
| ES | LA14 | Proporção de salário base e remuneração entre mulheres e homens, discriminados por categoria funcional e por operações em locais significativos | Integral |  |
|----|------|---|----------|--|

| CARGO       | % FEMININO | % REMUNERAÇÃO | % MASCULINO | % REMUNERAÇÃO |
|-------------|------------|---------------|-------------|---------------|
| Geral       | 48,5       | 48,3          | 51,5        | 51,7          |
| Assistentes | 50         | 53,7          | 50          | 46,3          |
| Analistas   | 43         | 42            | 57          | 58            |
| Assessor    | 48,5       | 48,3          | 51,5        | 51,7          |

|    |      |  |         |    |
|----|------|--|---------|----|
| ES | LA15 | Retorno ao trabalho e taxas de retenção após licença maternidade/paternidade, discriminados por gênero | Parcial | 38 |
|----|------|--|---------|----|

## DIREITOS HUMANOS

## FORMA DE GESTÃO

## PRÁTICAS DE INVESTIMENTO E DE PROCESSOS DE COMPRA

|    |     |   |          |  |
|----|-----|---|----------|--|
| ES | HR1 | Percentual e número de contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos | Integral | 100% dos contratos com fornecedores atendem os critérios de licitação previstos nos acordos firmados com o MDIC que exige o cumprimento legal e aspectos socioambientais em sua gestão de compras. |
| ES | HR2 | Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas   | Integral | Não há avaliações específicas referentes à práticas de direitos humanos. Os critérios de elegibilidade dos fornecedores atendem a regulação do governo federal.                                    |

## TRABALHO INFANTIL

|    |     |  |         |    |
|----|-----|--|---------|----|
| ES | HR6 | Operações com risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil | Parcial | 39 |
|----|-----|--|---------|----|

## TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO

|    |     |   |         |    |
|----|-----|---|---------|----|
| ES | HR7 | Operações identificadas com risco de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo | Parcial | 39 |
|----|-----|---|---------|----|

## DIREITOS INDÍGENAS

|    |     |   |          |   |
|----|-----|---|----------|---|
| AD | HR9 | Número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas | Integral | As atividades da organização não envolvem povos indígenas |
|----|-----|---|----------|---|

## SOCIEDADE

## POLÍTICAS PÚBLICAS

|    |     |   |          |           |
|----|-----|---|----------|-----------|
| ES | SO5 | Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e <i>lobbies</i>                                  | Integral | 33        |
| AD | SO8 | Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes de não conformidade com leis e regulamentos | Integral | Não houve |

## RESPONSABILIDADE SOBRE O PRODUTO

## SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE

|    |     |  |          |    |
|----|-----|--|----------|----|
| ES | PR1 | Fases do ciclo de vida de produtos e serviços em que os impactos na saúde e segurança são avaliados visando melhoria, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a esses procedimentos | Integral | 35 |
|----|-----|--|----------|----|

## ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS

|    |     |   |          |               |
|----|-----|---|----------|---------------|
| ES | PR2 | Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços, discriminado por tipo de resultado | Integral | Não houve     |
| ES | PR3 | Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem   |          | Não se aplica |
| AD | PR5 | Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas  | Integral | 36            |

## COMPLIANCE

|    |     |  |          |           |
|----|-----|--|----------|-----------|
| ES | PR9 | Multas por não conformidade no fornecimento e uso de produtos e serviços | Integral | Não houve |
|----|-----|--|----------|-----------|



# INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

## Sede

SBN, Quadra 2, Lote 11, Edifício **Apex-Brasil**  
Brasília (DF)  
CEP: 70.040-020  
+55 (61) 3426-0202

## Centros de Negócios (CNs) no exterior

### ÁFRICA

#### Luanda

E-mail: [cn.angola@apexbrasil.com.br](mailto:cn.angola@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +244 921116000  
Endereço: Via A1 s/n Belas Business Park Edifício  
Malange Empresarial,  
Business Center sala 503B, Luanda – Angola

### AMÉRICA CENTRAL E CARIBE

#### Havana

E-mail: [cn.cuba@apexbrasil.com.br](mailto:cn.cuba@apexbrasil.com.br)  
Telefone: + 537 204-1877 Fax: +537 204-1878  
Endereço: Calle 5a. Avenida 2004, entre 20 y 22,  
Miramar, Playa, Ciudad Habana

### AMÉRICA DO SUL

#### Bogotá

E-mail: [cn.bogota@apexbrasil.com.br](mailto:cn.bogota@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +57 1 319-2704 Fax: +57 1 313-5855  
Endereço: Carrera 7ª # 71-21 – Torre B – Oficina  
1501, Bogotá D.C., Colômbia

### AMÉRICA DO NORTE

#### Miami

E-mail: [cn.eua@apexbrasil.com.br](mailto:cn.eua@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +1 305 704-3500 Fax: +1 305 704-3505  
Endereço: Miami Center Building 201 South Bis-  
cayne Boulevard. Suite 1200 Miami FL 33131, USA

#### São Francisco

E-mail: [cn.sanfrancisco@apexbrasil.com.br](mailto:cn.sanfrancisco@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +1 415 293-8284 Fax: +1 415 325-4368  
Endereço: I Market Street, Spear Tower Suite  
3600, San Francisco, CA 94105, USA

### ÁSIA E OCEANIA

#### Pequim

E-mail: [cn.china@apexbrasil.com.br](mailto:cn.china@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +86 10 5969-5333 Fax: +86 10-5969-5123  
Endereço: Room 1303-05, China Central Place,  
Office Tower I 81 Jianguo Road, Chaoyang  
District - 100025 Beijing, China

### EUROPA OCIDENTAL

#### Bruxelas

E-mail: [cn.eu@apexbrasil.com.br](mailto:cn.eu@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +32 (02) 211 05 30 +32 (02) 211 05 31  
Endereço: Avenue des Arts, 19 A/D, B-1000,  
Bruxelas – Bélgica

### LESTE EUROPEU

#### Moscou

E-mail: [cn.russia@apexbrasil.com.br](mailto:cn.russia@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +7 495 967-7901 +7 495 967-7600  
Endereço: Presnenskaya nab. 10, Block C, Office  
455 - 123317, Moscow - Russian Federation

### ORIENTE MÉDIO

#### Dubai

E-mail: [cn.dubai@apexbrasil.com.br](mailto:cn.dubai@apexbrasil.com.br)  
Telefone: +971 4 885-5404 Fax: +971 4 885-5405  
Endereço: Jebel Ali Free Zone south, JAFZA lob 19,  
Office 1301, P.O. box 261901 - Dubai - UAE (United  
Arab Emirates)



## **Apex-Brasil**

### **MAURICIO BORGES**

Presidente

### **RICARDO SANTANA**

Diretor de Negócios

### **TATIANA PORTO**

Diretora de Gestão Corporativa

### **MARCIA NEJAIM**

Gerente Executiva de Competitividade e Inovação

### **ADRIANA RODRIGUES**

Gerente de Sustentabilidade

### **SEDE**

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,

CEP 70.040-020

Brasília – DF

Tel.: 55 (61) 3426-0202

Fax: 55 (61) 3426-0263

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

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

© 2013 **Apex-Brasil**

Todos os direitos quanto ao conteúdo e design deste material são de titularidade exclusiva da **Apex-Brasil** – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, ressalvada sua divulgação desde que citada a fonte. 2013.

