



Segundo o ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, o Brasil tem 2% do PIB do mundo: há necessidade de atender demanda internacional

Agregar valor é desafio da exportação

Marketing e investimento em inovação e sustentabilidade podem ajudar a vender melhor produtos brasileiros

TED SARTORI
DA REDAÇÃO

Historicamente marcado por uma pauta exportadora de commodities e produtos primários, o Brasil tem como desafio agregar mais valor na cadeia e promover a exportação de produtos industrializados. É a análise do especialista em logística Lúcio Lage Rodrigues, que também é diretor da Process Log &

Comex. “A agroindústria tem um papel relevante, possibilitando a exportação de produtos processados, como carne embalada e açúcar refinado”, acrescenta.

Recentemente, o vice-presidente e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, disse que o Brasil precisa ter pressa para aumentar

sua inserção nos mercados internacionais.

“O Brasil tem 2% do PIB do mundo, 98% do comércio está fora do Brasil. Então, nós precisamos correr para fazer, para exportar mais, para poder vender melhor os produtos brasileiros”, declarou Alckmin, ao discursar no encerramento de premiação concedida a empresas exportadoras pela Agên-

cia Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) em parceria com a revista Exame.

MARKETING INTERNACIONAL

Dentre algumas ações feitas pelas indústrias nesse sentido, lembra o especialista em logística, é possível citar o investimento em marketing internacional para que produtos e

marcas sejam mundialmente conhecidos.

“Outra ação é o investimento em inovação e sustentabilidade, trazendo diferenciais para os produtos brasileiros e atendendo cada vez mais as demandas internacionais por iniciativas pautadas em uma visão ESG (em português, ambiental, social e governança)”, completa Rodrigues.