



7 • Correio Braziliense — Brasília, segunda-feira, 22 de setembro de 2025

Bolsas Na sexta-feira	Pontuação B3 Ibovespa nos últimos dias	Dólar Na sexta-feira	Salário mínimo Últimos	Euro Comercial, venda na sexta-feira	CDI Ao ano	CDB Prefixado 30 dias (ao ano)	Inflação IPCA do IBGE (em %)
0,25% São Paulo	144.062	R\$ 5,320 (+ 0,03%)	R\$ 1.518	R\$ 6,251	14,90%	14,90%	Abril/2025 0,43 Maio/2025 0,26 Junho/2025 0,24 Julho/2025 0,26 Agosto/2025 -0,11
0,37% Nova York	145.865						
	16/9 17/9 18/9 19/9						

EXPORTAÇÕES

Programa da ApexBrasil encerra ciclo com 125 empresas do Distrito Federal preparadas para expandirem vendas para o para mercado internacional. Guatemala, Costa Rica, Portugal e Oriente Médio são mapeados como mercados promissores

Empresários brasileiros MIRAM O EXTERIOR

» LETÍCIA CORRÊA*

Com o objetivo de conquistar espaço no mercado internacional, micro e pequenos empresários brasileiros se reuniram no Programa de Qualificação para Exportação do Distrito Federal (PEIEX DF), realizado pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

O encontro, que aconteceu em 11 de setembro, reuniu empreendedores e especialistas para debater desafios, como as tarifas impostas pelos Estados Unidos, e identificar oportunidades de expansão para além das fronteiras brasileiras, fortalecendo a presença do país no comércio global.

“Como educadora, fico encantada em ver que o Brasil ainda tem muito potencial para progredir e se difundir. Sabe por quê? Porque desafios como este sempre nos abrem novas oportunidades. Tudo depende do olhar que damos: se vemos uma crise ou uma oportunidade”, afirmou Gleisse Ribeiro, especialista em comércio internacional e técnica do PEIEX DF, ao comentar o aumento das tarifas.

Para Diônes Lima, vice-presidente da Softex, empresa parceira do programa, momentos como o atual, marcado pelo aumento de tarifas, exigem o fortalecimento das instituições brasileiras. “Precisamos, como brasileiros, resgatar nossa brasilidade. Antes das diferenças políticas, somos todos brasileiros, estamos juntos, estamos no mesmo barco”, destacou.

“Se esse país afunda por causa de um lado, ele afunda pros dois. Então, nós temos a missão de manter esse país competitivo, forte, independente dos inquilinos que ocupam o Planalto. Esse é o papel dos brasileiros”, emendou Lima.

O encontro marcou o encerramento de mais um ciclo do programa, iniciado em 2023, que qualificou 125 empresas do Distrito Federal para expandirem seus negócios no mercado internacional. O convênio, com investimento de cerca de R\$ 1,8 milhão, ofereceu suporte e capacitação para empresas de diferentes setores, preparando-as para enfrentar os desafios do comércio exterior.

Entre as participantes, estavam companhias de moda (15), alimentos, bebidas e agronegócios (14), metais preciosos e joalheria (14), tecnologia da informação (10) e produtos têxteis (8). Parte dessas empresas já iniciou operações internacionais, com destaque para exportações aos Estados Unidos, Portugal, Itália, Paraguai e Argentina.

Cases

Com o encerramento do ciclo, foram apresentados três casos de sucesso de empresas atendidas, nos quais empresas participantes compartilharam suas trajetórias, desafios e estratégias para alcançar o mercado internacional, oferecendo aprendizados práticos para outros empreendedores.

“A base do PEIEX nos fortaleceu para que tivéssemos segurança de chegar hoje no Paraguai, conhecendo nossos clientes e a regulação local, sem correr riscos de sermos prejudicados por terceiros. Então,

valeu muito a pena”, contou Mauro Heringer, diretor de Relações Institucionais e Governamentais da empresa brasileira Ekoa Life Sciences, voltada para soluções sustentáveis.

Mauro conta que a Ekoa já nasceu com a visão de atingir mercados internacionais. “O Brasil começou, ao longo dessa última década, a ter a característica de desenvolvimento muito forte da biotecnologia, ou seja, na produção específica de bioinsumos que fazem hoje um controle de praga e uma nutrição vegetal em um nível que nos coloca em vanguarda internacional”, relatou.

Segundo o diretor, a empresa de biotecnologia sempre acreditou que tinha condições, graças à qualidade de seus produtos e à segurança conquistada, de desenvolver insumos em padrão farmacêutico. “Temos capacidade de exportar o próprio insumo para que outros países o utilizem em seus produtos finais. Por isso, optamos por aprender e entender todo o processo, em vez de apenas contratar uma empresa para fazer a exportação por nós”, explicou.

Principais destinos

De acordo com o estudo Oportunidades de Exportação e Investimentos - Distrito Federal, realizado pela ApexBrasil em 2024, apenas 96 empresas do DF exportaram em 2023, e 85% das vendas externas se concentraram em carnes de aves, soja e óleos combustíveis.

Os principais destinos das exportações foram a China (32,1%), a Arábia Saudita (14,4%) e o Japão (5,5%). Os setores que mais se destacaram no comércio exterior do DF foram carnes de aves (38,2% das exportações), soja (37%), óleos combustíveis de petróleo (10,3%) e despojos comestíveis de carne (5,1%).

A agência mapeou 2.043 oportunidades comerciais em 61 setores para produtos e serviços do Distrito Federal, com destaque para destinos como América do Sul, Portugal e Estados Unidos. A pesquisa aponta ainda que, além dos principais compradores, países como Guatemala, Costa Rica, Portugal e nações do Oriente Médio podem se tornar mercados promissores para o DF.

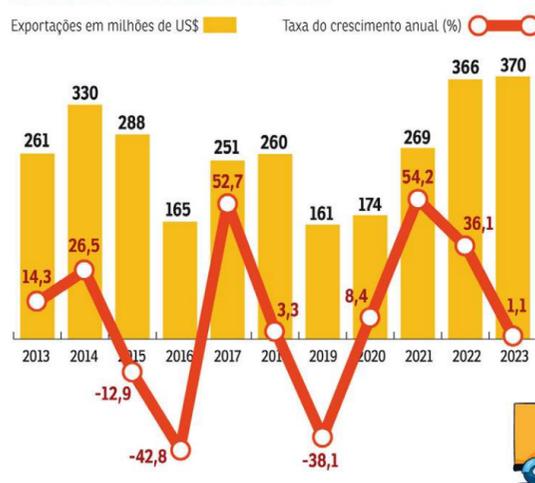
Entre os setores com maior potencial de crescimento estão escovas que compõem partes de máquinas, bijuterias e vestuário masculino.

Preparação

A empresária e sócia da Confeitaria da Torre, Yannah Soares, afirma que, embora ainda não exporte diretamente, o programa PEIEX DF foi fundamental para compreender todos os processos envolvidos na exportação. Segundo ela, vender para o exterior é apenas a etapa final de uma série de ações que, sem o apoio do programa, seriam complexas.

“A pandemia interrompeu um projeto de exportação que tínhamos, mas nossos produtos já são vendidos no Sam’s Club, uma marca internacional, e conseguimos o certificado IFS (International Featured Standards) Global Market, exigido pelo mercado europeu,

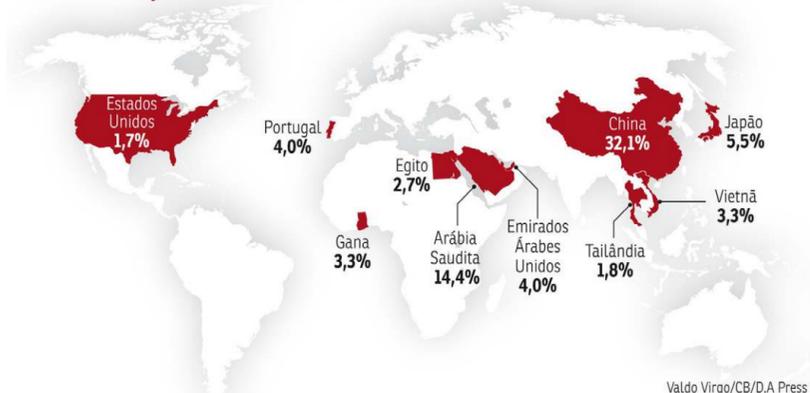
EXPORTAÇÕES DO DISTRITO FEDERAL E TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL



PRINCIPAIS SETORES EXPORTADOS PELO DF

CUCI GRUPO	Exportação em 2023 US\$/Milhões	Participação nas exportações da UF em 2023 (%)	CMA* 2018-2023 (%)	Taxa de Crescimento 2022 - 2023 (%)
Carnes de aves e suas miudezas comestíveis, frescas, refrigeradas ou congeladas	141,2	38,2	13,6	2,3
Soja	136,8	37	1,7	33
Óleos combustíveis de petróleo ou de minerais betuminosos (exceto óleos brutos)	38,1	10,3	51,2	83,5
Despojos comestíveis de carnes, preparados ou preservados	18,8	5,1	17,2	13,8
Ouro, não monetário (excluindo minérios de ouro e seus concentrados)	10,1	2,7	-6,3	-85
Milho não moído, exceto milho doce	6,5	1,7	73,6	16
Farelos de soja e outros alimentos para animais (excluídos cereais não moídos), farinhas de carnes e outros animais	3,6	1	463,5	56,6
Preparações e cereais, de farinhas, ou amido de frutas ou vegetais	2,6	0,7	45,3	38,5
Outros produtos comestíveis e preparações	1,3	0,4	7,6	21,6
Casacos femininos e infantis, capas, jaquetas, ternos, calças, shorts, camisas, vestidos e saias, roupa interior, de dormir e artigos semelhantes de tecidos, de malha	1,2	0,3	7,3	-39,7
Outros	9,4	2,6	-20,3	27
Total	369,6	100	7,3	1,1

PARTICIPAÇÃO DOS PRINCIPAIS DESTINOS DAS EXPORTAÇÕES DO DF EM 2023



graças ao programa”, declarou.

Yannah enfatiza que, mesmo para empresas pequenas, a preparação para exportar é essencial. “Embora seja pequena, a exportação é, para mim, o preparo da minha empresa, que beneficia todos.

Exportar hoje não é um luxo nem um sonho, é uma necessidade. E reforço: colocar o produto lá fora é apenas a última etapa de um processo muito maior que acontece no nosso dia a dia.”

Cibelegis, representante da

Bem Glória, empresa de cosméticos, relatou durante o evento que a ideia de exportar parecia distante, já que a companhia ainda estava se consolidando no mercado nacional. Segundo ela, o PEIEX forneceu a base essencial para



“Temos capacidade de exportar o próprio insumo para que outros países o utilizem em seus produtos finais”

Mauro Heringer, diretor de Relações Institucionais e Governamentais da Ekoa Life Sciences



Embora seja pequena, a exportação é, para mim, o preparo da minha empresa, que beneficia todos. Exportar hoje não é um luxo nem um sonho, é uma necessidade”

Yannah Soares, sócia da Confeitaria da Torre

desenvolver esse objetivo.

Embora não esteja sediada no Distrito Federal, a empresa está entre os casos de sucesso do programa em São Paulo, e atualmente negocia sua entrada em três mercados internacionais.

O programa

O PEIEX, iniciativa que oferece apoio a empresas brasileiras para exportação de produtos, foi idealizado em 1999, inspirado em uma experiência francesa. Inicialmente adaptado para Porto Alegre, o projeto foi nacionalizado em 2008.

A metodologia do programa é estruturada em quatro etapas: identificação do potencial exportador da empresa; avaliação do nível de prontidão para exportação; pactuação de um Plano de Trabalho orientado à exportação; implementação desse plano; e, por fim, conclusão das ações com a entrega do Plano de Exportação da empresa.

A iniciativa é oferecida pela ApexBrasil e sua principal fonte de receita vem de contribuições tributárias, recolhidas mensalmente como um percentual da folha de pagamento dos empregadores brasileiros. A agência trabalha em cooperação com o poder público para promover a exportação de produtos e serviços brasileiros.

Para entrar solicitar atendimento do PEIEX ou conhecer mais do programa, entre em contato com o e-mail apexbrasil@apexbrasil.com.br. A iniciativa não possui custos, porém os empresários arcam com as despesas das implantação dos quesitos necessários para a entrada das empresas no mercado externo.

*Estagiária sob a supervisão de Rafaela Gonçalves