

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE **2014-2015**

ApexBrasil

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS



APRESENTAÇÃO

A Apex-Brasil apresenta seu Relatório de Sustentabilidade do biênio 2014-2015, publicação que integra o compromisso da Agência com a transparência e o diálogo com os públicos com os quais se relaciona.

Para cumprir seu objetivo de auxiliar empresas e produtos nacionais no exterior, alavancar a imagem do Brasil lá fora e atrair investimentos estrangeiros, a Agência promove uma série de atividades no Brasil e em países-chave por meio de seus escritórios internacionais. Neste relatório, você vai acompanhar os principais destaques desse trabalho, assim como informações sobre indicadores de gestão e de desempenho da sustentabilidade.

O processo de prestação de contas já está consolidado na organização e faz parte do seu compromisso com a transparência e com a sociedade.

Acompanhe, nas próximas páginas, os principais destaques do trabalho realizado nos anos de 2014 e 2015 e quais as prioridades da organização para o futuro. O relatório segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), versão G4, a metodologia mais utilizada no mundo para divulgação de relatórios de sustentabilidade.

SUMÁRIO

MENSAGEM DO PRESIDENTE **4**

A APEX-BRASIL **7**

CONTRIBUIÇÃO EFETIVA **17**

GESTÃO ORGANIZACIONAL **27**

EQUIPE ESPECIALIZADA **35**

DESENVOLVENDO A
COMPETITIVIDADE DAS
EMPRESAS NACIONAIS **43**

MAIS BRASIL NO MUNDO **55**

MAIS INVESTIMENTOS NO PAÍS **65**

CONHECIMENTO DE MERCADO **69**

SOBRE O RELATÓRIO **73**

MENSAGEM DO PRESIDENTE

À MEDIDA QUE NOSSAS EMPRESAS APRIMORAM SEUS ATRIBUTOS DE SUSTENTABILIDADE, AMPLIAM-SE AS OPORTUNIDADES

G4-1

A sustentabilidade é hoje uma das premissas mais relevantes do comércio internacional, responsável por conduzir o mundo na direção de uma nova economia, mais colaborativa, justa e focada na solução de problemas e na construção de parcerias, cujo objetivo é garantir melhores condições sociais, ambientais e econômicas para as sociedades. Este relatório apresenta o impacto do tema nas ações da Apex-Brasil ao longo de 2014 e 2015, tanto interna quanto externamente, e sua publicação confirma o compromisso da Agência em registrar historicamente nossos desafios e avanços nesse processo. O documento descreve as diversas iniciativas adotadas nestes últimos anos para a promoção das exportações brasileiras e atração de investimentos estrangeiros diretos, os dois temas centrais da nossa atuação.

Para a Apex-Brasil, promover negócios sustentáveis é conso-

lidar a imagem do Brasil como ele é: um país com alto potencial para prover soluções, serviços e produtos com valores sociais, ambientais e econômicos. É por isso que o tema está na essência do que a Agência realiza e busca. Para nós, inovação e sustentabilidade seguem lado a lado e constituem um importante diferencial para os setores produtivos brasileiros competirem no mercado internacional, com produtos e serviços de maior valor agregado, que podem atender os mercados mais exigentes.

Acreditamos que, à medida que nossas empresas aprimoram seus atributos de sustentabilidade e, ao mesmo tempo, desenvolvem seus argumentos de venda, criam-se ou ampliam-se oportunidades para que elas se insiram em cadeias globais de valor, o que traz benefícios econômicos e colabora para o desenvolvimento do Brasil. O envolvimento da cadeia de valor,

e até de setores inteiros, com o tema permite dar escala a soluções e caminhos alinhados com a sustentabilidade, além de ampliar os ganhos resultantes da adoção dessas mudanças.

O trabalho da equipe técnica da Apex-Brasil vem desenvolvendo para as empresas brasileiras ações efetivas, que as auxiliam a alcançar competitividade internacional, com base na sustentabilidade e na inovação, e a se aproximar de compradores e investidores em todo o mundo.

Além disso, para que os resultados sejam mais abrangentes e significativos, estamos buscando ampliar a cooperação e as ações coordenadas entre a Agência e os órgãos do governo brasileiro que atuam nas etapas anteriores do processo de exportação e atração de investimentos. O objetivo é solucionar questões que impactam o desenvolvimento de negócios das empresas e o ambiente de

Para resultados mais abrangentes, estamos buscando ampliar as ações coordenadas entre a Agência e os órgãos do governo

negócio brasileiro, tais como burocracia, logística, infraestrutura e financiamento, entre outras.

A Apex-Brasil está se posicionando de forma mais estratégica nesse processo integrado, levando ao governo as demandas do setor privado e reforçando seu trabalho de inteligência, de forma que os estudos e informações que produzimos também sirvam como suporte para a elaboração de políticas públicas ou para a negociação de acordos comerciais.

Na base desse processo está o novo formato do relacionamento da Apex-Brasil com o Ministério das Relações Exteriores (MRE). Até o início de 2016, a Agência e o Ministério trabalhavam de forma paralela, e as iniciativas, em alguns casos, sobrepunham-se ou concorriam. A partir da alteração do Decreto 8.788/2016, quando foi determinado que o contrato de gestão da Agência

passaria a ser celebrado com o MRE, passamos a nos pautar por um alinhamento propositivo e operacional com os sistemas de promoção comercial, apoio à internacionalização e atração de investimentos do MRE.

Como consequência de tal alinhamento, o trabalho da Agência ganha força e capilaridade. A partir de uma atuação conjunta com os profissionais que atuam nos mais de 200 postos do Itamaraty ao redor do mundo, temos condições de ampliar nosso relacionamento com investidores e possíveis compradores e buscar novos subsídios para o trabalho de inteligência comercial e prospectiva.

Outro desafio que a Apex-Brasil está se propondo a enfrentar é o da promoção da imagem do Brasil no mundo, no âmbito dos negócios. Lançamos recentemente uma campanha de comunicação internacional, baseada no

conceito Be Brasil, que ressalta os atributos positivos presentes nos produtos e serviços brasileiros. Mais do que isso, estamos trabalhando na construção e disseminação de mensagens para preconceitos e discursos negativos sobre o nosso país, na maior parte das vezes baseada em informações incorretas ou incompletas relativas, justamente, ao tema da sustentabilidade.

Também estamos atuando para reforçar a competitividade do Brasil na exportação, por meio da intensificação do processo de qualificação das empresas e da incorporação de novos setores ao trabalho de promoção comercial.

Os resultados de todo esse esforço já começam a ser percebidos e, espero, estarão retratados no nosso próximo Relatório de Sustentabilidade.

Roberto Jaguaribe,
presidente da Apex-Brasil

ApexBrasil

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS



A APEX-BRASIL

COM 18 ANOS DE ATUAÇÃO, É RECONHECIDA INTERNACIONALMENTE COMO UMA DAS MELHORES INSTITUIÇÕES DE PROMOÇÃO COMERCIAL E ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS

G4-3; G4-7; G4-9

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) tem o compromisso de promover os produtos e serviços brasileiros no mercado internacional e de atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos do País.

Com a visão O Brasil no Mundo: Inovador, Competitivo e Sustentável, a Agência oferece uma série de serviços para auxiliar as empresas brasileiras, como ações de qualificação, promoção comercial, internacionalização e apoio à atração de Investimento Estrangeiro Direto (IED).

Para realizar seu trabalho, conta com uma ampla base de dados, com a *expertise* acumulada ao longo dos anos e com a dedicação de 388 colaboradores,

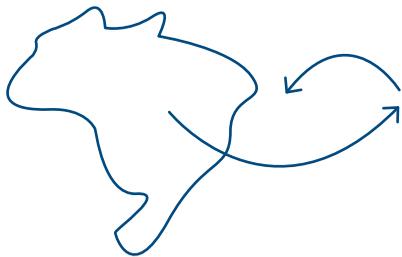
além de parcerias estratégicas. A Apex-Brasil atua de forma proativa em mercados-chave, com nove escritórios internacionais que apoiam o desenvolvimento de oportunidades às empresas brasileiras.

Com a crença de que inovação e sustentabilidade são instrumentos interligados e constituem um importante diferencial para o setor produtivo competir internacionalmente, a Agência atua para reforçar esses atributos. Isso se reflete em produtos com maior valor agregado e mais competitivos, atendendo mercados exigentes. Além disso, consolida a imagem do Brasil como ele é: um país com alto potencial para prover soluções, serviços e produtos com valores sociais e ambientais.

9
escritórios internacionais formam a rede da Agência para apoiar as empresas em mercados-chave

É FUNÇÃO DA AGÊNCIA

- Qualificar e preparar para exportação
- Definir o mercado-alvo
- Promover produtos e serviços brasileiros no exterior
- Manter e ampliar mercados
- Internacionalizar empresas
- Atrair investimentos estrangeiros



VISÃO

O BRASIL NO MUNDO: INOVADOR, COMPETITIVO E SUSTENTÁVEL

REDE GLOBAL

Escritórios Apex-Brasil G4-5; G4-6; G4-8



*Sede.

**Inaugurado em 2016.

EM TODO O BRASIL

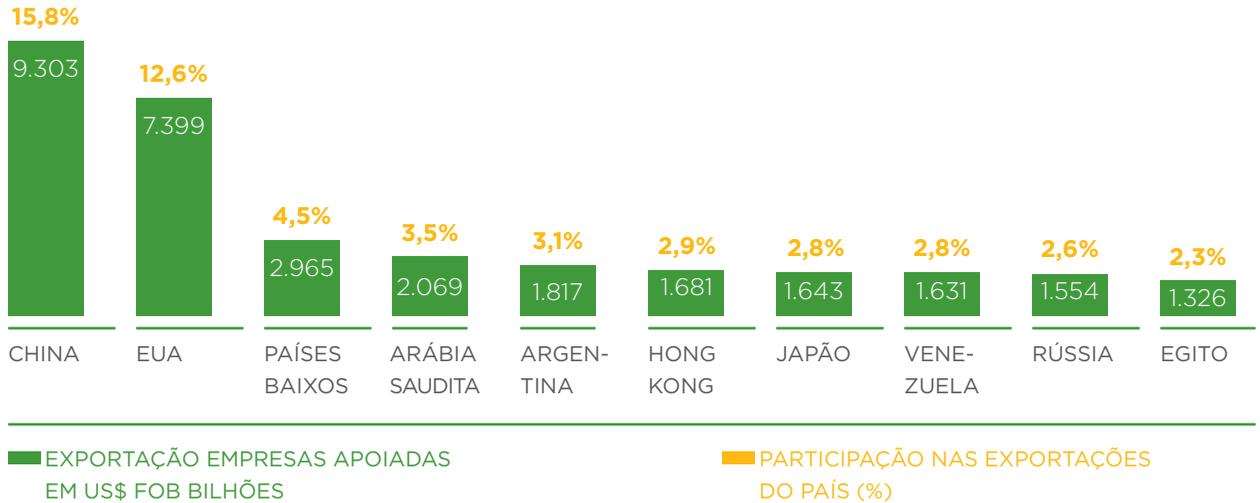
Além dos escritórios no exterior, a Agência conta com 38 Núcleos Operacionais do PEIEX (Programa de Qualificação para Exportação), em 14 estados no Brasil, que preparam as empresas para o comércio exterior. O objetivo é auxiliá-las para que se integrem às ações de promoção comercial. Esses núcleos são operados em parceria com centros de tecnologia e pesquisa, federações de indústria e universidades.



A Apex-Brasil apoia mais de 80 setores em sua internacionalização, em aproximadamente 200 mercados no mundo

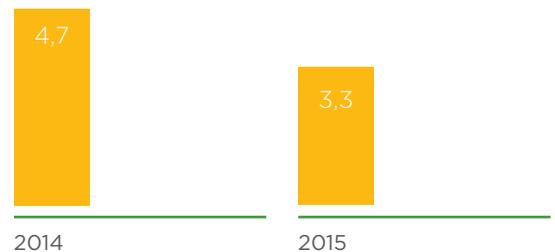
DESEMPENHO 2014-2015

PRINCIPAIS DESTINOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS



ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO ESTRANGEIRO DIRETO (IED) US\$ FOB BILHÕES

Volume de recursos recebidos em IED pelas empresas atendidas pela Apex-Brasil, entre investimentos produtivos e em participação.



A APEX-BRASIL APOIA

12.136
empresas, em

84 setores
da economia, que abrangem

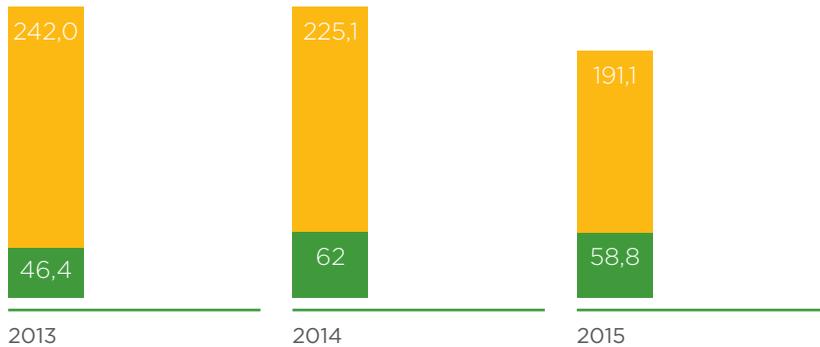
219 mercados
ao redor do mundo

69 setores de
exportação de
produtos

15 setores de
exportação de
serviços

VOLUMES EXPORTADOS

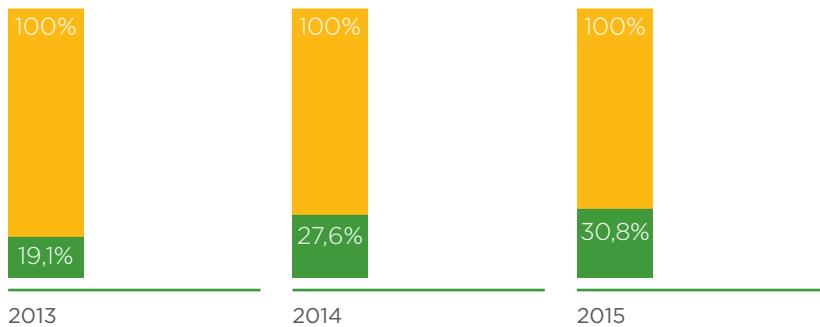
US\$ FOB BILHÕES



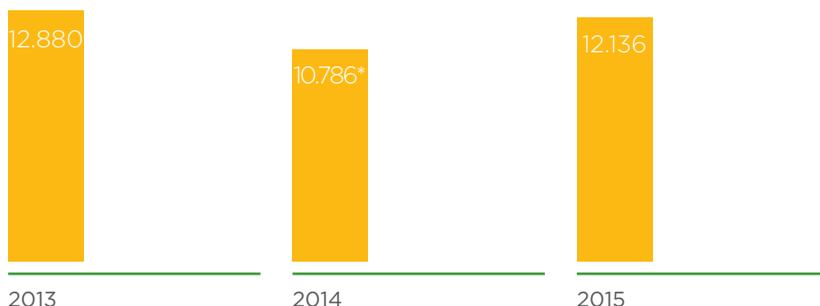
■ EXPORTAÇÕES DAS EMPRESAS APOIADAS PELA APEX-BRASIL

■ EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

PARTICIPAÇÃO DAS EMPRESAS APOIADAS NA MATRIZ EXPORTADORA (%)



EMPRESAS APOIADAS



*Queda motivada por revisão e refinamento da base de dados. Apesar da queda no número total de empresas apoiadas, houve aumento de 33,5% no valor exportado no período.

PROMOÇÃO COMERCIAL

1,7 mil

eventos nos quais a Apex-Brasil organizou a participação de empresas brasileiras entre 2014 e 2015

823

eventos de promoção comercial em 2015

CONTRIBUIÇÃO

As empresas apoiadas pela Agência têm conseguido bons resultados em relação às exportações: em 2014, elas representaram 27,6% do comércio brasileiro para o exterior, passando para 30,8% em 2015.

A queda observada no comércio internacional dessas empresas também ocorre em um ritmo **duas vezes menor** do que a média nacional. Em 2015, as vendas brasileiras registraram uma queda de 15,1%. As exportações das empresas apoiadas pela Apex-Brasil tiveram uma queda menor, de 5,2%.

COMO A APEX-BRASIL GERA VALOR

Promover o Brasil como parceiro de negócios confiável no mundo e atrair investimentos estrangeiros para o País são duas das principais atividades-fim da Apex-Brasil. A seguir está o processo por meio do qual a Agência concretiza essas ambições, amplificando a geração de valor que a organização promove para si e para os públicos com os quais se relaciona.

ATIVIDADES-CHAVE

Competitividade:

ações de qualificação e assessoramento dos negócios, especialmente pequenos e médios, no intuito de prepará-los para enfrentar os desafios e exigências globais, seja para a exportação ou para a instalação de operações fora do País.

Conhecimento:

contribui para a definição das políticas de comércio exterior do Brasil por meio de informações de inteligência de mercado. Monitora e organiza dados globais a fim de captar tendências que possam beneficiar as exportações brasileiras e promover a gestão de riscos.

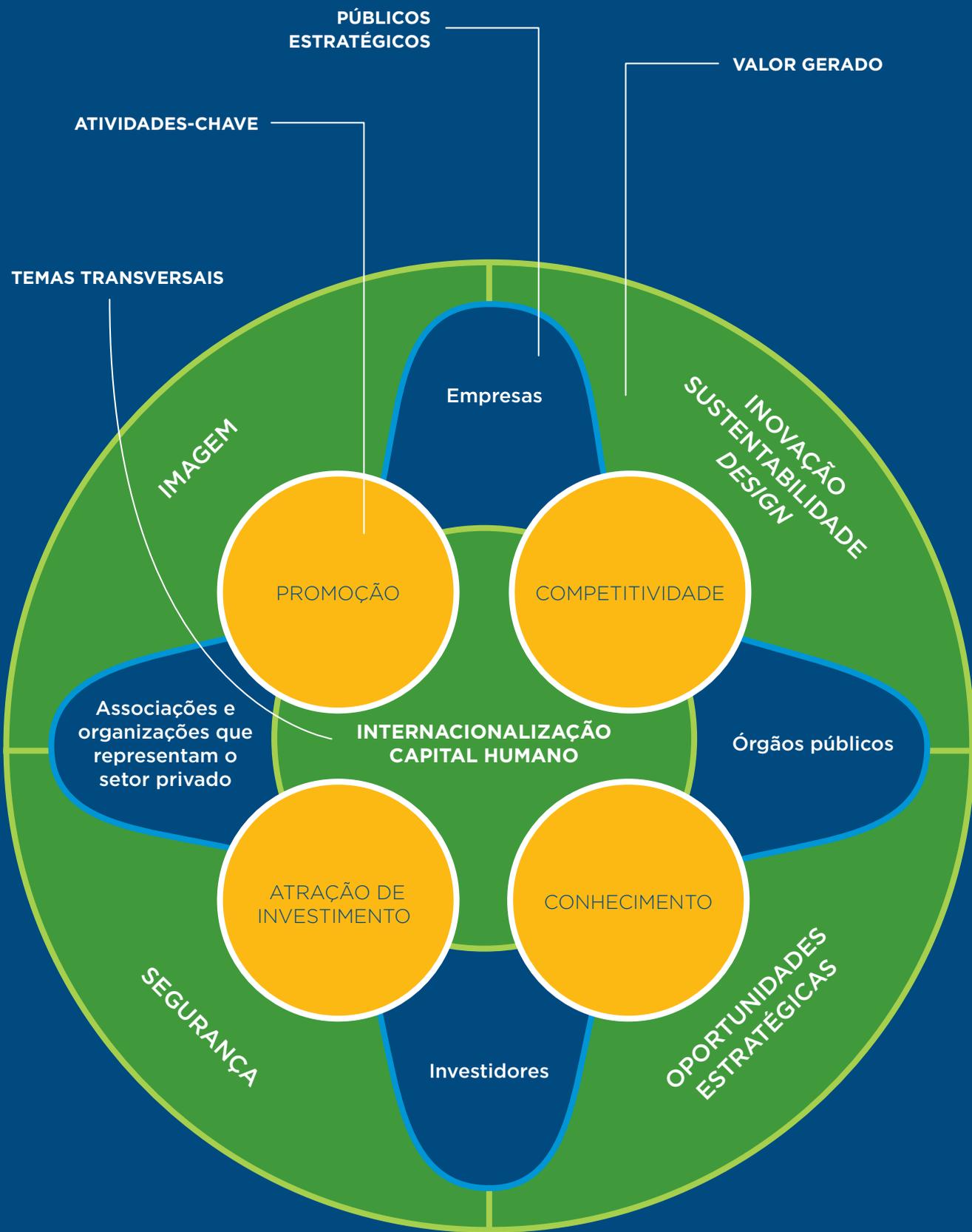
Atração de investimento:

facilita a atração de Investimento Estrangeiro Direto (IED) para posicionar o Brasil como um mercado-alvo para alocação de capital estrangeiro.

Promoção:

apoia eventos internacionais por meio de patrocínio e organiza a participação de empresas brasileiras. Neste último, o auxílio ocorre de duas formas: execução do espaço brasileiro no evento e preparação da ida das empresas (as despesas da viagem são de responsabilidade das empresas, e o custo de participação é da Apex-Brasil). Também promove ações institucionais e de articulação e até mesmo visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião ao País para conhecer a sua estrutura produtiva.

VALOR GERADO EM UMA VISÃO SISTÊMICA, A AGÊNCIA INFLUENCIA OS DIVERSOS PÚBLICOS COM OS QUAIS SE RELACIONA



A OPINIÃO DOS STAKEHOLDERS

G4-17; G4-18; G4-19; G4-20; G4-21;
G4-24; G4-25; G4-26; G4-27

No processo de definição dos temas do relatório, por meio da análise da materialidade, foram consultados gestores da Apex-Brasil, entidades setoriais e outros parceiros, que apresentaram sua visão sobre os principais temas e desafios da Agência, conforme abaixo (*leia mais sobre o processo de materialidade na página 73*):

Oito temas estão no centro de interesse dos vários públicos com os quais a Agência se relaciona

TEMA	Expectativa dos públicos	Gestão feita pela Apex-Brasil
Sinergia	<ul style="list-style-type: none"> - Clareza sobre focos de atuação no Itamaraty - Entender melhor o papel da Apex-Brasil e seus critérios para definições de orçamento, apoio e campos de atuação 	<p>Para obter resultados mais abrangentes e significativos, a Agência busca ampliar a cooperação e as ações coordenadas com outros órgãos do governo que atuam nas etapas anteriores do processo de exportação e atração de investimentos</p> <p><i>(leia mais nas págs. 4 e 5)</i></p>
Imagem	<ul style="list-style-type: none"> - Valorização do País e de seus setores no exterior, diferenciando-o dos demais países emergentes 	<p>É um desafio mudar a percepção estrangeira sobre o Brasil, mas existem oportunidades para reforçar atributos pouco conhecidos. Afastar-se dos estereótipos e promover o Brasil como um país inovador, competitivo e sustentável é o foco do trabalho da Agência, e orienta todas as suas iniciativas: desde a capacitação das empresas às ações de promoção comercial</p> <p><i>(leia mais na pág. 55)</i></p>
Desempenho econômico	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidade de fazer mais com menos e de buscar novas fontes de receita - Manutenção do nível de eficiência, investimentos e qualidade da Apex-Brasil 	<p>A Apex-Brasil busca a máxima eficiência administrativa para reservar o maior percentual possível dos seus recursos para aplicação nas atividades-chave. Em 2015, 32% do orçamento foi destinado a custos e despesas, percentual abaixo do limite estabelecido.</p> <p>São desafios constantes diversificar as fontes de receita e buscar a qualidade do gasto nas atividades-chave</p> <p><i>(leia mais nas págs. 10, 11 e 17)</i></p>

<p>Qualidade e impacto das ações da Agência</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilidade sobre o real impacto das ações da Agência, sobretudo do ponto de vista das empresas apoiadas - Garantia da qualidade que é entregue nos trabalhos da Apex 	<p>A Agência definiu nove indicadores que avaliam a efetividade de suas ações, tais como o uso dos recursos gerados e a evolução das exportações das empresas apoiadas. Ainda é um desafio perseguido evoluir a análise de questões intangíveis, como a influência da Agência nos setores apoiados, na dinamização da economia do País e na geração de empregos. Busca-se, ainda, tornar os critérios de seleção dos projetos cada vez mais objetivos e claros</p> <p><i>(leia mais na pág. 17)</i></p>
<p>Desenvolvimento da competitividade das empresas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Orientação da Apex-Brasil sobre quais são os <i>gaps</i> a serem superados e as oportunidades em termos de sustentabilidade, <i>design</i> e inovação 	<p>Programas como ICV Global, Pecuária Sustentável e Design Export e as ações de empoderamento feminino por meio da cadeia de exportação agregam valor aos produtos e serviços, promovem diferenciais competitivos e ajudam a abrir espaços para a exportação. É possível estender os atributos de sustentabilidade a todos os setores apoiados</p> <p><i>(leia mais nas págs. 43 e 55)</i></p>
<p>Capacitação de empresas no estabelecimento de estratégias de internacionalização</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel protagonista na viabilização da internacionalização das empresas, com clareza da sua atuação e proposta 	<p>A Agência tem ferramentas de <i>coaching</i>, acompanhamento e avaliação de modelo de negócio para apoiar as empresas a expandir sua atuação internacional. São iniciativas que reduzem riscos para as empresas e para o investidor.</p> <p>Lidar com diferentes estágios de maturidade das empresas e escalar as ações num país com o tamanho do Brasil são os aspectos desafiadores</p> <p><i>(leia mais nas págs. 43 e 55)</i></p>
<p>Desenvolvimento do capital humano</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Referência em conhecimento técnico e experiência nas questões relacionadas ao mercado internacional 	<p>A execução da estratégia da Agência depende de uma equipe altamente capacitada, constantemente atualizada e com conhecimento multidisciplinar. Dessa forma, a retenção de profissionais experientes é crucial para o êxito da Apex-Brasil. Salário compatível com as funções, benefícios e um bom ambiente de trabalho são fatores perseguidos pela Agência</p> <p><i>(leia mais na pág. 35)</i></p>
<p>Geração de conhecimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informações detalhadas sobre os mercados-chave são fundamentais para o êxito das estratégias 	<p>Um intenso trabalho de inteligência de mercado auxilia os públicos da Apex-Brasil na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - definição de melhores destinos, oportunidades e práticas de negócio - construção das políticas de comércio exterior. - gestão de riscos associados a regulações ou barreiras, tarifárias ou não, aos produtos e serviços brasileiros <p><i>(leia mais na pág. 69)</i></p>



CONTRIBUIÇÃO EFETIVA

APERFEIÇOAR O MONITORAMENTO DOS RESULTADOS É FOCO DA ATUAÇÃO NOS ÚLTIMOS ANOS. ESFORÇO INCLUI DEFINIÇÃO DE INDICADORES E REVISÃO DE PROCESSOS E FERRAMENTAS

Ao ajudar uma empresa a exportar ou atrair investimento estrangeiro para um negócio ou um setor, a Apex-Brasil contribui para o avanço econômico desses negócios e auxilia, ainda, a dinamização da economia, a geração de empregos e todo um conjunto de benefícios.

Investir na capacitação de empresários, apresentar ferramentas e mecanismos que aumentem a competitividade de produtos e serviços brasileiros e orientar o processo de internacionalização de uma empresa, especialmente pequenas e médias organizações, têm o potencial de transformar toda a cadeia de valor desses negócios.

Para avaliar os resultados alcançados e orientar a estratégia

futura, a Agência definiu um grupo de indicadores-chave que vai desde o número de eventos realizados, passando pelo volume de exportações e pelo suporte da Apex-Brasil no número de empresas exportadoras, até a comparação entre o desempenho de empresas apoiadas e não apoiadas pela Agência. A satisfação dos empresários em relação ao serviço prestado, assim como dados de eficiência da gestão financeira, também é monitorada constantemente.

Acompanhar e mensurar esse valor gerado não é um processo simples. Questões intangíveis ainda são mais difíceis de serem calculadas, tais como: a promoção da imagem do Brasil e a valorização de atributos relacionados à sustentabilidade, como

o reforço de práticas trabalhistas e de direitos humanos ou de gestão ambiental. Esses também são impactos diretos e indiretos gerados pelo trabalho da Apex-Brasil com as empresas apoiadas e as entidades setoriais.

ESTÍMULO À EXPORTAÇÃO

GRI G4-EC8

Apesar das adversidades enfrentadas pelo empresariado brasileiro em decorrência da crise econômica interna e da desaceleração do crescimento das economias globais – exceto uma leve recuperação da economia norte-americana –, as empresas apoiadas pela Apex-Brasil apresentaram resultados positivos.

O valor exportado pelas empresas participantes de projetos

realizados pela Agência chegou a US\$ 58,8 bilhões em 2015, superando a meta estipulada para o período, mas 5,2% abaixo do ano anterior. Entretanto, a queda foi menor do que o total das exportações brasileiras, que recuaram 15,1%, demonstrando a maior resiliência das organizações apoiadas pela Agência em relação ao cenário adverso do período. O resultado comprova a melhor *performance* da carteira da Apex-Brasil no comércio exterior.

Com isso, a participação desses negócios na matriz exportadora do País também cresceu, de 27,6%, em 2014, para 30,8%, no ano seguinte. Em número de empresas, a participação das

apoiadas no comércio exterior também avançou, 5,6%, chegando a quase 3,5 mil empresas.

Descontado o efeito da variação cambial, as exportações das empresas apoiadas somaram US\$ 45,1 bilhões, representando 35,6% de toda a indústria - resultado 10,3% abaixo de 2014, ante 10,9% negativos da média brasileira.

Os setores mais afetados foram veículos automotores e suas partes e materiais elétricos e eletrônicos, seguidos por carnes suína e bovina, peles e couro. Por outro lado, produtos farmacêuticos, armas e munições, metais não ferrosos, sucos e produtos da cadeia aeroespacial exportaram mais em 2015.

A efetividade das iniciativas de promoção e de imagem é avaliada pelo cruzamento do número de eventos realizados com a receita disponível da Agência



+ de 900

ações foram realizadas em 2015.

Resiliência

As empresas apoiadas pela Apex-Brasil tiveram desempenho superior em exportação em relação à média dos negócios nacionais

90%

Nível de satisfação das empresas apoiadas pela Agência

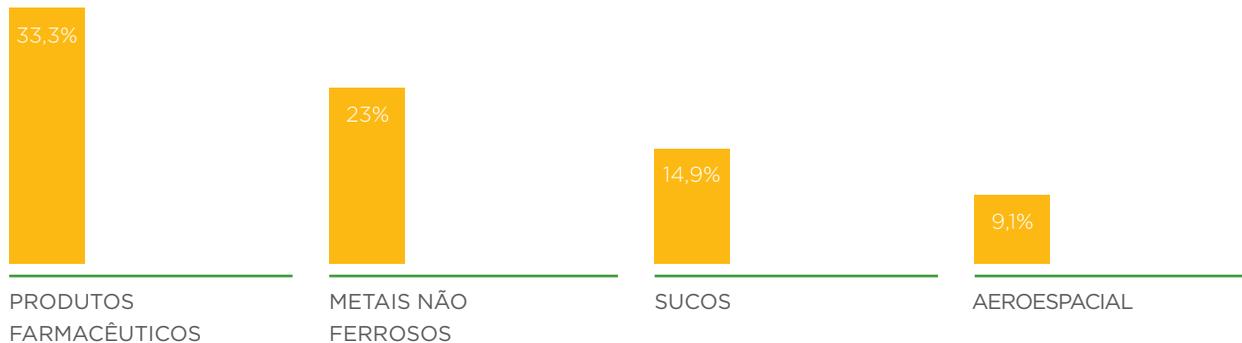
Eficiência

Os esforços para redução de despesas resultaram em uma taxa de custeio de 32%, índice menor do que a meta estabelecida

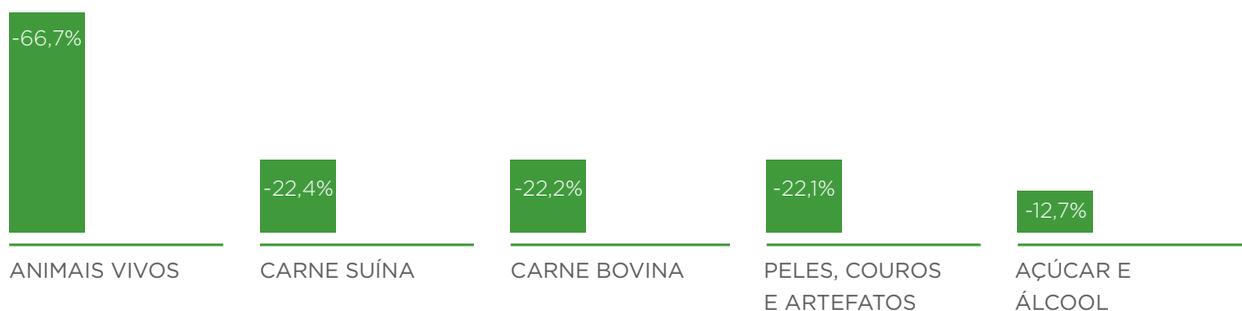


A participação de negócios apoiados pela Apex-Brasil na matriz exportadora do País atingiu 30,8% em 2015

SETORES QUE MAIS AUMENTARAM SUAS EXPORTAÇÕES EM 2015



SETORES COM MAIORES QUEDAS DE EXPORTAÇÃO EM 2015



Agência apresenta o Brasil como mercado atrativo para o capital estrangeiro, buscando novas tecnologias

ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS

A atração de negócios para o Brasil, incentivando o investimento estrangeiro direto e investimentos em participação, é uma atividade da Agência que ganha cada vez mais relevância.

Apresentar o Brasil como um mercado atrativo para aportes de capital estrangeiro induz transferência de tecnologias inovadoras para empresas brasileiras e incentiva o desenvolvimento de novos setores da economia nacional. Em 2015, a Apex-Brasil ajudou a atrair mais de US\$ 3,3 bilhões em recursos para o Brasil, ante US\$ 4,7 bilhões no ano anterior. A diferença no período se deve, principalmente, à queda dos investimentos estrangeiros produtivos. Entre os recursos estão financiamento para setores energéticos, indústria de Venture Capital e Private Equity e apoio a *startups*.

EVENTOS VERSUS RECEITA DISPONÍVEL

Para avaliar a efetividade da atuação da Apex-Brasil nas iniciativas de promoção e de imagem é feita a ponderação entre o número de eventos realizados e a receita disponível da Agência. Em 2015, foram realizadas

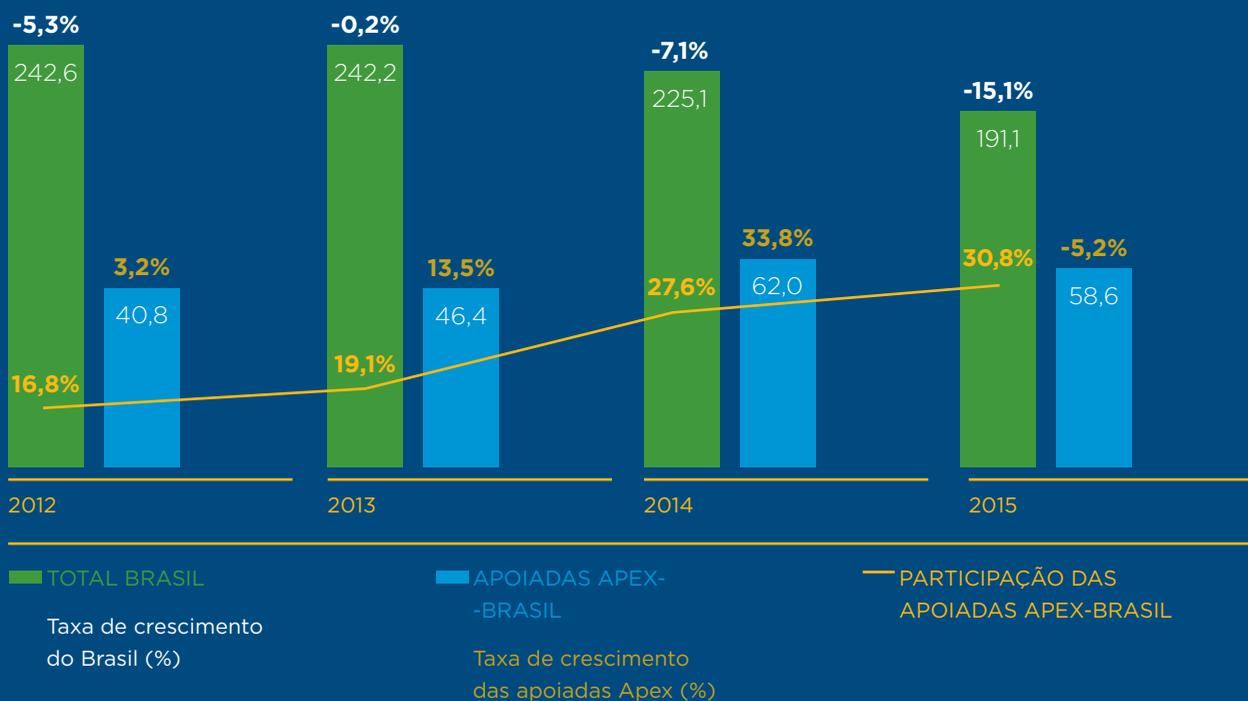
mais de 900 ações, sendo 823 de promoção comercial. Entre os eventos, a Agência foi responsável por organizar a participação brasileira na Expo Milão. Realizada de maio a outubro, a Exposição Universal atraiu a visita de 21,5 milhões de visitantes, e 5,3 milhões passaram pelo pavilhão brasileiro (*leia mais sobre os eventos promovidos na página 47*).

O valor investido em projetos de apoio à internacionalização e desenvolvimento de competitividade foi menor em 2015. Isso ocorreu por conta da reavaliação da carteira de projetos, que buscou mais eficiência e efetividade na aplicação dos recursos (*leia mais a seguir*). O valor aplicado nos chamados projetos finalísticos – relacionados à atividade-chave da Agência – foi de US\$ 78,7 milhões, 36% menor do que o ano anterior. Em reais, o volume somou R\$ 266,9 milhões, queda de 9% na comparação com 2014. Essa diferença entre os percentuais é explicada pela variação cambial do período.

EVOLUÇÃO DO ÍNDICE DE VARIAÇÃO LÍQUIDA DAS EXPORTAÇÕES INDUSTRIAIS APOIADAS PELA APEX-BRASIL



EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES (EM US\$ FOB BILHÕES)



ORIGEM DOS RECURSOS

A principal fonte de receita da Apex-Brasil é proveniente de um adicional de contribuição paga mensalmente pelos empregadores sobre a folha de salário. Esse adicional, de 0,3% foi instituído pela Lei nº 8.029, de 12 de abril de 1990, e é dividido entre a Agência, o Sebrae, e a ABDI (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial). A parte que cabe à Apex-Brasil é de 12,25% da receita líquida arrecadada. O pagamento do tributo é feito pelos empregadores mensalmente para a Receita Federal.

Por se tratar de contribuição, a Agência dispõe de ferramentas específicas para traçar cenários e prever o orçamento do ano seguinte, com a margem de erro de 2,6%, o que permite planejar ações e programas de médio prazo.

Conforme contrato de gestão estabelecido com o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, a Agência tem a obrigação de apresentar à União o orçamento anual adequado às ações previstas para o ano seguinte, como projetos, programas e eventos relacionados

à sua missão, além dos gastos com custeio e com funcionários.

A Apex-Brasil encerrou os anos de 2014 e 2015 superavitários na execução do orçamento, fruto da austeridade e da postura conservadora em relação a determinados temas e de uma maior presença da gestão. São exemplos as negociações de preço com fornecedores e o planejamento de aquisições por meio da Central de Compras. Essa busca pela eficiência seguirá em 2016, para adequar as despesas à estimativa da retração receita.

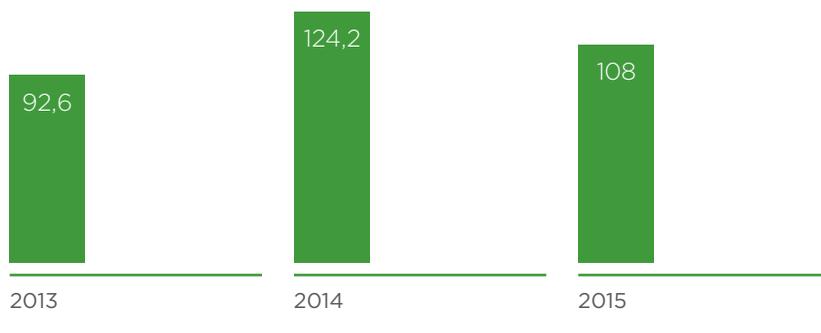
AJUDA FINANCEIRA SIGNIFICATIVA RECEBIDA DO GOVERNO (R\$ MILHÕES)¹ GRI G4-EC4	2013	2014	2015²
Incentivos fiscais/ créditos	-	-	-
Subsídios	-	-	-
Ajuda financeira de Agências de Crédito de Exportação (ECAs)	-	-	-
Incentivos financeiros	-	-	-
Outros benefícios financeiros recebidos ou recebíveis de qualquer governo para qualquer operação – Convênio	1.025.000,00	14.418.000,00	14.614.000,00
Total	1.025.000,00	14.418.000,00	14.614.000,00

1 Os recursos recebidos de convênios decorrem de relações jurídicas estabelecidas pela Apex-Brasil por meio de convênio celebrado com o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Os instrumentos dos convênios firmados estão disponíveis na página de transparência no *site* da Apex-Brasil.

2 Para a realização da Exposição Universal de Milão 2015, foi assinado convênio com o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, em 2013, e recebido o valor acima especificado durante o exercício de 2015.

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO - RECEITAS (EM R\$ MILHÕES)

GRI G4-EC1



VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (R\$) GRI G4-EC1	2013	2014	2015
Acionistas (remuneração de capital próprio)	0	0	0
Colaboradores (remuneração, benefícios e encargos para empregados)	R\$ 71.991.633,40	R\$ 67.779.534,97	R\$ 74.238.158,08
Governo (impostos, taxas e contribuições)	R\$ 22.250.678,48	R\$ 23.693.508,75	R\$ 31.467.457,72
Lucro retido/prejuízo do exercício	-R\$ 12.174.289,44	R\$ 20.659.874,27	-R\$ 11.551.140,04
Juros e aluguéis (remuneração de capital de terceiros)	R\$ 10.539.511,15	R\$ 12.117.363,34	R\$ 13.814.459,91
Investimentos na comunidade	0	0	0
Total	92.607.533,59	124.250.281,33	107.968.935,67

Conversão para exportação



A Apex-Brasil ampliou a quantidade de empresas apoiadas, passando de:

2014:	para 2015:
10.786	12.136



O número de empresas exportadoras também cresceu, passando de:

2014:	para 2015:
3.182	3.499

EFICIÊNCIA NA GESTÃO DOS GASTOS

Para que haja mais recursos para investir nas atividades de promoção comercial, desenvolvimento da competitividade e apoio à internacionalização das empresas é fundamental manter uma estrutura eficiente de custos, liberando recursos para o investimento no core da Agência.

Esse foi um dos objetivos do programa de revisão de despesas realizado em 2015. Além de preparar a Agência para o cenário econômico adverso do País e a projeção de queda da arrecadação de tributos em 2016, as iniciativas procuram maximizar a receita e a manutenção da equipe interna. Os escritórios internacionais também integraram

o esforço de redução de despesas – intensificado por conta da desvalorização cambial, que aumentou o peso dos custos dessas instalações e eventos.

Em 2015, o valor total da despesa realizada até dezembro foi de R\$ 449,20 milhões e o valor total da receita disponível no mesmo período foi de R\$ 583,27 milhões, representando uma execução financeira de 77%. Considerando-se apenas a receita ingressada no caixa, ou seja, desconsiderando o saldo do exercício anterior, a Apex-Brasil realizou R\$ 31,67 milhões a menos do que as entradas no ano. Essa variação justificou-se, majoritariamente, pela revisão de algumas normas na celebração dos convênios com entidades setoriais. Considerando os

critérios anteriores, haveria uma despesa realizada de R\$ 480,5 milhões, resultando numa execução financeira de 82%, a 1 p.p. da meta estipulada.

A meta para o indicador de custeio administrativo era de 34%, e a realização foi de 32,2%. Os valores realizados abaixo do previsto foram alcançados por meio da revisão e do controle de contratos de custeio no Brasil e no exterior e pela não realização de todas as contratações de novos colaboradores previstas para o período, ações idênticas às realizadas em 2014. As receitas, por sua vez, aumentaram 4,74% em relação ao previsto para o período.

Todos os valores excedentes são direcionados ao Fundo de Contingência.



REVISÃO DE PROCESSOS

A Agência trabalhou para aperfeiçoar o monitoramento de resultados nos últimos anos. A revisão das bases cadastrais e o desenvolvimento de novas ferramentas de acompanhamento apoiaram a execução das atividades de promoção comercial.

Os ajustes ocasionaram, por exemplo, uma queda no número de empresas apoiadas em 2014, que somou 10.786, ante 12.880 no ano anterior. Vale ressaltar que, apesar da queda no número total de empresas, houve aumento de 33,5% no valor exportado no período. Revistos os critérios e refinada a base de dados, o número de empresas apoiadas voltou a crescer, totalizando 12.136 em 2015.

Em 2015, as normas para a celebração de convênios com entidades empresariais, os chamados Projetos Setoriais, foram readequadas. O limite máximo de participação da Apex-Brasil no custo total do convênio passou de 85% para 70%, e as normas e o fluxo de repasses dos valores também foram ajustados. Os valores são repassados mensalmente aos convênios mediante a apresentação e aprovação do plano de despesas do mês. A regra anterior previa o repasse trimestral de recursos, de acordo com o cronograma do plano de trabalho (*leia mais na pág. 51*).



GESTÃO ORGANIZACIONAL

A AGÊNCIA ORIENTA SUAS ATIVIDADES VIA CONTRATO DE GESTÃO FIRMADO COM A UNIÃO. EQUILÍBRIO E TRANSPARÊNCIA SÃO COMPROMISSOS FUNDAMENTAIS

A Apex-Brasil foi instituída em 1997, inicialmente como um braço estratégico do Sebrae Nacional, do qual deixou de fazer parte em 2003, quando ganhou autonomia jurídica e administrativa por meio de Decreto Presidencial.¹ Desde então, atua como uma associação civil sem fins lucrativos, de direito privado, interesse coletivo e utilidade pública.

A Agência tem autonomia de atuação administrativa e de gestão para consecução de seus objetivos legais e estatutários, incluindo a contratação e administração de pessoal sobre o regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Com estrutura enxuta, suas atividades são orientadas por um Contrato de Gestão, firmado com a União, por meio do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, e presta contas de seu

desempenho por meio de metas, objetivos, prazos, responsabilidades e atendimento às diretrizes estipuladas nesse contrato.²

Além de apostar na gestão horizontal dos projetos internos, a Apex-Brasil busca harmonizar a coordenação de todos os escritórios no exterior, com o intuito de promover uma atuação integrada e processos equalizados em temas como orçamento, finanças, contratos e pessoal.

1 Por meio da Lei 10.668, de 14 de maio de 2003, e do Decreto 4.584, de 5 de fevereiro de 2003, a Apex-Brasil ganhou autonomia jurídica. O mesmo decreto deu as diretrizes para escolha de diretorias e conselhos e presidência.

2 Em 2017, um novo contrato de gestão será firmado com o Ministério das Relações Exteriores.



RELACIONAMENTO COM OUTROS ÓRGÃOS DE GOVERNO

GRI G4-PA1

A Apex-Brasil tem relação direta com o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, com o qual tem um contrato de gestão, vigente até 2016. E atua em parceria com Ministério das Relações Exteriores (MRE) e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) em temas diversos que tenham relação com competitividade de empresas brasileiras, exportações e atração de investimentos.

Relaciona-se, ainda, com diversos organismos internacionais para questões específicas, tais como BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), ITC (International Trade Centre), OMC (Organização Mundial do Comércio), UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento), ALADI (Associação Latino-Americana de Integração), União Europeia e Mercosul, bem como com os governos dos mercados prioritários.

ESTRUTURA PARA TOMADA DE DECISÃO

G4-34

O Conselho Deliberativo é a maior instância de decisões na Apex-Brasil. Em dezembro de 2015, o Conselho era formado por nove conselheiros indicados por órgãos e entidades representativas das relações exteriores e da indústria do Brasil (*veja quadro*). O mandato dos participantes é válido por dois anos, havendo a possibilidade de apenas uma reeleição. Os conselheiros não recebem remuneração e um dos membros é eleito por seus pares para ocupar o cargo de presidente do Conselho Deliberativo.

A Diretoria Executiva é composta de profissionais contratados e remunerados para realizarem a gestão da Agência, seguindo a política e as estratégias estabelecidas pelo Conselho Deliberativo. É formada por um presidente e dois diretores.

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



O presidente da Apex-Brasil é indicado pelo Presidente da República e nomeado pelo Conselho Deliberativo

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente	Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos
Diretor de Negócios	André Marcos Favero
Diretor de Gestão Corporativa	Francisco Assis Leme Franco

*Gestão assumiu em junho de 2016.

CONSELHO FISCAL

Instância responsável pela fiscalização das ações e revisão das contas da Agência, o Conselho Fiscal foi formado, até dezembro de 2015, por três membros representantes dos seguintes órgãos: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, Câmara de Comércio Exterior (Camex) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

COMITÊS DE APOIO	Responsabilidade
Comitê de Gestão de Pessoas	Criado em 2014, dá suporte ao plano de cargos e salários e à avaliação de desempenho dos empregados
Comitê Tributário	Criado em 2014, busca o aprimoramento da governança tributária e da gestão de recursos financeiros
Comissão de Ética	Criado em 2014 para dar suporte às ações de verificação de conduta interna e externa conforme o Código de Ética
Comitê de Orçamento	Criado em 2009, objetiva aprimorar a gestão orçamentária, visando à otimização na gestão dos recursos financeiros

CONSELHO DELIBERATIVO

José Serra | Ministério das Relações Exteriores

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

Secretaria-Executiva do Programa de Parcerias de Investimentos - PPI

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES

Confederação Nacional da Indústria - CNI

Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil - CNA

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

Associação de Comércio Exterior do Brasil - AEB

Secretaria-Executiva da Câmara de Comércio Exterior - Camex (sem direito a voto)

*Gestão assumiu em junho de 2016.

ÉTICA E INTEGRIDADE

A ética, a transparência e a integridade são conceitos que norteiam todas as ações desenvolvidas. A Agência busca disseminar a cultura das boas práticas e da equidade não apenas entre os empregados, como também nas instituições parceiras e demais públicos com os quais se relaciona.

O Código de Ética Apex-Brasil foi lançado em 2014 e, desde então, seus princípios e orientações vêm sendo disseminados em diversas ações. O documento foi elaborado considerando

as melhores práticas de diferentes organizações, incluindo uma pesquisa interna com os empregados. O Código é hoje o principal documento de orientação para colaboradores, com diretrizes sobre temas como corrupção, direitos humanos e relações com as partes interessadas, incluindo poder público, fornecedores e parceiros.

Junto com o Código foi instituída a Comissão de Ética, instância responsável por receber e averiguar denúncias de violação às normas e aos valores. Os casos de desvios apurados pela Comis-

são podem acarretar ações de educação, ajustes de processos ou sanções disciplinares.

Desde 2011, a Agência também integra o Comitê Gestor do Pró-Ética, um esforço conjunto entre setores público e privado para fomentar a adoção voluntária de medidas de integridade pelas empresas. A iniciativa é da Controladoria-Geral da União (CGU) e presidida de forma alternada por representantes da própria CGU e do Instituto Ethos. Entre outras organizações, também integra o Comitê Febraban, CNI e Sebrae. **GRI G4-SO4**

conduta

guia lançado em 2015
orienta empresas sobre
relacionamento com agentes
públicos, principalmente de
outros países

ORIENTAÇÕES ANTICORRUPÇÃO PARA EMPRESAS

GRI G4-SO4

A Apex-Brasil produziu uma cartilha para orientar as empresas brasileiras no relacionamento com agentes públicos, principalmente de outros países, em parceria com a Controladoria-Geral da União (CGU). A publicação *Empresas Brasileiras no Exterior – Relacionamento com a Administração Pública Estrangeira* foi lançada em julho de 2015 e apresenta de forma simples e direta sugestões de fácil implementação para que práticas como oferta de brindes e presentes, pagamentos de viagens e outras hospitalidades a funcionários públicos estrangeiros não sejam vistas como irregulares.

No lançamento, foi realizada uma palestra sobre ações anticorrupção pela Secretaria de Transparência e Prevenção de Corrupção da CGU para todos os colaboradores da Agência.

A cartilha foi divulgada para as entidades e empresas par-

ceiras da Apex-Brasil e está alinhada à Lei Anticorrupção. O material traduz a legislação de forma didática, prevendo a responsabilização de empresas por atos considerados lesivos contra a administração pública nacional ou estrangeira. A lei impõe severas punições com base na responsabilidade objetiva, na qual a empresa pode ser penalizada em casos de corrupção, independentemente da comprovação de culpa. O valor das multas pode chegar a 20% do faturamento bruto anual da empresa.

A Apex-Brasil está atenta à Lei Anticorrupção desde janeiro de 2014, quando a norma entrou em vigor. O trabalho de promoção comercial inclui ações em que é preciso trazer empresários e autoridades públicas de outros países ao Brasil, por isso é importante atenção às regras e o suporte da CGU para o entendimento e o cumprimento da legislação.

A publicação está disponível no site: http://arq.apexbrasil.com.br/portal/cartilha_anticorruptcao.pdf.

CANAL DE DENÚNCIAS

Em 2015, a Apex-Brasil contratou uma empresa para implementação de um canal de denúncias isento, seguro e anônimo aos colaboradores. A ferramenta receberá comunicações a respeito de desvios às normas previstas pelo Código de Ética. O canal está disponível para todos os colaboradores, empregados da sede e dos escritórios nacionais e estrangeiros e também para terceirizados.

GRI G4-SO4



PROCESSO DE COMPRAS

GRI G4-HR1

Em 2015, a Apex-Brasil inseriu nos editais de processos licitatórios a necessidade de a empresa vencedora tomar conhecimento e observar todas as previsões do Código de Ética da Agência, disponível em seu *site*, além de se comprometer com a promoção da igualdade de gênero e raça. A Apex-Brasil também passou a exigir nos processos licitatórios que as empresas proponentes não empreguem trabalho forçado ou análogo ao escravo, degradante ou indigno.

No período, o volume de contratações realizadas que abordaram expressamente essas cláusulas de integração das preocupações com os direitos humanos somou mais de R\$ 13 milhões, ou 20% de todas as contratações realizadas pela Agência. Nas modalidades de contratação por dispensa ou inexibibilidade de licitação ainda não são exigidas tais obrigações.

coffee
yond.



EQUIPE ESPECIALIZADA COM FUNÇÕES QUE DEMANDAM ALTO CAPITAL DE CONHECIMENTO, É ESTRATÉGICO PARA A AGÊNCIA RETER PROFISSIONAIS SENIORES E MANTER ATRATIVIDADE PARA NOVOS TALENTOS

Para cumprir sua missão de promover o Brasil no exterior e auxiliar as empresas no comércio internacional, a Apex-Brasil depende de uma equipe altamente qualificada e com conhecimento plural e multidisciplinar. Para executarem a estratégia da organização, os colaboradores da Agência devem compreender a cultura de diferentes países, dominar assuntos sobre economia, política e questões jurídicas e ainda entender as características de setores produtivos tão distintos como agronegócio, cosméticos e TI, por exemplo.

Nesse contexto, os esforços em recursos humanos da Agência estão permanentemente voltados para reter profissionais com experiência na atividade e de alto desempenho e atrair novos

talentos. Também se preocupa em manter a equipe motivada e engajada na execução do plano estratégico da Apex-Brasil.

A Agência encerrou o ano de 2015 com 388 colaboradores no Brasil e alocados em seus escritórios internacionais. A equipe é formada por profissionais de economia, administração, marketing, relações exteriores, direito, ciências sociais e relações internacionais, entre outros. Todos eles são abrangidos pelo Acordo Coletivo de Trabalho do Sindicato dos Empregados em Entidades Culturais Recreativas e de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional (Senalba). **GRI G4-11**

Em 2015, um dos principais desafios de toda a equipe interna

foi buscar oportunidades de eficiência para adequar os custos e despesas à realidade socioeconômica do País e garantir a aplicação dos recursos no core da Apex-Brasil.

Esse processo se mantém em 2016 e conta com o engajamento de todo o grupo de colaboradores, com resultados importantes para a Agência. A revisão dos custos incluiu ajustes dos planos de telefonia e do processo de compras e economia em energia elétrica e materiais. A revisão também envolveu os escritórios internacionais (*leia mais na página 24*).

388

colaboradores atuam
no Brasil e nos escritórios
internacionais

PERFIL DOS COLABORADORES

GRI G4-10

POR CATEGORIA FUNCIONAL	2013		2014		2015	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Diretoria	2	1	3	0	3	0
Gerência Executiva	10	10	8	7	0	0
Gerência	12	11	12	12	11	7
Coordenação	7	3	6	3	16	7
Supervisor	0	0	0	0	5	4
Assessor/ analista	74	81	89	97	86	95
Assistente Administrativo	3	5	6	7	20	35
Terceiros	37	68	35	79	22	41
Aprendizes	1	4	0	2	0	3
Estagiários	12	33	10	23	13	20
Total por gênero	158	216	169	230	176	212
TOTAL	374		399		388	

PERFIL DOS COLABORADORES¹

GRI G4-10

POR CONTRATO DE TRABALHO	2013		2014		2015	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Tempo determinado	3	5	4	10	2	3
Tempo indeterminado	105	108	120	116	139	145
Total por gênero	108	113	124	126	141	148
TOTAL	221		250		289	

POR TIPO DE EMPREGO

Jornada integral	108	113	124	126	141	148
Meio período	0	0	0	0	0	0
Total por gênero	108	113	124	126	141	148
TOTAL	221		250		289	

POR REGIÃO

Brasília (sede)	108	113	124	126	140	145
São Paulo	0	0	0	0	1	3
Total por gênero	108	113	124	126	141	148
TOTAL	221		250		289	

¹ O indicador considera apenas o Brasil. A contratação de funcionários nos escritórios internacionais é feita localmente em cada país, seguindo a legislação vigente de cada um. Não se trata de funcionários expatriados.

VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL

A Apex-Brasil oferece salário em linha com o mercado, sendo que todos os empregados recebem remuneração acima do salário mínimo determinado pela legislação. O menor salário pago a homens e mulheres é, em média, 200% superior ao salário mínimo nacional. A remuneração dos executivos é definida pelo Conselho Deliberativo e revisada anualmente.

Todos os colaboradores recebem avaliação de desempenho por competências periódicas, cujo objetivo é acompanhar os desafios propostos, corrigir rumos, quando necessário, e avaliar os resultados alcançados. Em aperfeiçoamento do processo de gestão de pessoas, em 2015 foram definidos planos de metas individuais de desempenho. O reforço da atuação com foco em resultados faz parte de uma mu-

dança de cultura organizacional, que deve ser intensificada nos próximos anos. **G4-LA11**

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

O Programa de Educação Corporativa da Apex-Brasil tem o objetivo de estabelecer uma cultura de aprendizagem contínua e inclui ações de desenvolvimento profissional, formais e informais, que incluem a participação do colaborador em diversos ambientes de aprendizagem, como *benchmarking*, *job rotation*, leitura especializada, seminários e congressos.

GRI G4-LA9

Os colaboradores também podem ter bolsas de estudo para cursos de graduação, extensão, pós-graduação, mestrado ou doutorado e idiomas. Os valores cobrem até 75% do custo da mensalidade, com limite de valor.

GRI G4-LA10

VARIÇÃO ENTRE O SALÁRIO MAIS BAIXO E O SALÁRIO MÍNIMO GRI G4-EC5	2014		2015	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Menor salário pago pela empresa ¹	R\$ 3.415,00	R\$ 3.415,00	R\$ 2.354,00	R\$ 2.354,00
Salário mínimo determinado por legislação	R\$ 724,00	R\$ 724,00	R\$ 880,00	R\$ 880,00
Relação percentual	21%	21%	37%	37%

¹A redução do menor salário pago pela Apex-Brasil refere-se à contratação de colaboradores em cargos de menor complexidade (Assistente I).

BENEFÍCIOS

Entre as ferramentas para atrair e manter os colaboradores, a Agência oferece os seguintes benefícios:

Plano de saúde a todos os empregados, 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

Plano odontológico, com participação financeira da empresa e contrapartida dos empregados de no máximo 30%, proporcional ao cargo e à remuneração

Seguro de vida

Auxílio-funeral

Auxílio-enfermidade, para complementar o valor do auxílio-doença pago pelo INSS (Instituto Nacional de Seguridade Social) em licenças médicas por período superior a 15 dias, durante 12 meses

Licença para acompanhar familiar enfermo de até 30 dias

Licença-maternidade de 180 dias corridos, com garantia de emprego por desligamento sem justa causa pelo período de dois meses após o término da licença. Licença-paternidade de 15 dias úteis, com garantia de emprego por desligamento sem justa causa de oito meses a partir da data do nascimento

Plano de previdência privada, modelo de contribuição definida, com porcentagem de contribuição do empregado de 3% a 8% e igual contrapartida da Agência

Auxílio creche-escola para despesas escolares dos dependentes com até 25 anos de idade. Para aqueles que possuem dependentes especiais (pessoas com deficiência), não há limite de idade e o reembolso pode ser realizado para despesas de terapias de apoio

Auxílio-idioma de até 75% da mensalidade

Auxílio-educação para cursos de graduação, pós-graduação, mestrado ou doutorado no valor correspondente a 75% da mensalidade

Auxílio-alimentação e/ou refeição para os empregados e Jovens Aprendizizes

Vale-transporte, custeando a parcela que exceder 1% do salário base, excluídos quaisquer adicionais, e 100% do vale-transporte ao Jovem Aprendiz

Estacionamento rotativo, auxiliando no conforto e tempo de deslocamento às dependências do trabalho. As gestantes e as pessoas com deficiência têm vagas fixas

Licença-adoção, com prazo ampliado por mais 60 dias para a empregada e o empregado adotante e garantia de emprego por desligamento sem justa causa por dois meses após o término da licença

Licença-gala por cinco dias úteis, a contar da data do evento

Licença-nojo, a contar da data do evento, de cinco dias úteis em caso de falecimento de cônjuge, companheiro(a), pais, filhos, netos, irmãos e dependente econômico declarado em carteira de trabalho e previdência social e licença de dois dias úteis em caso de falecimento de cunhados, tios, sogros, avós, sobrinhos e genro/nora

Garantir equidade e um ambiente inclusivo de trabalho é estratégico para a Agência: 55% do quadro de pessoal são mulheres

NÚMERO DE CONTRATAÇÃO¹ GRI G4-LA1	2013	2014	2015
POR GÊNERO			
Masculino	5	20	33
Feminino	9	20	43
TOTAL	14	40	76
POR FAIXA ETÁRIA²			
Abaixo de 30 anos	-	-	33
Entre 31 e 50 anos	-	-	38
Acima de 50 anos	-	-	5
TOTAL	-	-	76
TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES POR GÊNERO (%)			
Masculino	1,34%	5,01%	8,51%
Feminino	2,41%	5,01%	11,08%
TOTAL	3,74%	10,03%	19,59%

¹ Os dados referem-se à Região Centro-Oeste, onde está localizada a sede da Apex-Brasil, que concentra mais de 90% dos colaboradores.

² Nos relatórios disponíveis hoje não há o recorte de contratações e desligamentos por faixa etária dos anos anteriores.

NÚMERO DE DESLIGAMENTOS¹ GRI G4-LA1	2013	2014	2015
--	-------------	-------------	-------------

POR GÊNERO

Masculino	19	5	14
Feminino	9	10	20
TOTAL	28	15	34

POR FAIXA ETÁRIA²

Abaixo de 30 anos	-	-	5
Entre 31 e 50 anos	-	-	21
Acima de 50 anos	-	-	8
TOTAL	28	15	34

TAXA DE ROTATIVIDADE POR GÊNERO (%)

Masculino	18,00%	4,00%	4,8%
Feminino	8,00%	8,00%	6,9%
TOTAL	7,5%	3,8%	8,8%

SELO DE EQUIDADE

Iniciativas da Agência, como licença-maternidade de 180 dias, ampliação da licença-paternidade e licença para adoção e outras práticas que beneficiam o avanço da equidade na estrutura corporativa, resultaram na obtenção do selo Pró-Equidade de Gênero e Raça.

O selo faz parte do programa de mesmo nome, uma iniciativa do Governo Federal, coordenado pela Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, do

Ministério da Justiça e da Cidadania, em parceria com Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, ONU Mulheres e Organização Internacional do Trabalho (OIT). O intuito é atuar na gestão organizacional das empresas de forma a alcançar a igualdade entre os sexos e as raças no trabalho. **G4-15**

Garantir a equidade e um ambiente inclusivo de trabalho é estratégico para a Agência. Esse entendimento é validado em

seus números, que mostram que 55% do quadro de pessoal são mulheres.

Além das ações internas, a Apex-Brasil atua para promover a liderança feminina e incentivar a inserção de empreendimentos liderados por mulheres no mercado internacional. Em 2016, a Agência desenvolverá ações de capacitação e qualificação para a exportação destinada a esse público (*leia mais na página 50*).



DESENVOLVENDO A COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS NACIONAIS

AGÊNCIA APOSTA EM
SUSTENTABILIDADE,
INOVAÇÃO E *DESIGN* PARA
APOIAR EMPREENDEDORES
NA BUSCA DE VALOR E NA
EXPANSÃO DO COMÉRCIO
INTERNACIONAL

G4-E011

Ajudar as empresas a tornar seus produtos e serviços mais competitivos no disputado cenário internacional ocupa parte significativa dos investimentos da Apex-Brasil. Esse trabalho envolve ações de qualificação e assessoramento dos negócios, especialmente pequenos e médios, para promover a cultura exportadora e prepará-los para os desafios e as exigências globais. Também é tarefa da Agência incentivar a adoção de melhores práticas nas empresas brasileiras como meio de diferenciação.

A Apex-Brasil acredita que a inovação aliada à sustentabilidade é reconhecida como alternativa para aprimorar processos, agregar valor aos produtos e enfrentar desafios impostos por questões ambientais e econômicas. Por essa razão, a Agência aposta nesses dois atributos, somado ao *design*, para promover o aumento da competitividade dos negócios nacionais e a abertura de novos mercados.

As ações realizadas são transversais e envolvem capacitação, consultoria para melhorias de processo ou produtos e serviços e estímulo à inovação.

transversal
ações que envolvem capacitação e consultoria buscam melhorias de processos, produtos e serviços das empresas apoiadas



Projeto da Apex-Brasil em parceria com a GVces: Inovação e Sustentabilidade em Cadeias Globais de Valor auxilia MPEs nacionais a agregar valor em seus produtos e serviços endereçando desafios da sustentabilidade

CONTRIBUIÇÃO PARA UMA AGENDA SUSTENTÁVEL

GRI G4-PA2; G4-EO1

A Apex-Brasil entende que a sustentabilidade envolve todo o processo produtivo, incluindo o zelo pela formação da matéria-prima, sua coleta e beneficiamento, garantindo não apenas a manutenção do próprio processo, mas também do ecossistema e do valor compartilhado.

Incentivar negócios sustentáveis que utilizem recursos da sociobiodiversidade é um dos objetivos estratégicos da Agência dentro do eixo de desenvolvimento da competitividade. Esse compromisso visa integrar uma estratégia nacional que coordene as diferentes iniciativas, preencha as lacunas existentes e crie as bases para amplificar os resultados positivos de experiências bem-sucedidas, avançando na estruturação de cadeias produtivas e na consolidação de mercados para os produtos da sociobiodiversidade.

Entre as iniciativas relacionadas à inovação sustentável, a

Agência desenvolve uma série de projetos como o Inovação e Sustentabilidade nas Cadeias Globais de Valor (ICV Global). A iniciativa pretende criar bases inovadoras para orientar pequenas e médias empresas em seu processo de internacionalização e ajudá-las a posicionar seus produtos e serviços nos mercados compradores de alto valor agregado. O projeto é desenvolvido em parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (GVces), da Fundação Getúlio Vargas.

No primeiro ciclo do projeto, realizado em 2014, 12 empresas receberam apoio por meio de capacitações e consultorias específicas voltadas ao aprimoramento da oferta exportável e dos seus modelos de negócios. Após o trabalho inicial de diagnóstico e qualificação, as organizações participaram da primeira edição do Brazilian Sustainable Solutions (BSS), rodada de negócios realizada em novembro de 2014, com visitas técnicas e 66 reuniões de negócios entre as empresas e

os compradores internacionais. A iniciativa gerou uma expectativa de negócios de US\$ 2,75 milhões ao longo de 12 meses. Em 2015, cinco empresas foram selecionadas para integrar uma missão comercial na Califórnia (EUA), principal referência em sustentabilidade e inovação no mercado americano. Diversos encontros foram realizados com empreendedores, investidores, consultorias, universidades, escolas de negócios e instituições de pesquisa, entre outros.

Também faz parte do projeto da Apex-Brasil e do GVces o trabalho com duas empresas âncora – a Braskem (maior produtora de resinas termoplásticas das Américas e criadora do plástico verde) e a Beraca (fabricante de insumos naturais para a indústria cosmética e alimentícia) – para que elas auxiliem clientes e fornecedores de sua cadeia de valor a desenvolverem atributos de sustentabilidade.

Em 2016, o ICV Global terá sua segunda edição, com outras 38 empresas sendo capacitadas para o tema.

APOIO À PECUÁRIA

Divulgar globalmente as boas práticas na área de pecuária realizada no Brasil e ajudar a construir uma imagem positiva nos mercados internacionais é um dos principais objetivos do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS).

Considerando-se a sua importância para a segurança alimentar, assim como a necessidade de se promover uma nova dinâmica de uso da terra com base na recuperação de pastagens e intensificação da pecuária, o grupo promove diversas ações e oferece informações para promoção de um diálogo aberto, dinâmico e construtivo.

Nos dois últimos anos, o tema esteve presente nos principais fóruns de discussão promovidos pela Apex-Brasil, como em Paris, em evento paralelo à 21ª Conferência das Partes (COP-21) da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, em dezembro de 2015, e a Expo Milão (*Leia mais sobre esses eventos a seguir*).

Também durante a COP-21 foi lançado um documento com dados atualizados sobre os desafios ambientais relacionados à pecuária no Brasil, como desmatamento, emissões de gases de efeito estufa, pastagens degradadas, uso da água e perda da biodiversidade, entre outros. A versão em português está disponível no endereço: <http://bit.ly/2g2d9ob>.

Além do apoio à participação em eventos internacionais, a Agência realiza ações de monitoramento da mídia internacional, faz o mapeamento de atores relevantes na cadeia e desenvolve material de posicionamento e ações estratégicas de defesa de interesses.

ATENDIMENTO CUSTOMIZADO

Criado em 2015, o Programa de Atendimento Customizado a Empresas Inovadoras envolveu oito empresas na busca por criar e desenvolver uma nova abordagem de atendimento individualizado a empresas com atributos de inovação e sustentabilidade. A iniciativa foi realizada em caráter-piloto e está associada a oportunidades existentes no mercado.

Incentivar negócios sustentáveis que utilizem recursos da sociobiodiversidade é um dos objetivos estratégicos da Agência

PRINCIPAIS EVENTOS



SBRio

A Agência participou das edições 2014 e 2015 do Sustainable Brands Rio (SBRio), apoiando atividades relacionadas à inovação e ao incentivo a negócios inovadores. Como patrocinadora da competição de *startups* Innovation Open, a Apex-Brasil ajudou a selecionar desenvolvedores de produtos e soluções criativas como forma de catalisar o progresso e o impacto da próxima geração de melhores marcas. A competição envolveu uma série de eventos preparatórios em diversas regiões do País para discutir histórias de sucesso vividas por *startups* e os atuais desafios relacionados a financiamento de projetos, inovação e cultura.

Cadeias produtivas

A Agência desenvolve uma série de projetos em parceria com associações representativas que buscam o alinhamento de setores produtivos brasileiros às demandas globais de boas práticas em sustentabilidade. Em 2014, firmou um convênio com o Instituto Nacional do Plástico (INP) para diagnosticar e criar um plano de ação para a indústria de transformação plástica.

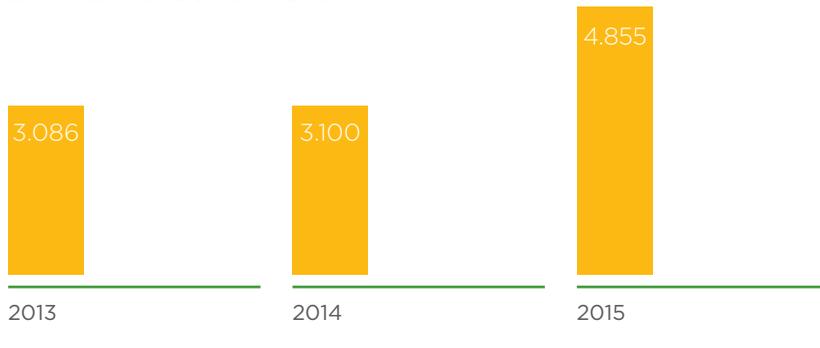
COP-21

O seminário Sustainable Land Use in Brazil foi organizado pela Apex-Brasil em parceria com a Business France e a Sociedade Rural Brasileira, no dia 7 de dezembro, em Paris, em paralelo à COP-21. O evento buscou promover a excelência da produção agrícola brasileira, considerando as mudanças climáticas e o uso sustentável das terras brasileiras. Uma plateia composta de formadores de opinião e investidores europeus conferiu as palestras de representantes da Fundação Getúlio Vargas, do WWF Brasil e do World Resources Institute.

Copa Artesanal

A visibilidade de grandes eventos realizados no Brasil é uma oportunidade para promover os produtos e serviços brasileiros. Durante a Copa do Mundo de Futebol, em 2014, a Apex-Brasil selou uma parceria com a Rede Asta - negócio social que potencializa o trabalho de pequenos negócios produtivos em regiões de baixo poder aquisitivo - para a realização do projeto Copa Artesanal. Para o desenvolvimento do trabalho, a Agência identificou grupos produtivos de baixa renda em cinco cidades-sede da Copa do Mundo e realizou ações de promoção comercial, capacitação dos grupos e criação e promoção de uma coleção de peças de artesanato que representassem a cultura local. As duas mil peças da coleção Brasil do Buriti, feitas à mão por artesãos locais, foram entregues durante o evento a compradores e formadores de opinião internacionais.

PEIEX EMPRESAS QUALIFICADAS



13,5 mil empresas

já foram atendidas pelo
PEIEX, lançado em 2009

QUALIFICAR A EMPRESA

O PEIEX, programa de qualificação para exportação, é uma iniciativa estruturada para qualificar e incrementar a competitividade das empresas, auxiliando os negócios iniciantes na prática do comércio exterior. Esse é um passo fundamental para o ingresso no mercado externo, cuja concorrência é intensa e requer diferenciação e alto valor agregado como ingredientes para o êxito do negócio.

Ele é desenvolvido por meio de parcerias com universidades, centros tecnológicos e federações de indústrias em regiões com potencial exportador e que apoiam uma rede de núcleos operacionais, presentes em 14 estados brasileiros. Essa estrutura permite à Agência a proximidade com os negócios e a oferta do suporte necessário aos empresários.

Entre 2014 e 2015, 38 núcleos estiveram em operação no Brasil, sendo sete nas regiões Norte/Nordeste – um dos focos da expansão do programa, por conta da distância em relação aos grandes centros e pelas oportunidades de negócio em exportação.

Lançado em 2009, o PEIEX já atendeu 13,5 mil empresas no Brasil. Entre 2014 e 2015, 4,3 mil empresas integraram o programa. A metodologia inclui, de forma gratuita, consultoria técnica, diagnóstico do negócio e da capacidade de exportação, e indicação de soluções para problemas técnico-gerenciais. A elaboração de cada diagnóstico leva de dois a três meses, e as empresas continuam tendo acompanhamento durante a implantação das mudanças, que podem variar desde soluções gerenciais internas a ações externas relativas ao acesso a novos mercados e à adequação de produto.

Para o período 2016 a 2018, a Agência tem a expectativa de capacitar 9.109 empresas.

Também no âmbito do PEIEX ocorrem as oficinas de competitividade. Formadas por aulas presenciais, essas ações de qualificação buscam aprofundar temas como estruturação da área de comércio exterior; inovação e desenvolvimento de produtos para o mercado externo; elaboração de ações de marketing e vendas internacionais; logística; planejamento financeiro e plano de negócios, entre outros temas. Em 2015, foram desenvolvidas 30 oficinas, para aproximadamente 700 empresas não exportadoras ou iniciantes nesse processo.

Após o período de capacitação, as empresas estão aptas a integrar outros programas de apoio à exportação da Apex-Brasil, como rodadas de negócios e feiras e missões internacionais.

APOIO À INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Atendimento personalizado para empresas em processo de expansão da operação no exterior

Apoio à estruturação:

- da estratégia de internacionalização
- do plano de expansão internacional

Para acessar o serviço entre em contato:

apexbrasil.com.br/fale-conosco

Tel: +55 61 3426-0202

UMA PASSAGEM PARA O MUNDO

Paras as empresas exportadoras que já atingiram a maturidade no comércio internacional e querem expandir seus negócios, a Apex-Brasil oferece o Programa de Internacionalização – um auxílio técnico para exportadores que desejam se instalar no exterior ou para aqueles que já operam fora do País e buscam ampliar sua participação.

A relação direta e positiva entre ganhos de competitividade e aumento dos negócios no exterior impulsiona empreendedores para esse processo. Mas a preparação para uma ação como essa exige uma estratégia sólida, conhecimento profundo das regiões onde pretende atuar e um planejamento completo. Mais do que auxiliar na busca de financiamento, a Agência atua no suporte ao empresário para a tomada de decisão. Isso inclui a análise dos melhores mercados conforme o segmento de produto ou serviço, a necessida-

de de adequação do modelo de negócios, a decisão sobre quem será expatriado e até mesmo se a empresa detém os recursos financeiros necessários para investir nesse projeto.

Em 2015, a Agência atendeu 332 empresas brasileiras interessadas em expandir seus negócios internacionais. As incubadoras dos escritórios internacionais receberam 85 companhias, e outras 19 receberam assessoria para se estabelecer fora do espaço Apex-Brasil.

Uma das ferramentas utilizadas para capacitar o empreendedor nesse processo é o Passaporte para o Mundo, instrumento inovador que oferece ao empresário e a sua equipe um ambiente propício de aprendizagem e disseminação de conhecimento sobre as oportunidades de negócios internacionais, com foco em mercados estratégicos.

Como um serviço *online* de capacitação para empresas, a plataforma reúne diferentes ha-

bilidades da Apex-Brasil em um ambiente interativo e personalizado para o empresário aprofundar seu conhecimento em relação ao processo de internacionalização ou de início de exportação dos seus produtos e serviços. A plataforma disponibiliza uma ampla base de informações sobre negócios internacionais, com conteúdo de alta qualidade produzido pelos profissionais da Agência e por seus parceiros de negócio, para capacitação a distância nos temas relacionados ao incremento da competitividade internacional e ao acesso a mercados.

São mais de 70 vídeos, entre cursos, palestras e 80 cases de sucesso, além de mais de 200 arquivos com conteúdo técnico especializado na biblioteca do sistema.

Em outra iniciativa de capacitação, a Agência realiza o Programa Inter-Com (Internacionalização e Competitividade), curso em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC) que capacita executivos brasileiros em estratégias de internacionalização.

EXPORTAÇÃO COMO FERRAMENTA DE EMPODERAMENTO FEMININO

A Agência entende a capacitação de empresas lideradas por mulheres como estratégia de fomento à igualdade de gêneros nos negócios e enxerga no mercado global oportunidades para aumentar a inserção econômica delas. Abrir espaço para a participação desse segmento na base exportadora será um dos focos de atuação da Apex-Brasil nos próximos anos.

A aproximação com esse público e as ações de capacitação e levantamento das suas demandas ocorrem por meio de parcerias com instituições de referência, como o Rede Mulher Empreendedora, plataforma *online* que reúne mais de 35 mil empresas

lideradas por mulheres no País, e o International Trade Center (ITC/UNCTAD). **G4-15; G4-16**

Com este último parceiro, a Apex-Brasil trouxe para o País o Women Vendors Exhibition and Forum (WVEF), fórum destinado a ampliar a participação de pequenas empresas lideradas por mulheres na cadeia de fornecimento de grandes empresas. Realizado em setembro de 2015, o evento teve em sua programação de três dias mesas-redondas com especialistas de vários países do mundo, rodadas de negócios, discussões setoriais de capacitação e um fórum das mulheres empreendedoras. Participaram do Women Vendors mais de 300 empreendedoras do Brasil e de outros países da América Latina, da África e da Ásia – o foco são nações em desenvolvimento.

Essa foi a quarta edição do encontro, já realizado na China, no México e em Ruanda, e teve ainda a parceria da ONU Mulheres, do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), do Sebrae, do Ministério do Meio Ambiente e do Ministério das Relações Exteriores. O encontro também deu origem ao documento Call to Action, um conjunto de propostas apresentado na Assembleia Geral da ONU, em setembro de 2015, em Nova York.

A Apex-Brasil também realiza outras iniciativas de apoio à preparação das empreendedoras para a disputa de um lugar na cadeia internacional de comércio, como atividades de mentoria e qualificação, por meio do PEIEX, e de inteligência comercial que identificam mercados e setores potenciais.

PEIEX 38 núcleos operacionais

1. Alagoas
2. Bahia
3. Ceará
4. Goiás
5. Minas Gerais
6. Pará
7. Paraná
8. Pernambuco
9. Rio de Janeiro
10. Rio Grande do Sul
11. Santa Catarina
12. São Paulo
13. Sergipe
14. Distrito Federal



Elas lideram

- 47% dos microempreendimentos nacionais
- 52% dos novos negócios

REDE MULHER EMPREENDEDORA

Durante o Women Vendors, realizado em setembro de 2015, em São Paulo, e com a participação de mais de 300 empreendedoras, a Apex-Brasil lançou oficialmente sua parceria com o Rede Mulher Empreendedora.

A ação conjunta pretende formar e capacitar 2 mil empresárias até 2017. O trabalho começará nos próprios eventos da rede, que ocorrem em todo o Brasil, e terá o objetivo de apresentar os programas oferecidos pela Apex-Brasil a pequenas e médias empresas que têm ou não a cultura de exportação e atraí-las para o PEIEX e os projetos setoriais.

O Rede Mulher Empreendedora é uma plataforma *online* que reúne mais de 35 mil empresas lideradas por mulheres em todo o Brasil.

FINANCIADORA DE ESTUDOS E PROJETOS (FINEP)

Por meio de um acordo de co-operação técnica com a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), a Apex-Brasil promoveu em novembro de 2015 o Venture Point, rodada de investimentos entre *startups* e fundos de investimentos que integrou a programação da EmTech Brasil, conferência de tecnologias emergentes do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT). A ação focou a capitalização de empresas e *startups* brasileiras com potencial de expansão internacional. Participaram 15 *startups*, selecionadas entre as 135 que se inscreveram, e 30 fundos de investimento e investidores-anjos. O acordo também capacitou técnicos dos núcleos operacionais do PEIEX, nas diversas linhas de financiamento da Finep.

DESIGN DE DESTAQUE

O desenvolvimento do produto certo, que atenda às necessidades do mercado em usabilidade, *performance* e experiência de consumo e se destaque de seus concorrentes, passa pelo *design* adequado. Desenvolvido em parceria com o Centro Brasil Design, o programa Design Export auxilia as empresas brasileiras a implantar soluções e melhorar seus produtos e serviços voltados à exportação por meio do *design* e da inovação.

As empresas participantes recebem consultoria para identificar a melhor oportunidade de inovação e os profissionais mais adequados às suas necessidades por meio de um cadastro nacional de escritórios de *design*. Os consultores acompanham todas as etapas do desenvolvimento

do novo produto ou embalagem com a devida atenção ao processo de gestão do *design*, diminuindo os riscos de lançamento da inovação no mercado.

A primeira rodada do Design Export se encerrou no final de 2014, com trabalhos realizados em 60 cidades brasileiras, de sete estados (RS, SC, PR, SP, MG, PE e PB). A ação permitiu que 62% das empresas participantes contratasse *design* pela primeira vez. No total, 100 empresas brasileiras, de 21 setores industriais, receberam recursos financeiros para contratar esse tipo de serviço.

Em 2015, um novo edital público selecionou 100 empresas para participarem da segunda edição do programa – e uma nova chamada incluirá outras 100 organizações para o trabalho que ocorre até maio de 2018.

DE OLHO NAS STARTUPS

Nos últimos anos, a Apex-Brasil reforçou sua atuação na capacitação de *startups*, para competir no mercado internacional. Um dos grandes avanços em 2014 foi o processo seletivo para apoiar 15 *startups* brasileiras a participar da edição 2015 do South by Southwest (SXSW). O evento trata de temas como tecnologia, economia criativa e música, e é realizado anualmente em Austin, no Texas. Os selecionados receberam treinamento, e a inscrição foi gratuita.

A Apex-Brasil é parceira do Ministério da Ciência e Tecnologia no programa Startup Brasil. O programa atende empreendimentos com até quatro anos de constituição, fornecendo bolsas de até R\$ 200 mil, capacitação e atividades de aproximação com investidores e clientes. A Apex-Brasil

atua na iniciativa por meio da organização de diversas ações voltadas à atração de investidores e à promoção de exportações e da internacionalização dessas empresas.

Em 2015, a Agência realizou a primeira edição do projeto Promessas, que busca impulsionar os empreendedores em uma expansão internacional. A iniciativa-piloto tem parceria da Endeavor e selecionou 50 empresas, que participaram de treinamentos ministrados por empresários brasileiros de sucesso que já estão no mercado internacional. Cada empresa teve duas sessões de mentorias, envolvendo temas como expansão internacional, aquisição de um concorrente, formação de um Conselho Consultivo e desafios de estratégia e gestão.

Os resultados positivos do Design Export no Sul e Sudeste do País levaram a sua expansão para o Nordeste, por meio de uma parceria com o Centro Pernambucano de Design. Mais informações em www.designexport.org.br/.

Também foi registrado no primeiro ciclo do projeto o aumento de quase 60% nas exportações das 14 empresas que lançaram soluções inovadoras no mercado em função do programa, comprovando a contribuição do *design* na diferenciação de produtos e serviços e seu incremento para os negócios. Os dados de crescimento foram registrados entre janeiro e setembro de 2014.

INOVA EMBALA

Outra iniciativa relacionada ao *design* é o Inova Embala,

que estimula os fabricantes a agregar valor aos seus produtos por meio do *design* de embalagens. Inicialmente, o projeto foi desenvolvido em parceria com Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) e, a partir de novembro de 2014, passou a ser executado em conjunto com o Instituto de Embalagens.

A ação é gratuita e, além de envolver o processo de inovação, engloba o atendimento das companhias a certificações e normas internacionais. O projeto foi desenvolvido com base em ações específicas para cada setor, como eventos, capacitação, cursos, treinamentos e análise técnica das embalagens (clínicas).

Somente no âmbito do Inova Embala, foram atendidas 500 empresas, entre 2014 e 2015, dos setores de alimentos e bebidas.

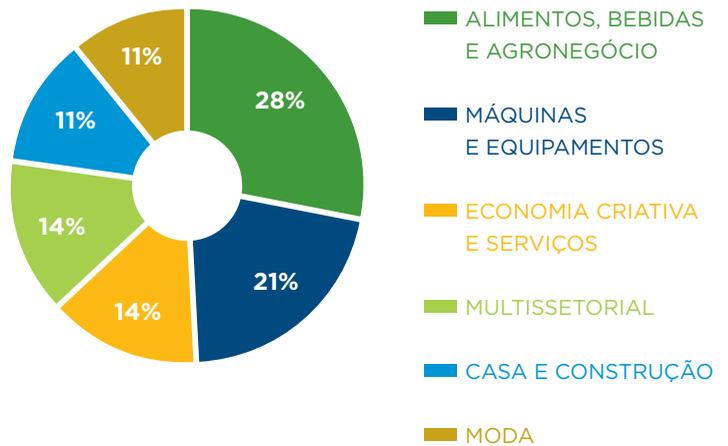
PROJETOS SETORIAIS

Trabalhando em parceria com entidades representativas de diversos segmentos produtivos com capacidade imediata ou potencial de exportação e internacionalização, a Apex-Brasil apoiou 72 Projetos Setoriais em 2015, ante 76 em 2014. Esses parceiros têm papel fundamental na formulação e execução de estratégias de comércio exterior em setores prioritários para a economia brasileira.

As entidades setoriais são um dos principais elos da Agência com as empresas brasileiras e participam de mais de 70% das ações da Apex-Brasil para promover as exportações, assim como a valorização dos produtos e marcas brasileiras no exterior. Em 2015, os resultados desses projetos totalizaram US\$ 28,7 bilhões em exportação de bens.

INDICADORES DE AVALIAÇÃO

- Quantidade de empresas apoiadas
- Quantidade de empresas exportadoras
- Valor médio exportado pela empresa
- Participação das empresas exportadoras no projeto do setor
- Quantidade de produtos
- Quantidade de destinos
- Taxa de crescimento das exportações



Os Projetos Setoriais são desenvolvidos em parceria com as entidades setoriais e recebem apoio tanto sob forma de recursos financeiros como técnico e ações de capacitação. Para aprimorar essas atividades, a Agência estruturou em 2014 um sistema de indicadores de acompanhamento, relacionados ao desempenho dos setores, que orientam as ações em conjunto. São sete indicadores, com critérios de avaliação que vão desde maturidade exportadora, porte e processo de desenvolvimento de novos produtos até orientação para o mercado externo, avaliados trimestralmente.

Em 2015, foram redefinidos os limites de investimento da Apex-Brasil nesses convênios, que passaram de 85% para 70%, e o fluxo de repasse, que deixou de ser trimestral para ser feito a cada mês, mediante a aprovação do plano de despesas.

Reuniões periódicas permitiram o acompanhamento e reformulação das estratégias da maioria dos

projetos em função dos resultados apresentados de destinos, produtos e outras informações. A intensificação do monitoramento dos resultados e a dinamicidade para readequação de estratégias asseguram o desempenho das exportações das empresas apoiadas, que mantêm *performance* melhor do que a média nacional (*leia mais nas págs. 17, 18 e 21*). Esse trabalho permitiu, ainda, aos gestores da Apex-Brasil e das entidades setoriais melhor compreensão dos efeitos das ações dos projetos e os seus impactos nas empresas, facilitando ajustes de rota para aumentar os resultados obtidos no mercado externo.

Essa avaliação constante resultou na reformulação de alguns convênios e na finalização de algumas parcerias, reforçando o foco em setores com potencial para exportação e internacionalização. As medidas estão alinhadas ao compromisso com a qualidade das ações e busca ampliar a eficiência dos investimentos da Apex-Brasil.

indicadores para aprimorar as atividades, a Agência criou sistema de indicadores relacionados ao desempenho dos setores

US\$ 28,7 bilhões

foram gerados como resultado dos Projetos Setoriais em 2015

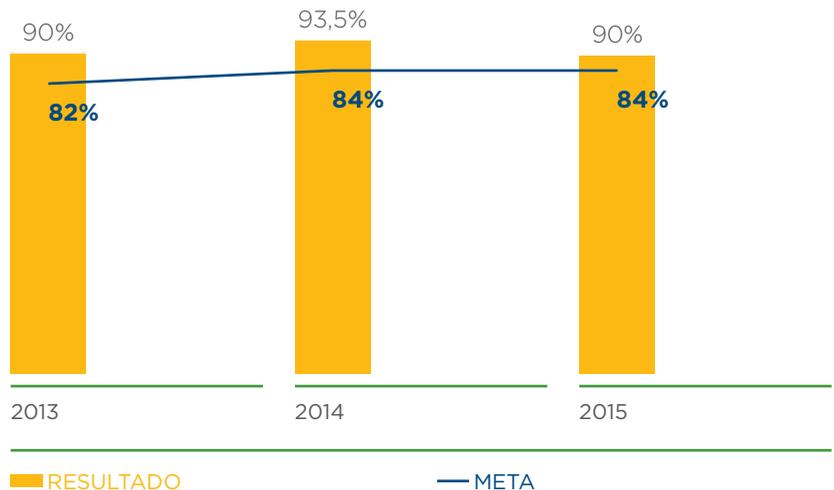
RELACIONAMENTO COM EMPRESAS E ENTIDADES SETORIAIS

No trabalho de promover produtos e serviços brasileiros no exterior, as empresas apoiadas, diretamente ou por meio de entidades setoriais ou demais serviços da Agência (PEIEX, feiras, missões etc.), são consideradas os “clientes” e o principal público da Apex-Brasil.

Para aperfeiçoar o relacionamento com esse grupo, a Agência possui diversas formas de comunicação. Além do canal Fale Conosco, o *website* da Agência também traz os contatos telefônicos da sua sede e dos escritórios no exterior. A Agência marca presença nas principais redes sociais: LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat e Twitter. Existem, ainda, os Núcleos Operacionais (NOs) do PEIEX, localizados nos estados brasileiros.

SATISFAÇÃO DAS EMPRESAS ATENDIDAS

GRI G4-PR5



Ao entrar em contato ou ser acionada por uma empresa, a Apex-Brasil faz uma avaliação da maturidade exportadora da empresa para identificar os serviços adequados ao seu perfil.

Também como parte da gestão do relacionamento, desde junho de 2014 a Agência divulga internamente relatórios com informações sobre demandas dos contatos provenientes dos canais de relacionamento. O objetivo é mapear os principais temas de interesse e as áreas envolvidas e monitorar as demandas em aberto, a fim de garantir as respostas aos clientes. Em 2015, foram atendidas quase 9 mil demandas dos diferentes públicos que entram em contato diretamente pelos canais institucionais, sendo a grande maioria de empresas clientes e potenciais clientes da Apex-Brasil.

Esses relatórios são viabilizados a partir do CRM (Customer

Relationship Management), ferramenta utilizada desde 2009 para que todas as áreas tenham uma visão ampla e detalhada do cliente.

A qualidade do atendimento prestado é verificada pelo índice de satisfação das empresas atendidas, que permite avaliar a adequação e disponibilidade do serviço oferecido, além de qualificar o atendimento prestado e a qualidade técnica. Em 2015, a satisfação medida foi de 90%, resultado que superou a meta estipulada, de 84%. O resultado oscilou levemente se comparado com o ano anterior, quando alcançou 93,5%. Mais de mil empresas participaram da pesquisa de satisfação em 2015.

GRI G4-PR5

O índice de satisfação é um dos nove indicadores prioritários da gestão e permite à Agência o refinamento constante da sua estratégia.



MAIS BRASIL NO MUNDO

COM APROXIMADAMENTE MIL EVENTOS POR ANO, AGÊNCIA PROMOVE OS ATRIBUTOS INOVADORES, COMPETITIVOS E SUSTENTÁVEIS DO PAÍS

A Apex-Brasil considera como uma função estratégica trabalhar para ampliar o entendimento do mercado internacional sobre o País e combater a simplificação dos estereótipos, que reduzem o Brasil ao país do carnaval, do verão, da sexualidade e da violência.

Melhorar a percepção internacional sobre as empresas, os produtos e os serviços brasileiros integra a pauta de todos os trabalhos da Agência. Essa preocupação está presente na capacitação dos empresários para ingressarem no mercado externo, envolve a realização de eventos e a participação em grandes feiras internacionais, missões e rodadas de negócios e também é foco de grupos de trabalho de defesa dos interesses do País no exterior.

A imagem estereotipada pode até contribuir para a comunicação da marca em alguns segmentos, mas ela não expressa todo o potencial de geração de valor do Brasil nem contribui para a atração de investimentos, novos negócios e a inovação.

Corrigir as distorções de imagem em setores como agronegócio brasileiro, têxtil e calçadista, entre outros, é essencial. A Apex-Brasil entende que é preciso reconhecer as necessidades de melhoria, mas também fornecer informações atualizadas que permitam o diálogo aberto e construtivo, apresentando as evidências de que o Brasil é um país competitivo globalmente nesses segmentos.

O desafio é grande, mas existe uma grande oportunidade de reforçar os aspectos positivos de se fazer negócios com o Brasil, ainda pouco reconhecidos. Entre eles, atributos e diferenciais como sustentabilidade e tecnologia em áreas do agronegócio e a criatividade de setores como moda e audiovisual, além de muitos outros.

De outro lado, no âmbito das empresas, a Apex-Brasil busca influenciar a mudança de atitude e a adoção das melhores práticas de negócio, especialmente no que se refere a direitos humanos, práticas tra-

estereótipos
corrigir distorções de imagem é um dos objetivos do trabalho de promoção comercial

Em 2015, foram realizados 941 eventos, entre iniciativas de promoção comercial, rodadas de negócio e missões empresariais e de imagem

balhistas e de eficiência no uso dos recursos naturais (*leia mais sobre a contribuição para uma agenda sustentável nas empresas na página 43*).

PROMOÇÃO DE NEGÓCIOS

A realização e a participação em feiras, eventos e missões comerciais têm como objetivo prospectar negócios, divulgar a imagem e promover o contato direto do comprador com as empresas brasileiras. Nos últimos cinco anos, em média, a Apex-Brasil promoveu a participação de empresas nacionais em quase mil eventos por ano.

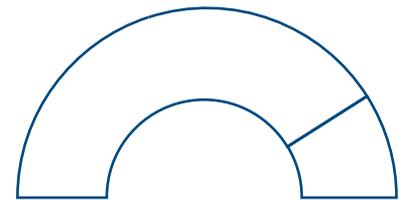
A decisão sobre a participação é definida de forma integrada pelas diferentes áreas, com base em análises previamente elaboradas e em estudos internos em quatro dimensões: mercados prioritários, parceiros estratégicos, produtos e negócios.

Em 2015, foram 941 eventos, entre iniciativas de promoção comercial, rodadas de negócio, missões empresariais e representação institucional. Em todos

eles, uma preocupação: a de promover o Brasil no mundo como um país de vocação inovadora, competitiva e sustentável.

Um dos eventos com maior repercussão foi a participação na Expo Milão, de maio a outubro de 2015. A Apex-Brasil foi a responsável pelo Pavilhão Brasil, uma grande vitrine para fortalecer a imagem do País perante o mundo (*leia mais no box a seguir*).

Aproximadamente 77% dos eventos promocionais de 2015 ocorreram por meio dos Projetos Setoriais, cujas ações são executadas com segmentação setorial pelas entidades parceiras. O restante é formado por iniciativas de Promoção de Negócios, com viés multissetorial, executadas diretamente pela Apex-Brasil. A estatística seguiu a tendência dos anos anteriores, com pequena redução no número de eventos em relação ao período anterior. Em 2014, foram realizados 967 encontros. A maioria das ações ocorreu no Brasil, seguido por Estados Unidos, França, Alemanha e Colômbia.



77%

dos eventos promocionais de 2015 ocorreram por meio dos Projetos Setoriais

941 EVENTOS EM TODOS OS CONTINENTES

Principais destinos

1º Brasil

287

2º Estados Unidos

158

3º França

55

4º Alemanha

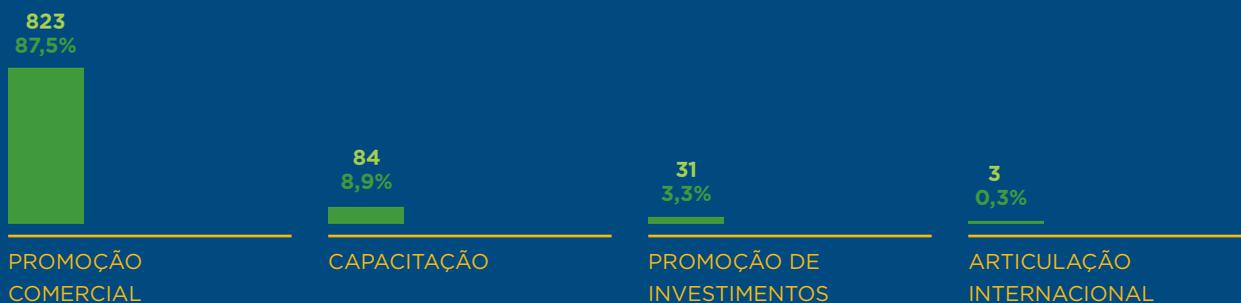
53

5º Colômbia

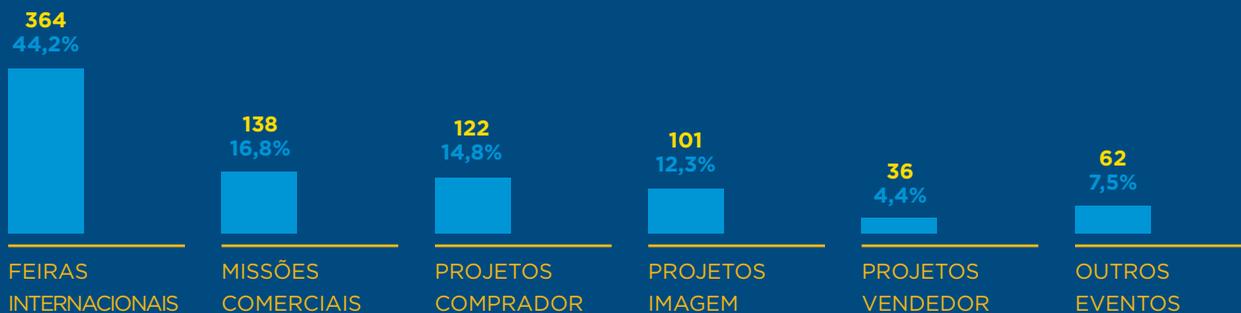
52



EVENTOS POR TIPO



PROMOÇÃO COMERCIAL



SOLUÇÕES PARA ALIMENTAR O MUNDO NA EXPO MILÃO

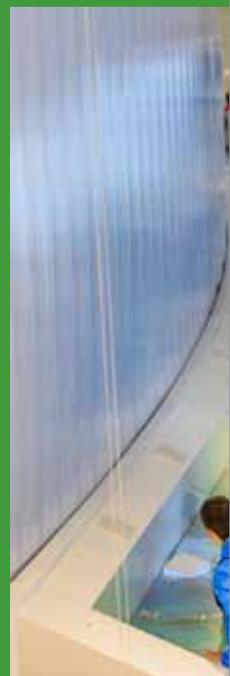
Com o tema *Feeding the World, Energy for Life*, a Exposição Universal de Milão – a Expo Milão – reuniu 144 países durante seis meses para discutir formas de produção sustentável de alimentos, além de temas paralelos. O espaço do Brasil foi dedicado a mostrar a capacidade do País para ampliar a produção de alimentos e atender às demandas mundiais usando tecnologias avançadas e de forma sustentável.

No total, 21,5 milhões de pessoas visitaram a Exposição – um quarto desses visitantes, ou 5,3 milhões, passou pelo Pavilhão do Brasil. Organizado pela Apex-Brasil, sob a coordenação do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, o pavilhão foi projetado pelo Studio Arthur Casas, em parceria com Atelier Marko Brajovic e Mosae Milano Open Studio. A ambientação recebeu o prêmio *Towards a Sustainable EXPO*, reconhecida como um dos espaços mais bem-sucedidos na categoria *Design e Materiais da Edificação*, em que foram analisados aspectos relacionados a eficiência energética, análise do ciclo de materiais e proposições de reúso das edificações após o fim do evento.

Durante os 184 dias de exposição, o pavilhão recebeu autoridades e visitantes de 49 países, entre eles, o diretor geral da FAO, José Graziano, e o diretor geral da OMC, Roberto Azevedo. Também atraiu personalidades

como o escritor Umberto Eco, o teólogo Leonardo Boff e o fotógrafo Sebastião Salgado.

Foram realizados 36 eventos em torno do tema, entre seminários, *cooking shows* e ações de degustação, exposições e apresentações culturais. Para organizar a programação, a Apex-Brasil trabalhou em parceria com 73 empresas brasileiras e 8 entidades setoriais. Também colaboraram na realização de atividades representantes de 20 órgãos do Governo Federal e de 12 estados brasileiros. As parcerias viabilizaram a comercialização de produtos nacionais na loja, no





Trilha: rede suspensa de 1,2 mil m² representa a integração dos diversos atores responsáveis pela produção de alimentos

restaurante e no café instalados no espaço, bem como no apoio ao mobiliário e outros itens para o funcionamento do pavilhão.

A imprensa internacional, principalmente a italiana, deu grande destaque ao Pavilhão do Brasil, várias vezes citado como um dos melhores da Expo Milão em parte das mais de 830 matérias publicadas.

Entre as atrações, caminhar sobre uma rede suspensa de 1,2 mil m² que representava a integração dos diversos atores responsáveis pelo protagonismo brasileiro na produção de alimentos foi consagrada como uma das grandes atrações da Expo Milão. Cerca de 2,7 milhões de pessoas passaram pela rede. A Galeria Verde, composta de diferentes plantas selecionadas pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) para mostrar como a tecnologia foi utilizada para adaptar espécies aos diferentes biomas do Brasil, também chamou atenção. As instalações apresentavam ainda dados sobre a diversidade, a qualidade e a tecnologia presentes na produção agropecuária e na gastronomia do Brasil.

As Exposições Universais são realizadas a cada cinco anos – a próxima será em 2020, em Dubai.



280
empresas
brasileiras participaram de
14 missões empresariais em
2015. O objetivo é aproximar
empresários de compradores
internacionais, entre eles, de
Dubai, Reino Unido, Japão,
Argélia, Egito e Colômbia

Em 2015, foram realizadas 14 missões empresariais, que aproximam empresários de compradores internacionais e tiveram a participação de aproximadamente 280 empresas brasileiras. Entre elas, a Agência levou 37 empresas ao norte da África, com objetivo de retomar mercados e abrir novas oportunidades de negócios, a países como Argélia e Egito. A ação tem expectativa de geração de negócios no valor de US\$ 89,4 milhões no prazo de 12 meses.

Cerca de 50 empresários brasileiros também estiveram presentes na Colômbia, para a Missão Brasil Tecnológico, com potencial de gerar recursos de US\$ 55 milhões. O evento contou com *workshops* e rodadas de negócios nos segmentos de máquinas e *softwares*, com compradores de toda região sul-americana.

A Agência também organizou a participação brasileira em nove grandes feiras internacionais, como a Gulfood, em Dubai. A feira é a maior dos setores de alimentos, bebidas e agronegócios do Oriente Médio e a principal porta de entrada de produtos brasileiros na região.

Participaram do evento 72 empresas nacionais que, somadas, geraram expectativa de negócios de cerca de US\$ 646,5 milhões.

Ainda em 2015, a Agência atuou para impulsionar o *trade marketing*, projetos realizados em parceria com grandes varejistas, fomentando a venda de produtos brasileiros em grandes redes. Foram realizadas ações com a rede de lojas Isetan/Mistukoshi, no Japão, com mais de 50 marcas brasileiras, e com o Grupo Casino, na França.

As iniciativas de promoção comercial contam com o apoio dos escritórios internacionais, que também atuam com ações próprias, ampliando as oportunidades de negócios para o empresariado brasileiro interessado em vender ao exterior. Em 2015, os escritórios realizaram mais de 900 atendimentos. Entre as ações de promoção comercial, destaca-se a participação de 22 empresas nacionais que apresentaram seus produtos no pavilhão Brasil da IFE - International Food & Drink Even, principal feira de alimentos e bebidas do Reino Unido.

As iniciativas de promoção
comercial contam com
o apoio dos escritórios
internacionais, que também
atuam com ações próprias,
ampliando as oportunidades
de negócios

Existem oportunidades de reforçar os aspectos positivos de se fazer negócios com o Brasil, ainda pouco reconhecidos

FACILITAÇÃO DE COMÉRCIO E INVESTIMENTOS

Ainda no âmbito do reforço da imagem positiva do Brasil, a Agência articula com atores na esfera governamental, organismos de apoio e representantes empresariais no Brasil e no exterior, com o objetivo de facilitar o comércio dos produtos e serviços nacionais, além de posicionar o País como destino de investimentos estrangeiros.

No apoio à defesa dos interesses setoriais brasileiros, os escritórios da Apex-Brasil no exterior têm papel fundamental, oferecendo suporte às iniciativas da Agência e acompanhando de perto as oscilações políticas e econômicas desses mercados.

Em **Bruxelas**, o escritório monitora barreiras comerciais, legislações e mudanças políticas que possam afetar o comércio de produtos brasileiros nos países da União Europeia. Por tratar-se de um mercado promissor no setor de alimentos, há um esforço em meio aos congressistas europeus para esclarecer as

diferentes modalidades da produção de alimentos brasileiros. Esse tipo de atuação comercial visa, principalmente, desmistificar conceitos construídos sobre os produtos brasileiros, buscando trazer maior clareza sobre o mercado e, conseqüentemente, maior inserção na União Europeia. Em 2014, por exemplo, foi realizada uma missão com congressistas para conhecer as cadeias produtivas no Brasil (*leia mais no box a seguir*). Em 2015, foi realizado o debate Padrões Privados e seus Impactos no Comércio Brasil-União Europeia, em evento paralelo à Cúpula EU-CELAC (Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos).

Os escritórios de **Miami e São Francisco** têm um papel estratégico no mercado americano. Os Estados Unidos são antigos parceiros comerciais do Brasil e um grande comprador de produtos manufaturados. Assim como na Europa, é um mercado com barreiras em diversos setores. Por isso, é fundamental acompanhar as mudanças nas exigências do mercado quanto à importação.

Agência articula com atores na esfera governamental, organismos de apoio e representantes empresariais no Brasil e no exterior

O mercado americano requer, ainda, um minucioso acompanhamento das questões relativas aos direitos humanos. O levantamento, realizado anualmente pelo Congresso norte-americano sobre os países e setores que utilizam trabalho infantil e escravo, incluiu o Brasil em 2013. Como consequência, produtos brasileiros de 16 setores foram afetados. Para lidar com esse desafio, no biênio, a Agência desenvolveu em conjunto com a ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) uma série de ações de *policy advocacy*, com foco na retirada do setor têxtil da lista de trabalho forçado do US-DoL. Nesse aspecto, a Agência também tem parceria com o Center for Strategic and International Studies (CSIS), responsável por dois eventos realizados em Washington sobre facilitação de comércio e investimento estrangeiro direto.

Em **Pequim**, na China, buscou-se compreender o modelo de atuação do Executivo e Legislativo local. Em 2014, uma consultoria chinesa foi contratada para subsidiar a Apex-Brasil no levantamento de informações sobre a estrutura do governo chinês, que subsidiou o estudo **Conhecendo o Sistema Político Chinês**, apontando “quem é quem na China” e como os regulamentos são feitos e entram em vigor. O referido estudo foi baseado em dúvidas concretas dos empresários e contribuiu para a construção de uma agenda mais efetiva de negócios e defesa de interesses na China.

Outros mercados estratégicos para o Brasil e que possuem escritórios são o Leste Europeu e o Oriente Médio (Rússia e Emirados Árabes). Na África, o escritório da Apex-Brasil fica na Angola, e, nos vizinhos da América Latina, a Agência está formalmente instalada na Colômbia e em Cuba.

INSIDE BRASIL REFORÇA EVIDÊNCIAS DAS BOAS PRÁTICAS BRASILEIRAS

Veja o caminho percorrido pelos representantes europeus:



Para avançar nas discussões sobre temas que impactam o comércio bilateral entre Brasil e União Europeia, a Apex-Brasil promoveu a missão Inside Brasil – Comissão Europeia à Região Norte brasileira. Envolvendo nove representantes da Comissão Europeia, responsáveis por áreas como agricultura, turismo, produção orgânica, cooperação, clima, relações com as Américas e planejamento estratégico, a ação também integrou à comitiva um membro do corpo diplomático da União Europeia.

No intuito de fornecer evidências das boas práticas regionais, a Inside Brasil percorreu quatro cidades nos estados do Amazonas e do Pará e incluiu encontros em indústrias instaladas na região, instituições de pesquisa e de fomento, universidades, cooperativas e associações produtoras de orgânicos. A iniciativa permitiu aos europeus maior conhecimento sobre a força produtiva da região e suas características.

Amazonas

A agenda teve início em **Manaus** com um encontro na Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), como contraponto à contestação feita pelo bloco econômico europeu sobre a Zona Franca de Manaus na Organização Mundial do Comércio (OMC), em 2013. Os europeus tiveram acesso a diversos dados e estudos que comprovam como a instalação do Polo Industrial de Manaus (PIM) contribui diretamente para a conservação da Floresta Amazônica.

A conservação da Amazônia também foi tema das visitas ao Instituto Nacional de Pesquisas Amazônicas (INPA) e à Universidade Federal do Amazonas (UFA), onde eles conheceram linhas de pesquisa sobre a biodiversidade amazônica, estudos sobre a relação de comunidades indígenas e não indígenas com a floresta e impactos e qualidade de vida dessas comunidades.

Pará

As visitas tiveram início em **Belém**, na Agropalma, maior produtora de óleo de palma da América Latina. Essa visita foi importante porque a empresa utiliza sistemas agroflorestais para produzir as palmeiras, o que permite uma produção orgânica, com a conservação da floresta. Além da estrutura industrial, os europeus conheceram o terminal portuário, de onde boa parte da produção de óleo bruto é exportada para a Alemanha.

200 quilômetros à frente, o grupo chegou ao município de **Tomé Açu**, onde conheceu a Cooperativa Agrícola Mista de Tomé Açu (Camta), fundada em 1929 por imigrantes japoneses.

No último dia da missão foi realizado um encontro com líderes da Comunidade Agrícola de Santa Luzia, também produtora em sistema agroflorestal. Localizada em uma área de **Tomé Açu**, afastada 40 quilômetros do centro do município, a associação conta com apoio e assistência técnica da Beraca para se consolidar como fornecedor de matéria-prima para a indústria.

De volta à **Belém**, o grupo participou de encontro com estudantes de Relações Exteriores da Universidade da Amazônia (UNAMA).



MAIS INVESTIMENTOS NO PAÍS

A ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO ESTRANGEIRO DIRETO É UM IMPORTANTE EIXO DO TRABALHO DA APEX-BRASIL, COM FOCO EM RECURSOS E TECNOLOGIA

A Apex-Brasil busca facilitar a atração de Investimento Estrangeiro Direto (IED) e posicionar o Brasil como um mercado atrativo para alocação de capital estrangeiro. A busca de recursos tem como principal objetivo adensar cadeias produtivas e tecnológicas, aumentar a competitividade das empresas brasileiras, gerar empregos e auxiliar no desenvolvimento econômico e tecnológico do País.

A atração de recursos faz parte das tarefas da Agência desde a sua criação e vem sendo reforçada ano a ano. Em 2005, foi criada uma unidade administrativa voltada à atração de investimentos diretos. Em 2008, a Apex-Brasil assumiu a presidência da World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA), ano em que também alterou seu nome para Agência de Promoção de Exportações e Investimentos.

Seguir reforçando a captação desse tipo de recurso é um fator

estratégico para as empresas brasileiras, trabalhado em duas frentes pela Apex-Brasil: atração de investimentos produtivos, ou seja, de negócios em setores-chave para o País, e a captação de investimentos em participação via fundos ou por meio de *joint ventures*.

No âmbito dos investimentos produtivos, o foco reside em cinco setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas e do País (petróleo e gás, energias renováveis, pesquisa e desenvolvimento, automotivo e saúde) e visa à atração proativa de centros de pesquisa e desenvolvimento, novas plantas industriais e ampliação das já existentes.

Na segunda frente de atuação, a Agência trabalha para atrair recursos financeiros institucionais estrangeiros para alocação em fundos gestores nacionais. A Apex-Brasil auxilia no processo de decisão por meio de

informações mercadológicas e ambiente de negócios, na aproximação com agentes públicos e privados e na organização da agenda de visitas. A Agência também oferece capacitação aos empreendedores brasileiros, para prepará-los para apresentarem seus projetos a potenciais investidores.

O volume total de recursos facilitados pela Apex-Brasil foi de US\$ 4,7 bilhões em 2014, sendo US\$ 1,3 bilhão em investimentos produtivos e US\$ 3,4 bilhões de alocação em fundos gestores nacionais. Em 2015, o resultado foi de US\$ 166 milhões e US\$ 3,06 bilhões, respectivamente, totalizando US\$ 3,3 bilhões. O movimento de novas empresas estrangeiras no País ou a ampliação de atividades de quem já está no Brasil teve um decréscimo maior em comparação com o financiamento estrangeiro em empresas nacionais. Esse desempenho está relacionado ao contexto de

incerteza econômica. Os investimentos tornaram-se mais fragmentados, com grande volume de anúncios, mas com valores menores. Comparando o orçamento destinado à atividade de atração de investimento estrangeiro direto e o volume de recursos facilitados, cada US\$ 1 aplicado resultou em US\$ 1.570 efetivamente investidos no País a partir da facilitação da Apex-Brasil em 2015.

A atração de recursos para o Brasil tem papel fundamental para a retomada da economia nacional e, por isso, a Agência se esforça para promover a imagem do Brasil no mundo como um parceiro de negócios confiável e com grande potencial de geração de valor, fugindo

dos estereótipos geralmente associados à imagem brasileira (*leia mais na página 55*).

Esse trabalho também ocorre de maneira proativa, com ações para gerar interesse de multinacionais ou investidores. A Agência analisa e divulga informações sobre competitividade do Brasil nos principais setores e sobre a cadeia produtiva local e o contexto internacional para o segmento, além de promover encontros internacionais e visitas de representantes internacionais para conhecer o País.

A estratégia inclui, ainda, o aprimoramento das ações, buscando nichos dentro dos setores, como forma de aperfeiçoar o foco das iniciativas. Por exemplo, intensi-

ficar a busca por parcerias tecnológicas que possam agregar valor a empresas locais. Dessa forma, negócios brasileiros que já detêm a experiência do mercado nacional podem se associar a organizações estrangeiras interessadas em se estabelecer no Brasil. Para o parceiro internacional, esse formato reduz o tempo de instalação e os riscos do negócio, e, para a empresa brasileira, é a oportunidade de somar uma tecnologia inovadora ao seu negócio.

A Apex-Brasil também tem parceria com a Organização Nacional da Indústria do Petróleo (ONIP), para fomentar parcerias tecnológicas entre empresas brasileiras e estrangeiras da cadeia de petróleo e gás.

INCENTIVO PARA ATRAIR P&D

Lançado em março de 2015, o programa Innovate in Brasil pretende apresentar a investidores e multinacionais as vantagens e oportunidades para a instalação de centros de P&D no Brasil. Direcionada a quatro setores industriais (energias renováveis, tecnologia da informação e comunicação, petróleo e gás e saúde), a estratégia está apoiada em uma plataforma digital, disponível em www.innovatein-brasil.com.br. Ela fornece dados sobre mercado consumidor interno, qualificação da mão de obra, infraestrutura tecnológica, centros de inovação já existentes no País e incentivos governamentais disponíveis com as especificações de cada um dos setores prioritários.

A ideia é que, em poucos minutos, o investidor possa se informar sobre o Brasil e decidir se o País é um potencial candidato para seu investimento. Em caso positivo, o próximo passo é procurar a Apex-Brasil, que é o ponto focal para atender empresas interessadas em oportunidades de investimentos, sejam em P&D ou em outros setores. A Agência atua desde a primeira visita à empresa até o anúncio do investimento, fornecendo informações, fazendo a aproximação com atores públicos e privados e ainda identificando potenciais locais para a instalação da planta ou centro.

Esse é o primeiro passo para apresentar as oportunidades brasileiras a especialistas em

inovação, executivos de empresas estrangeiras que desenvolvem P&D no Brasil, além de representantes de instituições públicas.

O Innovate in Brasil é desenvolvido pela Apex-Brasil, em parceria com o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Ele foi lançado em Nova York durante o Brazil Innovation Forum, evento realizado em parceria com a revista Foreign Affairs, uma publicação do Council on Foreign Relations (CFR). No evento, também foi apresentado um documento com o mapeamento feito pela Agência que identificou 150 empresas com potencial para investimento nesses setores no Brasil.

Em 2015, foi criada uma unidade administrativa voltada à atração de investimentos diretos

US\$ 15 milhões

foram gerados para 22 *startups* em 2015 por meio da articulação da Apex-Brasil. A Agência promove missões, rodadas de investimentos e eventos no exterior para aproximar investidores estrangeiros de empreendedores e empresas inovadoras brasileiras

ENERGIA E AGRONEGÓCIO: MERCADOS PROMISSORES

A cadeia produtiva relacionada a energias renováveis, eólica e solar apresenta grandes oportunidades de atração de recursos para o País. Investidores têm, cada vez mais, acessado os segmentos de tecnologias limpas e soluções ambientais. Esse desempenho é explicado por um contexto favorável de demanda por energia de menor impacto e um ambiente interno estável, com legislação clara e consolidada e demanda natural a partir dos leilões de compra de energia do governo que incluem a fonte alternativa.

Outro setor promissor é o de atividades do agronegócio, especialmente os de tecnologias voltadas para este setor, e, embora não faça parte formalmente dos setores prioritários da Agência, está no radar da Apex-Brasil e vem se tornando significativo a medida que cresce o interesse externo.

PROMOÇÃO DA INOVAÇÃO

Para ajudar investidores estrangeiros a conhecer melhor o ecossistema de inovação brasileiro, a Apex-Brasil realizou em 2015 a primeira edição do Corporate Venture in Brasil. Durante três dias, investidores e empresas que buscam recursos para desenvolver seus projetos estiveram juntos discutindo como o mundo empresarial percebe a inovação

e de que forma, por meio de uma atuação conjunta, podem se reinventar em tempos de crise.

As grandes multinacionais já perceberam o valor da colaboração e estão criando fundos de investimento para financiar empresas, *startups* e pesquisas que estejam desenvolvendo ideias que possam melhorar seus produtos ou processos, ou até mesmo originar um novo negócio. Foram os gestores desses fundos em empresas como Monsanto, Microsoft, Samsung, IBM e Phillips, que estiveram presentes no evento. O encontro foi um projeto da Apex-Brasil em parceria com a Mawsonia, editora do Global Corporate Venturing.

Ao perceber que o *corporate venture* pode ser uma oportunidade de fomentar a inovação no País, a Agência resolveu fazer a ponte entre os gestores desses fundos e empresas brasileiras. Essa estratégia rende frutos como o investimento da Monsanto em parceria com a Brasil Aceleradora de Startups para estimular a inovação na agricultura brasileira. O processo de seleção das empresas que receberão apoio ocorre ao longo de 2016.

Também merece destaque a parceria firmada pela Apex-Brasil com a Associação Brasileira de Private Equity e Venture Capital (ABVCAP), com vistas à promoção de fundos de capital empreendedor e à participação brasileira no exterior.



ApexBrasil
BRAZILIAN TRADE AND INVESTMENT
PROMOTION AGENCY



CONHECIMENTO DE MERCADO

O SERVIÇO DE INTELIGÊNCIA CONFERE EMBASAMENTO ESTRATÉGICO E AMPLIA AS OPORTUNIDADES DE DIFERENCIAÇÃO DE PRODUTOS E EMPRESAS NACIONAIS

A Apex-Brasil tem um núcleo de inteligência que trata de estratégia de mercado. Por meio de uma robusta plataforma, que utiliza informações de importantes bases de dados globais (Euro-monitor, fDi, Financial Times e Intelligence Unit, entre outros), a Agência realiza o mapeamento de oportunidades comerciais e de riscos nos mercados internacionais, além de analisar o desempenho de projetos da Agência, para avaliar a eficiência da gestão dos recursos.

São analisadas questões como fluxo de comércio, concorrência, tendências macroeconômicas, hábitos de consumo, barreiras tarifárias e não tarifárias e aspectos regulatórios. Essas informações orientam o trabalho das áreas internas e dos parceiros e subsidiam as estratégias a serem traçadas com as empresas para viabilizar o acesso aos mercados.

O monitoramento contínuo das informações embasa a estratégia de atuação não só da Apex-Brasil, mas influencia diretamente o Plano Nacional de Exportação (PNE) e a definição dos mercados prioritários para o comércio exterior.

Entre as atividades de destaque de 2015 está a elaboração do Mapa Estratégico de Oportunidades Comerciais do PNE, que apontou oportunidades de negócios para mais de 3.000 produtos brasileiros e os principais mercados para atuação. Também foi criado um núcleo dedicado a investimentos, para subsidiar as ações de atração de investimento estrangeiro direto para o País (*leia mais a seguir*).

As análises de inteligência contemplam, ainda, a avaliação de cada estado brasileiro em busca de novos negócios e

radar
informações de importantes bases de dados globais embasam estratégia

núcleo

resultado do recém-criado núcleo de inteligência para investimentos, estudos relevantes foram lançados em 2015

segmentos para diversificar a pauta exportadora, assim como avaliar a aptidão de cada região brasileira para a atração de investimentos estrangeiros. Todos os estados já foram avaliados, exceto São Paulo, em decorrência de sua dimensão. Está previsto um zoneamento do território paulista, para viabilizar sua avaliação em partes, e a revisão de todos os estados, a começar por aqueles com análise de perfil mais defasada.

Em 2014, o Núcleo de Inteligência criou um método para mensurar os resultados das ações de promoção comercial da Agência, aferindo, assim, a eficácia dos recursos alocados. Por meio

da metodologia desenvolvida, as exportações das empresas participantes das iniciativas devem ser mensuradas quantitativamente e qualitativamente durante 24 meses após a participação na ação.

Também em 2014, a metodologia que identifica os setores com maior potencial exportador passou por um refinamento, para dar mais foco às ações e viabilizar a entrada de empresas de áreas mais promissoras. Esse trabalho foi subsidiado pela estruturação, no final de 2013 e começo de 2014, do sistema de indicadores de acompanhamento dos Projetos Setoriais (*leia mais na página 51*).

INTELIGÊNCIA PARA ATRAIR INVESTIMENTOS

Como resultado do recém-criado Núcleo de Inteligência para Investimentos, a Apex-Brasil lançou estudos relevantes em 2015 para orientar a estratégia de atração de investimentos para o País. Entre eles, Brazil – US Investments Map, lançado nos EUA, e estudos sobre oportunidades nos setores priorizados pelo programa Innovate in Brazil, em parceria com a Secretaria de Inovação do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços.

Em 2014, a Agência já havia produzido o Investment Guide to Brasil, também voltado ao

investidor estrangeiro com interesse em conhecer o País, suas oportunidades de investimento e o ambiente de negócio brasileiro. O guia foi elaborado em parceria com o Ministério das Relações Exteriores, o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços e o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento e teve ampla distribuição no exterior por meio dos escritórios da Apex-Brasil, embaixadas e demais representações brasileiras fora do País. Entre 2016 e 2017, as informações passarão por revisão para o lançamento de uma nova edição do guia com dados atualizados para o investidor.

Mapa de Oportunidades Comerciais: são quase 70 segmentos de produtos e serviços que podem ser consultados. A busca também pode ser feita por país

MAPA DE OPORTUNIDADES

Para que empresários e organizações possam aproveitar melhor o trabalho de inteligência realizado pela Agência, foi criado o Mapa de Oportunidades Comerciais para as exportações brasileiras.

O serviço baseado em geoprocessamento *online*, disponível no portal da Apex-Brasil, oferece informações a empreendedores com dúvidas sobre onde e como vender seu produto lá fora. Além dos destinos prioritários, o documento identifica oportunidades setoriais (em subgrupos de produtos) com maiores chances de contribuir para a diversificação da pauta exportadora. São quase 70 tipos de produtos e 15 de serviços

que podem ser consultados. A busca também pode ser feita por país. O serviço aponta os melhores destinos e informa a maturidade da região, classificados em quatro categorias: abertura, consolidado, manutenção e recuperação de mercado.

A metodologia aplicada leva em conta variáveis macroeconômicas e aponta para grandes mercados consumidores que estão entre os principais parceiros do País no comércio exterior. Durante 2015, a ferramenta registrou mais de 18 mil acessos.

O serviço é gratuito e aberto a qualquer interessado. Basta acessar o endereço geo.apexbrasil.com.br/Oportunidades_Comerciais.html.



O serviço baseado em geoprocessamento *online* oferece informações sobre mercados estratégicos. Disponível no portal da Apex-Brasil



SOBRE O RELATÓRIO

DEFINIÇÃO DO CONTEÚDO CONTOU COM CONSULTA A PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DE RELACIONAMENTO E ANÁLISE DE DOCUMENTOS

Com o compromisso de aprimorar a comunicação da Apex-Brasil com funcionários, empresas, associações, organizações governamentais e não governamentais e fornecedores, o Relatório de Sustentabilidade 2014-2015 agrupa em uma única publicação aspectos financeiros e não financeiros, além de dados sobre a gestão de sustentabilidade.

Para a sua construção, foram consideradas informações do período compreendido entre 1º de janeiro de 2014 e 31 de dezembro de 2015. A definição de conteúdo levou em conta o processo de materialidade, com a consulta aos públicos de relacionamento da Agência, por meio de entrevistas com representantes de associações empresariais e parceiros e da liderança da Agência (*veja relação dos públicos e temas nas páginas 14 e 15*).

Este relato foi elaborado de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), referência internacional para a divulgação de informações sobre a forma de gestão das

organizações, seu desempenho ambiental, social e econômico e seus impactos. Foram aplicadas as diretrizes G4 da GRI, de acordo com a opção Essencial. Informações específicas sobre metodologias ou diferenças de escopo ou limitações dos dados, quando há, são informadas junto do indicador. **GRI G4-22, G4-23, G4-28, G4-29, G4-30, G4-32, G4-33**

A lista completa de informações GRI fazem parte do Sumário de Conteúdo, na página ao lado. Indicadores próprios da Apex-Brasil que ajudam a compreender a gestão e a geração de valor da Agência também foram considerados.

Foi considerado, ainda, o suplemento setorial da GRI para Organizadores de Eventos. Embora essa não seja a atividade core da Agência, é uma tarefa importante para a execução da sua missão de ampliar a imagem do Brasil no exterior e apoiar os produtos e empresas nacionais em seu processo de internacionalização. A mesma interpretação foi adotada para o su-

plemento de agências públicas da GRI. Ambos os documentos foram utilizados pontualmente, quando ajudam a explicitar a geração de valor da Agência.

Dúvidas, críticas e sugestões sobre o conteúdo apresentado podem ser encaminhadas para apexbrasil@apexbrasil.com.br. **GRI G4-31**

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

CONTEÚDO GERAL

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Estratégia e análise	G4-1 Mensagem do presidente	5
Perfil organizacional	G4-3 Nome da organização	7
	G4-4 Principais marcas, produtos e/ou serviços	8
	G4-5 Localização da sede da organização	8
	G4-6 Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspectos da sustentabilidade do relatório	8
	G4-7 Tipo e natureza jurídica da propriedade	7
	G4-8 Mercados em que a organização atua	8
	G4-9 Porte da organização	7
	G4-10 Perfil dos empregados	38-39
	G4-11 Percentual de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	34
	G4-13 Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionária e cadeia de fornecedores	n.a.
	G4-14 Descrição sobre como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução	n.a.
	G4-15 Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	41 e 49
	G4-16 Participação em associações e organizações	49

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Aspectos materiais identificados e limites	G4-17 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas e entidades não cobertas pelo relatório	14-15
	G4-18 Processo de definição do conteúdo do relatório	14-15
	G4-19 Lista dos temas materiais	14-15
	G4-20 Limite, dentro da organização, de cada aspecto material	14-15
	G4-21 Limite, fora da organização, de cada aspecto material	14-15
	G4-22 Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	75
	G4-23 Alterações significativas de escopo e limites de aspectos materiais em relação a relatórios anteriores	75
Engajamento de stakeholders	G4-24 Lista de grupos de stakeholders engajados pela organização	14 e 15
	G4-25 Base usada para a identificação e seleção de stakeholders para engajamento	14 e 15
	G4-26 Abordagem para envolver os stakeholders	14 e 15
	G4-27 Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de stakeholders	14 e 15
Perfil do relatório	G4-28 Período coberto pelo relatório	75
	G4-29 Data do relatório anterior mais recente	75
	G4-30 Ciclo de emissão de relatórios	75
	G4-31 Contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	75
	G4-32 Opção da aplicação das diretrizes e localização da tabela GRI	75
Governança	G4-34 Estrutura de governança da organização	31
Ética e integridade	G4-56 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização	33

CONTEÚDO ESPECÍFICO

CATEGORIA ECONÔMICA

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Desempenho econômico	G4-DMA Forma de gestão	25
	G4-EC1 Valor econômico direto gerado e distribuído	25
	G4-EC4 Ajuda financeira significativa recebida do governo	24
Presença no mercado	G4-DMA Forma de gestão	40
	G4-EC5 Proporção entre o salário mais baixo da organização e o salário mínimo local, por gênero	19
Impactos econômicos indiretos	G4-DMA Forma de gestão	19
	G4-EC8 Descrição de impactos econômicos indiretos significativos	17
Geral	G4-DMA Forma de gestão	44
	EO1 Impactos econômicos diretos e criação de valor como resultado de iniciativas de sustentabilidade	44

CATEGORIA SOCIAL - PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Emprego	G4-DMA Forma de gestão	42-43
	G4-LA1 Número total e taxas de novas contratações e rotatividade de empregados	42-43
Treinamento e educação	G4-DMA Forma de gestão	40
	G4-LA9 Média de horas de treinamento por ano	40
	G4-LA10 Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	40
	G4-LA11 Percentual de empregados que recebem análises de desempenho	38

CATEGORIA SOCIAL - DIREITOS HUMANOS

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Investimentos	G4-DMA Forma de gestão	35
	G4-HR1 Acordos e contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos	35

CATEGORIA SOCIAL - SOCIEDADE

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Combate à corrupção	G4-DMA Forma de gestão	34-35
	G4-SO4 Percentual de empregados treinados em políticas e procedimentos anticorrupção	34-35

CATEGORIA SOCIAL - RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA Forma de gestão	55
	G4-PR5 Resultados de pesquisas medindo a satisfação do cliente	55
Legados diretos e indiretos	G4-DMA Forma de gestão	43
	EO11 Número, tipo e impacto das iniciativas de sustentabilidade projetadas e os resultados alcançados	43

SUPLEMENTO SETORIAL - AGÊNCIAS PÚBLICAS

Aspecto	Descrição	Página/resposta
Perfil organizacional	PA1 - Relação com outros setores de governo e a posição da agência dentro de suas estruturas governamentais	30
Políticas públicas e métricas de implantação	PA2 - Definição de desenvolvimento sustentável utilizado pela Agência	46

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

APEX-BRASIL

Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos

Presidente

André Marcos Favero

Diretor de Negócios

Francisco Assis Leme Franco

Diretor de Gestão Corporativa

Sede

SBN, Quadra 2, Lote 11,

Edifício Apex-Brasil – Brasília (DF)

CEP: 70.040-020

+55 (61) 3426-0202

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2014-2015

Gerência de Exportação

Coordenação de Competitividade

Consultoria GRI, texto, projeto gráfico e diagramação

Report Sustentabilidade

Imagens

Banco de imagens Apex-Brasil

Revisão

Assertiva Mindfulness Editora
e Treinamentos





ApexBrasil

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO
DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS

