

12/04/2012 - Apex-Brasil realiza Projeto Brasil Trade na etapa de Long Beach da Fórmula Indy

- Ações promocionais na corrida incluem também o Projeto Fórmula Indy, com a participação de 16 empresas brasileiras e 54 empresas estrangeiras
- Expectativa de negócios com os dois projetos passa dos US\$ 64 milhões

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) promoverá ação inédita durante a segunda etapa da temporada 2012 da Fórmula Indy, neste fim de semana (14 e 15 de abril), em Long Beach, na Califórnia (Estados Unidos). Pela primeira vez, serão realizadas rodadas de negócios do Projeto Brasil Trade paralelamente à programação do Projeto Fórmula Indy, que já é desenvolvido pela Apex-Brasil desde 2009.

As ações do Projeto Brasil Trade Long Beach serão realizadas em parceria com o Conselho Brasileiro das Empresas Comerciais Importadoras e Exportadoras (CECIEEx) da Câmara de Comércio de São Paulo e terão a participação de 12 empresas brasileiras comerciais exportadoras (tradings) do setor de alimentos e de 15 compradores dos Estados Unidos. Está prevista a realização de, aproximadamente, 120 reuniões de negócios entre os representantes das empresas brasileiras e os compradores internacionais durante a sexta-feira (13), no Hotel Renaissance, em Long Beach. A expectativa de negócios é de US\$ 10 milhões para os próximos 12 meses.

A agenda institucional inclui ainda a presença dos empresários brasileiros e norte-americanos em espaço reservado da Apex-Brasil no circuito de Long Beach. No sábado (14), o grupo assiste aos treinos classificatórios para a prova e, no domingo (15), assiste à corrida.

“Essa ação do Projeto Brasil Trade durante a corrida de Fórmula Indy é um momento especial”, explica Maurício Manfrê, coordenador da Unidade de Projetos Especiais da Apex-Brasil. “Além da rodada de negócios já tradicional, os empresários terão a oportunidade de interagir, estreitar o relacionamento e desfrutar de um ambiente descontraído, mas propício ao conhecimento de potenciais parcerias e ao aprimoramento de relações comerciais”.

O Projeto Brasil Trade tem o objetivo de criar, estrategicamente, oportunidades de negócios para empresas comerciais exportadoras nas principais regiões com potencial comprador para produtos brasileiros. O Projeto já desenvolveu edições do Encontro de Negócios Brasil Trade na América Latina, na África, no Oriente Médio, na Ásia e nos Estados Unidos.

Projeto Fórmula Indy

A Apex-Brasil realiza também, durante a etapa de Long Beach, o Projeto Fórmula Indy, com o objetivo de criar uma plataforma de negócios inovadora para promover os produtos e serviços brasileiros, especificamente para o mercado norte-americano. Estarão presentes 16 empresas

brasileiras e 54 potenciais compradores e investidores estrangeiros dos setores de alimentos e bebidas e máquinas e equipamentos. A expectativa de negócios é de US\$ 54,275 milhões. O Projeto Fórmula Indy é uma parceria com os organizadores da Fórmula Indy que busca consolidar a imagem do Brasil como um parceiro comercial forte, com conhecimento de mercado e visão estratégica. Na temporada de 2012, o Projeto promoverá ações promocionais nas 16 provas da categoria, sendo 12 nos Estados Unidos, duas no Canadá e uma na China, além da corrida no Brasil, nas ruas de São Paulo, no próximo dia 29 de abril.

Líder na produção de energia limpa e renovável, o Brasil também marca presença na Fórmula Indy por meio da utilização do etanol de cana-de-açúcar como combustível dos carros nas temporadas de 2009, 2010, 2011 e 2012.

“Ao longo dos anos, o Projeto tem se firmado como uma oportunidade diferenciada para a entrada de produtos e serviços brasileiros nos Estados Unidos, propiciando grande visibilidade às empresas brasileiras participantes do Projeto e uma alta exposição de suas marcas, produtos e serviços”, explica o presidente da Apex-Brasil, Mauricio Borges.

Plataforma de negócios

Em 2011, o Projeto Fórmula Indy gerou um total de US\$ 897 milhões em negócios para as empresas brasileiras. O número é 52,3% maior do que o registrado em 2010 (US\$ 589 milhões). No ano passado, a iniciativa promoveu, durante as 17 corridas da temporada, ações de relacionamento (networking), de promoção comercial, de imagem e de mídia com 400 empresas estrangeiras, 148 empresas brasileiras e 25 entidades setoriais.