



AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DAS EXPORTAÇÕES – APEX-BRASIL: GERANDO NEGÓCIOS NO MERCADO INTERNACIONAL PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Daniella Padilha Avelino Bezerra
Tecnologia em Comércio Exterior – CEFET-RN
e-mail: dani_19padilha@yahoo.com.br

Driele Cendon Trindade
Tecnologia de Comércio Exterior – CEFET-RN
e-mail: drieleee@yahoo.com.br

Gerda Lúcia Pinheiro Camelo
Professora do curso de Tecnologia em Comércio Exterior
Orientadora da Base de Pesquisa em Políticas Públicas de Comércio Exterior
e-mail: gerda@cefetrn.br

RESUMO

A busca em aumentar a lucratividade das empresas, é constante e necessária para garantir seu desenvolvimento e sobrevivência em mercados competitivos. O Governo tende a incentivar essas empresas, que por meio de programas de apoio, promovem seus produtos no mercado externo. A Agência de Promoção das Exportações é um Órgão Governamental de apoio às empresas de pequeno e médio porte, que procuram esse mercado, principalmente, por meio de Feiras Internacionais, exporem seus produtos, como estratégia de marketing, a fim de fortalecer a marca Brasil e atrair novos negócios para o país, contribuindo para a economia nacional. Este estudo visa diagnosticar as possibilidades de desenvolvimento de empresas que se utilizam da APEX, conhecendo seus objetivos e atribuições, avaliando a eficácia do programa e identificando casos de sucessos. A metodologia a ser utilizada é exploratório-descritiva, por meio de estudos bibliográficos e de campo, analisando o funcionamento da APEX. Diante dessas pesquisas espera-se que mais empresas sejam auxiliadas por Órgão Governamentais e Políticas Públicas, que viabilizem para os pequenos e médios empresários se destacar no mercado internacional, com produtos de qualidade e competitivos, ampliando a geração de emprego e renda.

PALAVRAS-CHAVE: APEX, Mercado Internacional, Pequenas e Médias Empresas.

1. INTRODUÇÃO

A Agência de Promoção das Exportações - APEX-Brasil -, reestruturada em 2003, trabalha com o objetivo de estimular as exportações brasileiras. Executando cerca de 200 projetos com entidades de classe representativas de 52 setores da indústria e serviços.

A Agência vem contribuindo para os excelentes resultados da balança comercial por meio da diversificação da pauta exportadora, abertura de novos mercados e consolidação e ampliação dos mercados tradicionais e, particularmente, do crescimento notável nas vendas de itens com maior valor agregado.

A APEX-Brasil é um incentivo a nível federal de dinamizar o processo de promoção comercial das empresas brasileiras – principalmente micro e pequenas – por meio de Feiras Internacionais, rodadas de negócios, entre outros, os quais fortalecem a Marca Brasil, e contribuem para o desenvolvimento de empresas do setor de exportação.

A Agência possui atribuições que vão desde aumentar as exportações brasileiras, à abrir novos mercados para o país e ampliar a geração de emprego e renda. Dessa forma, esse incentivo federal, através desse programa, fornece subsídios para as empresas se inserirem no comércio internacional sendo “custeados” pelo Estado – reservas de estandes, e outros benefícios do programa.

Assim, o objetivo deste, é diagnosticar as possibilidades de desenvolvimento de empresas que se utilizam da APEX-Brasil, conhecendo seus objetivos e atribuições, avaliando a eficácia do programa e identificando um caso de sucesso, por meio de uma pesquisa exploratório-descritiva, de estudos bibliográficos e de campo, que retratem a realidade de uma empresa northeriograndense que interage com a APEX.

2. A AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DAS EXPORTAÇÕES – APEX- Brasil

A Agência de Promoção das Exportações possui as seguintes diretrizes: identificar vocações produtivas regionais, fortalecer as entidades de classe, realizar estudos e prospecções de mercado, firmar acordos de cooperação com redes internacionais, realizar grandes eventos, tendo o Brasil como tema, inserir novas empresas no mercado internacional, promover encontros de negócios com importadores, executar/coordenar eventos internacionais (missões comerciais, feiras, encontros de negócios) e promover a imagem do Brasil. Sendo fundamental para o desenvolvimento internacionais através das feiras e rodadas de negócios que visam atrair clientes em potencial para conhecer os produtos e fazer possíveis contratos.

Em 2003 a Agência, que tem a atribuição de coordenar e executar a políticas de promoção comercial do país viabilizando a participação de empresários brasileiros em 410 eventos promovidos ao redor do mundo. Em 2005, foram 550, dentre feiras internacionais, rodadas de negócios, missões empresariais promovidas em 270 cidades de 60 países, isso significou a primeira oportunidade de estabelecer um contato direto com clientes de outras partes do mundo.

A proposta do programa é de unir a promoção comercial e a atração de investimentos para Brasil, harmonizar informações e oportunidades nacionais e regionais, direcionar investimentos para áreas exportadoras e para a inclusão das médias e pequenas empresas e facilitando os negócios para dar visibilidade às oportunidades brasileiras.

Os beneficiados com as ações da APEX-Brasil são os governos e os empresários, de todos os portes, no entanto, são as pequenas e médias empresas que, ao exportar, se qualificam também para disputar um espaço maior no mercado interno, desenvolvendo a própria empresa e entrando na pauta exportadora brasileira, contribuindo para a economia nacional.

Para se beneficiar do trabalho de promoção comercial realizado pela APEX-Brasil, as empresas devem buscar suas entidades de classe e verificar se já existem projetos em execução junto à Agência ou já encaminhados para a análise. Caso não existam, a empresa pode sugerir à entidade e participar de seu desenvolvimento. Os setores já existentes de

incentivos são: Aeronáutico, Algodão, Artefato de borracha, de plástico, de pedras, Artesanato, Audiovisual (cinema e TV), Automobilístico, Balas, biscoitos, chocolates e confeitos, Biotecnologia, Cachaça, Cafés, Calçados, Camarão, Carnes (bovina, suína, frango, peixe), Casa e construção civil, Confeções, Componentes para couro, calçados e artefatos, Cosméticos e higiene pessoal, Eletroeletrônico, Equipamento para panificação e massas alimentícias, Equipamento para aquecimento, ventilação, ar-condicionado e refrigeração, Farmoquímico, Flores, Frutas in natura e processadas, Franquias, Genética animal, Gesso, Gráfica e Papelaria, Indústria alimentícia, Instrumentos musicais, Jóias, gemas, folheados e bijouterias, Laticínios, Lingerie, Máquinas e equipamentos para os segmentos agrícola, metal-mecânico, de embalagens, indústria gráfica e petróleo e gás, Mármore e granitos, Massas alimentícias, Médico-hospitalar e odontológico, Mel e derivados, Moda, Móveis, Música, Objetos de decoração, Orgânicos, Revestimentos cerâmicos, Sêmen, embriões e animais vivos de alta linhagem, Serviços, Sisal, Software, Sorvete e equipamentos, Sucos e polpas, Utilidades domésticas, Vidros e cristais planos e ocios e Vinhos.

Os desempenhos dos produtos nacionais nos mercados externos levaram o Governo a instituir a APEX, com o propósito de introduzir mudanças significativas nas políticas voltadas a estimular o comércio de produtos brasileiros no exterior. Assim, a Agência ganhou autonomia, passando a desempenhar, no Governo Federal, a função de coordenar e executar a política de promoção do país. Com essa estratégia, está sendo possível gerar renda e empregos diretos nas empresas nacionais.

Ao implementar a política de promoção comercial das exportações, a APEX-Brasil atende não só à complexidade da economia brasileira mas, também, ao alto grau de sofisticação da comercialização de bens e serviços nos mercados globalizados. Adequar os produtos brasileiros ao mercado internacional e realizar ações de marketing no exterior são fundamentais para divulgar e consolidar a Marca Brasil.

A estrutura operacional da APEX-Brasil se divide em três áreas: Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal, e Diretoria Executiva. Para garantir que as empresas brasileiras estejam informadas sobre os diversos mercados, aptas a inserir e manter seus produtos no exterior e atrair investimentos estrangeiros para o Brasil, a APEX-Brasil conta com o trabalho integrado de cinco unidades, que são:

Unidade de Projetos: analisa, acompanha e monitora projetos de promoção de exportações, com abordagens setoriais - compreendendo um ramo de atividade econômica ou cadeias produtivas, trabalhando no sentido de estimular e facilitar a inserção das empresas de pequeno e médio porte no mercado internacional, aumentando, sua participação nas exportações brasileiras, diversificando a pauta de exportações, ampliando a base exportadora e promovendo a maior inserção do setor empresarial no processo exportador, visando a geração de emprego e renda.

Unidade de Eventos Internacionais: trabalha para a geração de negócios e a promoção da imagem do Brasil no exterior por meio de eventos especiais, feiras e missões nos quais a Agência cria oportunidades de negócio para as empresas participantes.

Unidade de Centros de Distribuição (CDs): coordena a instalação e operação dos CDs de produtos brasileiros no exterior, facilitando o acesso a mercados regionais e proporcionando custos mais baixos na armazenagem de mercadorias. Os CDs são estratégicos para a internacionalização de pequenas e médias empresas, eliminando intermediários, encurtando a distância entre a produção e o consumidor e permitindo também negociar preços competitivos.

Em cada um dos países em que a APEX-Brasil está atuando, é colocada à disposição das empresas exportadoras brasileiras, selecionadas por critérios técnicos, uma estrutura mínima que lhes permita manter um estoque de produtos, um mostruário e um escritório destinado às atividades comerciais e administrativas. Essa infra-estrutura não será cedida gratuitamente, nem terá o seu custo subsidiado – no estado do Rio Grande do Norte, há uma parceria entre o Sebrae e a APEX, que custeiam os valores do programa – a APEX-Brasil será a locatária do espaço total e sublocará partes do mesmo às empresas. Ao alugar áreas maiores, a APEX-Brasil poderá negociar preços mais baixos e obter outras vantagens a que as empresas.

Unidade de Investimentos: tem por objetivo captar investimentos estrangeiros diretos. Esses investimentos são principalmente dirigidos aos setores industriais e de serviços cujos representantes mantêm parceria com a APEX-Brasil.

A vantagem é que o programa, como promotor das exportações, já atua em mais de 60 países, apoiando dezenas de setores empresariais, por meio de eventos conjugados com a exportação, Feiras e Exposições, Missões Empresariais, Missões Governamentais, Eventos específicos de Investimentos, Ações de Informações Estratégicas aos Investidores, entre outros.

Unidade de Inteligência Comercial: identifica mercados e clientes potenciais para produtos brasileiros, buscando também informações estratégicas como preço médio de mercado, volumes de compras, tendências, logísticas de transporte e distribuição, concorrentes, clientes potenciais, além das barreiras tarifárias e não tarifárias.

Inteligência Comercial: é o processo que vai além da simples coleta e sistematização de dados: consiste principalmente na organização e análise aprofundada destes dados, agregando as mesmas informações qualitativas, transformando-as em conhecimento capaz de orientar as estratégias das empresas e torná-las mais competitivas no mercado internacional.



(Fonte: Disponível em: <http://www.mdic.gov.br>. Acesso em: 12 jul 2006.

Figura I: Oportunidades de Negócios

A Unidade de IC da APEX-Brasil opera da seguinte forma: a produzir informações com base no cruzamento de dados estatísticos da pauta exportadora nacional com as importações internacionais, agregando informações sobre mercados desenvolvidas em pesquisas que apontam, entre outras, como países exportadores que disputam mercado com o Brasil, preços praticados pelas empresas, logística de transporte e cadeias de distribuição, estrutura e condições de acesso ao mercado, possíveis parcerias estratégicas, e clientes potenciais para rodadas de negócios com exportadores brasileiros.

A proposta da APEX-Brasil é conjugar a promoção comercial e o incentivo ao investimento no Brasil em nível Federal. Um trabalho de articulação do conjunto de ações governamentais vem sendo realizado, com a Agência cumprindo o papel de: 1) harmonizar informações e oportunidades nacionais e regionais, 2) direcionar investimentos para áreas exportadoras e para a inclusão das médias e pequenas empresas, 3) dar visibilidade às oportunidades brasileiras, (MIDC, 2006).

À frente de 418 projetos de exportação desenvolvidos em parceria com 200 entidades representativas de setores da economia responsáveis por vendas externas de US\$ 73 bilhões em 2005, cerca de 60% do total de divisas, a Agência vem atuando como o dínamo de uma mudança de mentalidade crucial para o aprimoramento da capacidade exportadora das empresas brasileiras (CAIXETA, 2006).

A linha de atuação da Agência obedece a cinco objetivos principais. Suas atribuições consistem em aumentar as exportações brasileiras, inserir mais empresas no mercado internacional, sobretudo aquelas de pequeno e médio portes, diversificar os produtos e os serviços da pauta de exportação, abrir novos mercados para o país e ampliar a geração de emprego e renda.

Antigamente, participar de uma feira internacional era impossível para quem não só desconhecia o caminho do mercado externo como dispunha de poucos recursos para investir na compra de passagens aéreas, reserva de hotel, aluguel de estandes e contratação de serviços para apresentar seus produtos aos consumidores de outros países, assim a APEX-Brasil contribui com algumas despesas, ficando a cargo da empresa o restante.

O caminho já percorrido por um grupo significativo de empresas pioneiras, como a Petrobras, Embraer, Odebrecht, Sadia, Perdigão, Gerdau, Embraco, Marcopolo, Weg, Votorantin, Alpargatas e Natura, são em resumo, exemplos do esforço que a APEX-Brasil vem desenvolvendo para colocar à disposição das pequenas e médias empresas brasileiras uma série de instrumentos e ações estratégicas para desbravar caminhos no mercado global.

Considerando as dificuldades que pequenos e médios empresários têm para colocar seus produtos nas prateleiras de grandes lojas e departamentos e rede de supermercados na Europa, nos EUA, na América Latina ou na Ásia, o Governo Federal Brasileiro, por meio do programa APEX-Brasil organiza os contatos e negocia com esses estabelecimentos.

Assim, as empresas se beneficiam das atribuições da Agência, consolidando-se como exportadoras, contribuindo para o desenvolvimento da mesma e do país, considerando um maior envio de produtos nacionais ao exterior competindo com produtos de todo o mundo, divulgando a Marca Brasil.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Constatou-se a eficácia da Agência no que diz respeito à promoção comercial, cumprindo suas metas e seus objetivos. O programa do Governo contribui para o desenvolvimento das empresas que visam com o comércio internacional, diminuir a concorrência nacional, oferecendo produtos diferenciados e com maior valor agregados no exterior.

A finalidade de consolidar a Marca Brasil, está sendo bem sucedida, visto a quantidade de empresas que tem se inserido e estabelecido no comércio internacional através da APEX nos últimos anos. Um número crescente também de participação em eventos dos setores, movimentando as Feiras, Rodadas de Negócios, e discussões empresárias ligadas aos interesses das empresas.

Dessa forma, a Agência regula as atividades de promoção comercial do exterior, incentivando a participação dos empresários, garantindo novos clientes e descobertas de nichos de mercados novos. Essas trocas de informações em outros países e com produtos do mesmo setor, nas chamadas feiras setoriais, possibilita ao empresário, observar se seu produto é competitivo a nível internacional, e como pode melhorar o marketing dos seus negócios, ao mesmo tempo em que incentiva um maior envio de mercadorias, expondo os produtos e gerando novos contatos de cliente em potencial. Bem como possibilita ao empresário uma visão ampla do setor no cenário internacional, comparando o seu produto em relação aos outros.

Por fim, entende-se que os incentivos federais como a APEX-Brasil, sejam disponibilizados em todas as áreas devido à sua extrema importância, por disponibilizar recursos e oportunidades aos empresários do quais não o teriam se não fossem por meio de políticas públicas que incentivam o comércio internacional, principalmente para pequenas e micro empresas, tendo em vista que o Brasil é um país exportador de monocultura – principalmente-, e esses incentivos fomentam para que os empresários passem a credenciar maior valor agregado aos seus produtos, tendo maiores chances de se estabelecer no exterior e ser uma empresa bem sucedida do segmento.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento de Indústria e Comércio. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br> Acesso em: 15 out 2006.

BUCCI, Maria Paula Dallari. **Direito Administrativo e políticas públicas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CAIXETA, Nely; NETZ, Clayton; GALUPPO, Ricardo. **Passaporte para o mundo/ APEX-BRASIL**. São Paulo: Nobel, 2006.

GUIMARAES, Edson Petterli. **Política de Exportação Brasileira pra as pequenas e médias empresas**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro_desafio/Relatorio-10.pdf> Acesso em: 17 março 2006.

MOREIRA, Sérvulo Vicente; SANTOS, Adelaide Figueiredo dos. **Políticas Públicas de Exportação: o caso do PROEX**. Brasília: 2001. Disponível em http://www.ipea.gov.br/pub/td/td_2001/td_0836.pdf Acesso em: 17 março 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 4ª ed. São Paulo: ATLAS, 2004.