

CONSULATE GENERAL OF
BRAZIL
HOUSTON

GUIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO

2021





CONSULADO-GERAL DO

BRASIL

HOUSTON

2021

INTRODUÇÃO

A abertura e o gerenciamento de um novo negócio exigem do empreendedor um conjunto de habilidades e conhecimentos - como entender o mercado, o público e planejar bem cada etapa - para garantir o sucesso da empresa. No processo de internacionalização, o empreendedor precisa ir além do know-how do mercado doméstico e buscar a compreensão das características, regulamentos e exigências do mercado internacional. Neste sentido, a fim de tornar esse momento empresarial menos complicado, criamos este guia de negócios para ser uma ferramenta de apoio aos empreendedores brasileiros, sejam eles residentes no Texas ou empreendedores que desejam internacionalizar sua empresa.

O guia centraliza informações relevantes que facilitam o processo de pesquisa do empreendedor. O material está dividido em quatro pilares principais: Panorama do Texas, Relação bilateral Brasil-Texas, Constituindo sua empresa no Texas e Tendências de mercado. Estes tópicos trazem orientações gerais para o empresário iniciar bem o seu empreendimento no Texas.

1.0 ÍNDICE

2.0 ESTADO DO TEXAS	7		
2.1 Informações gerais	7		
2.2 Estatísticas de Mercado	8		
2.2.1 Dados do Texas	8		
2.2.2 Dados de Houston	8		
2.3 Principais setores econômicos	9		
2.3.1 Tecnologia da Informação e das Comunicações (TIC's)	9		
2.3.2 Saúde	10		
2.3.3 Energia	10		
2.3.4 Aviação e Indústria Aeroespacial	11		
2.3.5 Agricultura	11		
2.3.6 Refino de Petróleo, Produtos químicos e derivados	11		
2.4 Incentivos fiscais	12		
2.4.1 Custo de fazer negócios em Houston	12		
2.4.2 Texas Enterprise Fund	13		
2.4.3 Texas Enterprise Zone	13		
2.4.4 Manufacturing Exemptions	13		
2.4.5 Business Relocation Incentive	13		
2.4.6 Research and Development Tax Credit	13		
2.5 Logística e infraestrutura	14		
3 RELAÇÃO BILATERAL TEXAS-BRASIL	15		
3.1 Exportações do Texas para o Brasil	16		
3.2 Importações do Brasil para o Texas	17		
4 VISTOS	17		
5 ASPECTOS LEGAIS	18		
5.1 Constituição da empresa	18		
5.1.1 Sole proprietorships	19		
5.1.2 Partnerships	19		
5.1.3 Limited liability company ("LLC")	19		
5.1.4 Limited liability partnerships ("LLP")	19		
5.1.5 C ou S corporations	20		
5.1.6 Tabela comparativa dos tipos societários	21		
5.1.7 Tabela comparativa dos tipos societários: Vantagens e Desvantagens	23		
6 ENTIDADES DE APOIO	24		
6.1 Serviços comerciais do Consulado Geral do Brasil em Houston	24		
6.1.1 Exportação	24		
6.1.2 Internacionalização de empresas	25		
6.2 Serviços da Apex-Brasil para internacionalização (no Brasil e nos EUA)	26		
6.3 Parceiros locais	27		
6.3.1 Brazil-Texas Chamber of Commerce- BRATECC	27		
6.3.2 Greater Houston Partnership - GHP	27		
6.3.3 Texas Economic Development Council - TEDC	28		
6.3.4 Governo do Texas e Texas Economic Development Corporation - TxEDC	28		
6.3.5 U.S. Department of Commerce	28		
7 PROPRIEDADE INTELECTUAL	29		
8 PLANEJAMENTO	33		
8.1 Checklist	33		
8.2 Local	34		
8.3 Regulação ambiental	34		
8.4 Standards, Certificações e Adequação de Produtos/Serviços	35		
8.4.1 Certificações e adequações devem ser prioridade do Plano de Internacionalização.	35		
8.5 Financiamento	37		
8.6 Tributos federais, estaduais e municipais	37		
8.7 Remessa de valores aos EUA e remessa de lucro para o Brasil	38		
8.8 Contratação de funcionários	38		
8.8.1 Direitos e deveres	40		
8.8.2 Mercado de trabalho e Vistos	40		
8.8.3 Esforços no recrutamento e na retenção de funcionários	41		
9 EXPANDINDO SEUS NEGÓCIOS PARA OS ESTADOS UNIDOS	41		
9.1 Sugestões de estratégias para internacionalização	42		
9.1.1 Estude o mercado internacional e sua empresa	42		
9.1.2 Entenda a legislação do país de destino	42		
9.1.3 Desenvolva uma estratégia e um plano de negócios	42		
9.1.4 Prepare o produto para a internacionalização	42		
9.1.5 Crie novas estratégias para a empresa como um todo	42		
9.1.6 Elabore um planejamento financeiro específico	43		
9.1.7 Crie estratégias de marketing internacional	43		
9.1.8 Invista na Global Mobility	43		
9.1.9 O que se pode aprender com as experiências das empresas brasileiras que se instalaram nos Estados Unidos?	43		
9.1.10 Adaptar-se à cultura de negócios dos EUA	44		
9.1.11 Diversificação pode criar valor, reduzir risco	44		
9.1.12 A distância pode afetar a competitividade negativamente	44		
9.1.13 Distribuição Indireta	44		
9.1.14 Terceirização da fabricação e parcerias	45		

9.1.15 Joint Venture	46
9.1.16 Representação Comercial	47
9.2 Plano de Negócios e Plano de Ação	47
10 ESTUDOS DE CASO	49
10.1 Oxiteno, química do Brasil nos EUA	49
10.2 PhDsoft, engenharia e tecnologia	52
10.3 Grupo N&A - Nascimento & Associados	54
10.4 Technofink	57
11 OUTRAS EMPRESAS BRASILEIRAS NO TEXAS	59
12 MAPA DE OPORTUNIDADES DE MERCADO E COMERCIAIS NO TEXAS	60
12.1 AUSTIN	60
12.2 DALLAS	60
12.3 HOUSTON	61
12.4 SAN ANTONIO	61
13 CIÊNCIAS E TECNOLOGIA	62
13.1 Corredor de Inovação	63
13.2 Parques Tecnológicos, Incubadoras e Ambientes de Inovação	64
13.2.1 Silicon Hills	64
13.2.2 North Texas's Silicon Prairie	64

2.0 O ESTADO DO TEXAS

2.1 Informações gerais

O Texas é o segundo maior estado dos Estados Unidos e o maior entre os 48 estados contíguos continentais. O estado oferece um dos melhores ecossistemas de negócios do país. Com uma excelente localização geográfica e a reputação de ter um clima amigável aos negócios, o Texas proporciona um pool de mão-de-obra altamente qualificada, baixa carga tributária, custo de vida razoável e um ambiente regulatório previsível, o que são benefícios essenciais para a prosperidade de qualquer empresa. Além disso, a economia do Texas é uma das maiores do país. O PIB nominal do estado, US\$1.75 trilhões em 2020, é o segundo maior dos Estados Unidos, atrás somente da Califórnia.

O Texas é tão grande e diversificado que é, praticamente, um país à parte. Se fosse um país, em 2020, o Texas seria a nona economia mundial à frente de Canadá (US\$1.6 tri), Coreia do Sul (US\$1.59 tri), Rússia (US\$1.46 tri) e Brasil (US\$1.36 tri). No mesmo ano, renda per capita do estado foi de US\$ 54.841 e a taxa de desemprego de 6.9%, o que pode ser considerado um número baixo no contexto da pandemia então vigente. O mercado consumidor texano é o segundo maior dos Estados Unidos com mais de 29 milhões de pessoas. O estado possui quatro núcleos urbanos – Austin, Dallas-Fort Worth, Houston e San Antonio que estão entre os 20 maiores dos Estados Unidos – exercem grande influência política,

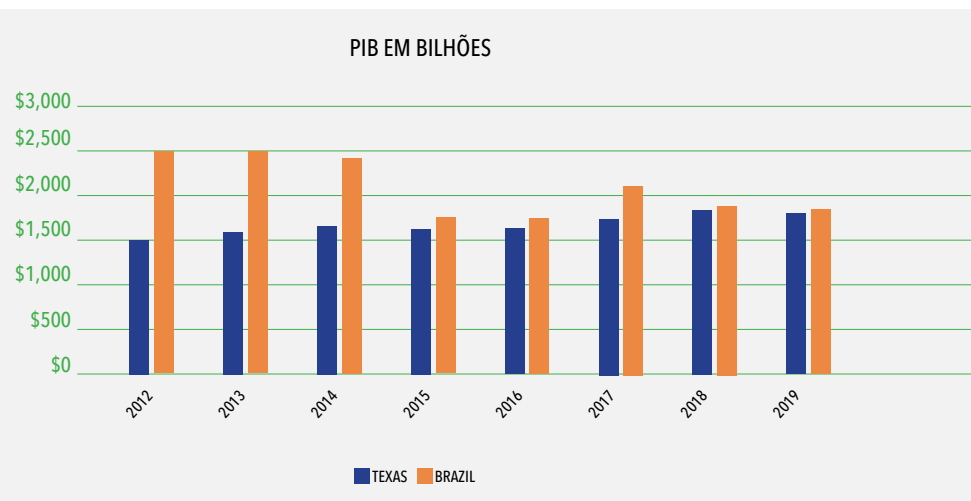
econômica e social em seu entorno. Todos estes indicadores econômicos surpreendentes, somado ao excelente ambiente de negócios e às suas dimensões demográficas, transformam o Texas num dos mais atrativos hotspots para o empreendedorismo na América do Norte.

O Texas é enorme e abriga hoje centenas de milhares de empresas dos mais diversos tipos, tamanho e atividades, desde pequenos negócios na área de varejo ou serviços até complexas indústrias da cadeia de óleo e gás ou de tecnologia de informação e das comunicações (TICs). Ao observar o ecossistema tecnológico do Texas, percebemos que ao invés de pólos isolados existem quatro grandes comunidades tecnológicas, altamente interconectadas, exercendo atividades conjuntas e complementares. Uma vibrante comunidade de startups irradia-se desde Austin para San Antonio e para os grandes centros de população e negócios: Houston, ao Sul, e Dallas/Fort Worth ao Norte.

INFORMAÇÕES GERAIS:

ÁREA GEOGRÁFICA:	695.662
POPULAÇÃO:	29.145.505 conforme apurado no censo de 2020
CAPITAL DO ESTADO:	Austin
MAIOR CIDADE:	Houston
MUNICÍPIOS:	1.214
CONDADOS:	254
PIB 2020:	USD 1.744 trilhões

2.2 Estatísticas de Mercado



2.2.1 Dados do Texas

- 1º lugar na maioria das listas de melhores estados americanos para se fazer negócio;
- Maior estado exportador do país, pelo 19º ano consecutivo: USD 279.3 bilhões em 2020;
- 2º maior número de trabalhadores civis no país: 13 milhões;
- Líder nacional em investimentos doméstico e estrangeiro;
- Sede de 50 das 500 Fortune Companhias em 2020;
- 13.4% da população americana, ou 39.8 milhões de consumidores, estão localizados em um raio de 800 quilômetros do Porto de Houston.

2.2.2 Dados de Houston

- 4ª maior cidade dos EUA;

- 1.1 milhão de novos residentes na última década;
- 7ª maior região metropolitana;
- PIB de US\$512 bilhões em 2019;
- O PIB de Houston é superior ao de 37 estados e representa cerca de 28% do PIB nominal do Texas.

2.3 Principais setores econômicos

O Texas desponta como um dos mercados globais mais atrativos para investimentos estrangeiro e doméstico, em razão de diversos fatores que incluem estabilidade econômica, qualidade, diversificação e custo da mão de obra, custo de instalação e manutenção dos negócios, disponibilidade e variedade imobiliária, localização estratégica e infraestrutura robusta, sustentada por rodovias, ferrovias, portos e aeroportos de alta qualidade, mercado consumidor relevante, além de incentivos fiscais. A economia Texana é diversificada, o que torna as oportunidades de investimento profundas e atraentes, nos vários setores em que o estado se destaca, conforme se verá a seguir.

2.3.1 Tecnologia da Informação e das Comunicações (TIC's)

Além de sediar alguns dos festivais de música mais populares do país e de celebrar calorosamente a arte e a cultura, a cidade de Austin é notável por hospedar numerosas empresas na área das TIC's. Além de um número cada vez

maior de startups, gigantes como a Apple, DELL, HP, Cisco, Facebook, Google, IBM, Indeed, Oracle e muitas outras têm investido e alimentado o crescimento contínuo da indústria na região.

A Apple está crescendo continuamente em Austin, contando hoje com aproximadamente 7.000 funcionários na cidade - um aumento de mais de 50% nos últimos cinco anos. A empresa iniciou a construção do seu novo campus estimado em US\$ 1 bilhão e área de 3 milhões de pés quadrados (aprox. 278 mil m²), que deverá ser inaugurado em 2022 e poderá abrigar até 15mil funcionários no futuro.

A DELL foi pioneira no desenvolvimento da indústria high-tech em Austin. A empresa é considerada hoje a maior incentivadora do desenvolvimento e implementação de programas de ensino superior, com ênfase em tecnologia e em parceria com universidades locais. O resultado é a atração de milhares de jovens talentosos e criativos que buscam a combinação de um cenário cultural vibrante, ensino

de alta qualidade e mercado de trabalho dinâmico, numa atmosfera que remete às pequenas e pacatas cidades do interior.

2.3.2 Saúde

A dimensão da indústria da saúde texana e seu impacto na economia do estado são extraordinários. Muito mais do que os maiores prestadores de serviços médicos do mundo, os hospitais do Texas funcionam como propulsores das indústrias da manufatura, alta tecnologia, e hospitalidade, entre outras na área médica. O setor de serviços, em particular o serviço hospitalar, permaneceu estável e forte no estado durante a crise mais recente do petróleo e foi um dos principais responsáveis por manter o Texas fora da recessão. Os hospitais estão entre os maiores empregadores do estado.

O famoso Texas Medical Center, que emprega mais de 100 mil pessoas, está localizado em Houston e, juntamente com



outros centros médicos - o South Texas Medical Center em San Antonio, os centros universitários de Dallas, Tyler e Galveston, para citar apenas os mais importantes na área médica - promove um impacto de bilhões de dólares na economia do estado. Há, ainda, diversos centros de pesquisas médicas de considerável relevância que tornam o estado um excelente centro de oportunidades para os mais variados setores da indústria de saúde.

2.3.3 Energia

O Texas é um dos líderes globais da indústria energética. Além das proeminentes atividades da indústria do petróleo e gás, o estado produz energia nuclear, solar e eólica. O Texas também lidera a geração de energia eólica nos Estados Unidos, produzindo mais de 30.904 megawatts, graças aos ventos fortes do oeste e da região do Panhandle. Em 2019, 17.41% da energia gerada no estado foi proveniente da energia eólica. Peças para turbinas eólicas são importadas de diversos países, inclusive, e notadamente, do Brasil.

2.3.4 Aviação e Indústria Aeroespacial

O Texas é uma das regiões mais importantes para as indústrias globais da aviação e aeroespacial. O estado sedia duas empresas aéreas internacionais, possui dois dos mais movimentados aeroportos do país, e conta ainda com cerca de 400 outros, menores, abertos ao público. Sedia, ainda, o famoso Johnson Space Center da NASA.

O amplo leque de atividades aeroespaciais inclui a montagem de aviões de combate e de helicópteros, o desenvolvimento de instrumentos de navegação, pesquisas de voo espacial, o treinamento de pilotos militares, e a aviação espacial comercial. As indústrias da aviação e aeroespacial empregam, diretamente, mais de 135.000 trabalhadores no estado, em aproximadamente 1.300 empresas.

Houston sedia a célebre estação de controle de missão da NASA, além de dezenas de empresas prestadoras de serviços de vôos espaciais. A cidade de Corpus Christi abriga uma das maiores instalações de reparo de helicópteros do mundo, enquanto cidades como Amarillo, El Paso, Harlingen, McAllen, Waco e Wichita Falls concentram empresas de manufatura, além de estabelecimentos prestadores de serviço de suporte para

várias empresas da Fortune 500 na área aeroespacial.

2.3.5 Agricultura

Como em outros setores, a agricultura no Texas é descrita no superlativo. O estado é líder nacional em número de fazendas e sítios, com mais de 240.000 propriedades, totalizando 52 milhões de hectares dedicados ao agronegócio (o que equivale a 84% da área do estado). A tradição familiar predomina entre os fazendeiros. Cerca de 99% das fazendas e sítios texanos são administrados por famílias, através de parcerias e grandes corporações familiares. Além disso, 1 a cada 7 trabalhadores texanos estão empregados em áreas relacionadas à agricultura. Entre as commodities produzidas no Texas, destacam-se gado (líder nacional), algodão (líder nacional), leite, carnes de aves, trigo, milho, entre outros.

2.3.6 Refino de Petróleo, Produtos químicos e derivados

Em Houston, atualmente, estão presentes mais de 700 empresas de exploração e produção de petróleo, além de refinarias e usinas petroquímicas. Milhares de outras empresas prestam serviços diretos ou indiretos para o setor, muitas delas sediadas no Energy Corridor District da cidade. Houston concentra



especialistas altamente capacitados em todos os segmentos da indústria de óleo e gás, desde exploração e produção, até transporte, refino, marketing e abastecimento. De acordo com a Greater Houston Partnership, a cidade possui mais engenheiros do que qualquer outra região metropolitana dos Estados Unidos. A maioria das grandes empresas mundiais de petróleo estão presentes na cidade.

Houston é ainda líder mundial em inovações tecnológicas que revolucionaram o setor de petróleo e gás. Tecnologias como real time seismic surveying, subsalt drilling, deep conversion refining, horizontal drilling e hydraulic fracturing foram desenvolvidas no estado e depois comercializadas globalmente. Houston tem sido notável não apenas em pesquisa e desenvolvimento, mas também no setor bancário e financeiro servindo a indústria do petróleo.

Houston hospeda o Center for High Performance Computing da BP (o maior super computador privado do mundo), Shell Ventures (o primeiro fundo de capital de risco na indústria do petróleo e gás), Dow Chemical (maior centro de inovação do Texas), Aramco Services (mais de 5,500 metros quadrados de centro de pesquisa e desenvolvimento) e Chevron Technology Ventures.

Houston possui ainda mais de 40% da capacidade de manufatura petroquímica nacional, que inclui 102 produtos de petróleo, 976 produtos químicos e

220 produtos plásticos. O Golfo do México é considerado a área de exploração de petróleo e gás offshore mais importante dos Estados Unidos. A combinação de uma geologia favorável à descoberta de volumes comerciais de petróleo e a infraestrutura física e de serviços já consolidada de toda a cadeia produtiva, posicionam a região, como um dos mercados offshore de maior crescimento no mundo.

2.4 Incentivos fiscais

2.4.1 Custo de fazer negócios em Houston

O estado do Texas e a cidade de Houston oferecem uma estrutura tributária transparente, estável e favorável aos negócios. O Texas é um dos nove estados americanos onde não há a incidência do



imposto de renda estadual para a pessoa física ou jurídica. Isso torna o custo de fazer negócios mais competitivo. Já a estrutura tributária de Houston (impostos sobre vendas, propriedades, franquias, e taxas de licenciamento) torna a cidade um centro de baixo custo e um local atraente para as empresas estabelecerem suas sedes. A carga tributária para a pessoa física na área de Houston está entre as mais baixas do país, o que a torna a cidade cativante para pessoas viverem e trabalharem.

2.4.2 Texas Enterprise Fund

O Texas Enterprise Fund (TEF) é o maior fundo de "fechamento de negócios" desse tipo no país. Criado em 2003, o TEF é um subsídio em dinheiro usado como ferramenta de incentivo financeiro para projetos empresariais que prometem criar empregos de alta renda em quantidade significativa e gerar investimentos de capital.

2.4.3 Texas Enterprise Zone

O Texas Enterprise Zone Program (EZP) é um programa estadual de reembolso de impostos sobre vendas, criado para incentivar o investimento privado e a criação de empregos em áreas economicamente desfavorecidas do estado.

2.4.4 Manufacturing Exemptions

As empresas que fabricam ou agregam valor à produção de bens pessoais tangíveis, isto é, bens que podem ser movidos ou tocados, recebem isenção estadual no imposto sobre vendas e uso do produto. Este incentivo torna o valor do produto fabricado para venda mais competitivo. A isenção também se aplica a bens tangíveis que causam alteração química ou física no produto que está sendo fabricado e são necessários e essenciais para o processo de fabricação. Alguns itens, como ferramentas manuais, estão excluídos da isenção. Um martelo, por exemplo, é tributável mesmo se for usado na fabricação de um produto para venda.

2.4.5 Business Relocation Incentive

O estado do Texas também pode oferecer incentivos fiscais para empresas que estão sediadas em outros estados ou países e queiram transferir suas operações ou estabelecer seus escritórios centrais (headquarters) no Texas.

2.4.6 Research and Development Tax Credit

Em 2014, entrou em vigor uma lei para incentivar a pesquisa e o desenvolvimento no Texas. Empresas envolvidas em pesquisas qualificadas podem reivindicar isenções de impostos na compra, arrendamento, aluguel, armazenamento ou uso de propriedade tangível depreciável usada diretamente em pesquisa qualificada, ou, ainda, um crédito fiscal baseado em despesas de pesquisa qualificadas.

2.5 Logística e infraestrutura

A infraestrutura é, notadamente, um dos principais fatores que mantém o Texas como líder nacional de exportações há vários anos. O estado é equipado com infraestrutura ampla e moderna, que fornece o suporte adequado para atender a demanda de todas as indústrias do estado, inclusive a bastante movimentada indústria do petróleo.

O estado conta com aproximadamente 400 aeroportos, quase 17 mil quilômetros de ferrovias (mais do que qualquer outro estado americano), 17 portos marítimos, que incluem 32 zonas de comércio livre - permitindo o fluxo de mercadorias sem entrada alfandegária formal, quotas de importação e outras facilidades fiscais -, e mais de 500 mil quilômetros de rodovias.

Os aeroportos do Texas formam o segundo maior sistema aeroportuário dos Estados Unidos, destacando-se os aeroportos o Dallas-Fort Worth International (DFW) e George Bush Intercontinental em Houston (IAH). O aeroporto de Fort Worth Alliance e o Porto de San Antonio integram os aeroportos industriais de alta capacidade, com terminais ferroviários classe I e acesso direto a rodovias interestaduais.

Dos 16 portos marítimos texanos, 11 são portos de águas profundas com canais de pelo menos 9 metros de profundidade. O Porto de Houston é o maior porto de contêineres da



Costa do Golfo do México e tem liderado as operações de exportação nos EUA por quase duas décadas. Os portos de Corpus Christi, Brownsville e Port Arthur também se classificam entre os dez primeiros do país. Os portos desempenham papel fundamental no fortalecimento da economia do estado.

3.0 RELAÇÃO BILATERAL TEXAS-BRASIL

O Texas também é o líder no país em extensão de ferrovias. O estado possui rotas férreas em todas as direções, as quais alimentam todos os mercados nacionais.

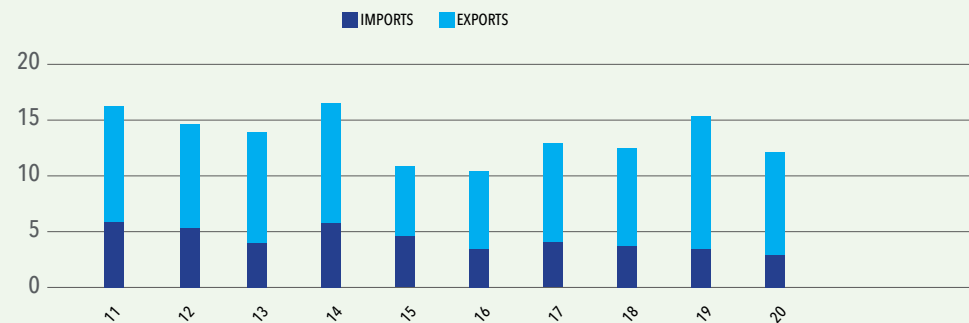
O Distrito Aduaneiro de Houston-Galveston é a segunda porta de entrada mais movimentada para o comércio EUA-Brasil (por valor), sendo o Brasil o terceiro maior parceiro comercial internacional de Houston. De 2011 a 2020, o comércio entre Houston e o Brasil foi de US\$ 13,3 bilhões por ano em média. Em 2020, apesar da pandemia, seu valor foi de US\$ 11,9 bilhões.

De acordo com os dados de 2020 da Greater Houston Partnership, mais de 7.700

brasileiros vivem na região metropolitana de Houston. A cidade ainda sedia quarenta e duas empresas que operam 108 subsidiárias no Brasil, entre as quais podemos destacar American Bureau of Shipping, Anadarko, Halliburton, NOV, Schlumberger, e Exxon Mobil. Em contrapartida, oito empresas brasileiras operam 14 subsidiárias na área de Houston, incluindo Braskem America, Oxiteno, Petrobras Americas, SMAR International e WEG Electric Corp.

O Brasil tem sido um dos principais parceiros comerciais do Texas e de Houston nos últimos anos. Entretanto, na última década, essa relação comercial ficou instável devido à queda nos preços combustíveis minerais, petróleo

TOTAL TRADE, HOUSTON AND BRAZIL



SOURCE: WISERTrade from U.S. Census Bureau, Foreign Trade Division Data

e produtos refinados, principais bens comercializados entre os dois parceiros, o que impactou negativamente tanto as exportações quanto as importações do Texas em relação ao Brasil. O comércio entre Houston e o Brasil caiu de US\$ 15,6 bilhões em 2011 para US\$ 11,9 bilhões em 2020, com alguns anos de pico como em 2014 e 2019 (ver gráfico Total Trade).

Antes de 2015, a média das transações comerciais entre ambos era de US\$ 14,9 bilhões. Em 2016, esse valor retrocedeu ao valor comercializado 10 anos antes, caindo para US\$ 10,2 bilhões. O comércio voltou a crescer constantemente nos anos seguintes, mas reduziu-se em 21% no ano de 2020 em virtude da pandemia global, caindo de US\$ 15,1 bilhões em 2019 para US\$ 11,9 bilhões em 2020.

3.1 Exportações do Texas para o Brasil

EXPORTAÇÃO PARA O BRAZIL					
RANK	COMMODITY	VALOR EM MILHÕES USD		% VARIACÃO	
		2019	2020	20	19-20
1	Combustíveis Minerais, Petróleo and Refinados	6,542.30	5,112.20	56,1	-21,9
2	Plásticos e produtos plásticos	864,0	893,5	9,8	3,4
3	Químicos Orgânicos	885,6	752,5	8,3	-15,0
4	Componentes Industriais e computadores	1,275.30	500,8	5,5	-60,7
5	Bebidas, Spirits and Vinagre	186,1	286,8	3,1	54,1
6	Componentes Químicos	353,2	270,0	3,0	-23,6
7	Químicos inorgânicos, Metais preciosos, Rare earth	246,0	241,1	2,6	-2,0
8	Veículos e auto partes	163,7	160,0	1,8	-2,3
9	Cereais	6,6	137,6	1,5	103,5
10	Máquinas elétricas, equipamentos e componentes	158,9	109,8	1,2	-30,9
TOTAL TOP 10		19,742.80	8,464.2	92,9	-21,2
Outras Commodities		746,0	647,0	7,1	-13,2
TOTAL		11,488.80	9,111.40	100,0	-20,7

3.2 Exportações do Brasil para o Texas

EXPORTAÇÃO PARA O TEXAS					
RANK	COMMODITY	VALOR EM MILHÕES USD		% VARIACÃO	
		2019	2020	20	19-20
1	Equipamentos industriais e computadores	637.40	442.10	15.60	-30.70
2	Combustíveis Minerais, Petróleo e refinados	479.00	316.80	11.20	-33.90
3	Madeira e subprodutos	202.50	260.60	9.20	28.70
4	Bebidas, spirits e vinagre	247.10	201.20	7.10	-18.60
5	Ferro e aço	163.70	195.20	6.90	19.33
6	Químicos orgânicos	360.30	185.90	6.60	-48.40
7	Equipamentos elétricos e componentes	170.40	132.60	4.70	-22.20
8	Pedra, cimento, mica	122.80	130.00	4.60	5.90
9	Veículos e auto peças	247.40	106.30	3.70	-57.00
10	Artigos de ferro e aço	74.10	97.10	3.40	31.00
TOTAL TOP 10		2,704.80	2,067.10	72.90	-23.60
Outras Commodities		927.00	770.00	27.10	-16.90
TOTAL		3,631.80	2,837.70	100.00	-21.90

4.0 VISTOS

Obter um visto americano é um processo demorado. O tipo de visto que você precisa depende do motivo pelo qual você deseja entrar no país. Em geral, existem dois tipos de vistos americanos:

VISTO DE NÃO-IMIGRANTES:	VISTO DE IMIGRANTES
B1/B2 – Visto de negócio ou turismo	EB-1: Green Card para indivíduos com habilidades extraordinárias
E1 – Visto de comerciante	EB-2: Green Card para indivíduos que possuam um grau avançado ou habilidades excepcionais
E2 – Visto de Investidor	EB-3: Green Card para trabalhadores qualificados
F1 – Visto de estudante	EB-4: Green Card especial para trabalhadores religiosos
H1B – Trabalho para profissionais formados	EB-5: Green Card para investidores
J1 – Visto de intercâmbio	Família: Green Card baseado em relação familiar
K1 – Visto de noiva/noivo	
L1 – Trabalho em multinacionais	
M1 – Visto para estudante vocacional	
O1 – Trabalho com habilidades extraordinárias	
P1 – Visto para atletas e artistas	
R1 – Visto religioso	

5.0 ASPECTOS LEGAIS

5.1 Constituição da empresa

A decisão de constituir um negócio, nacional ou internacionalmente, envolve a análise de diversos aspectos relativos à estrutura e operação da empresa, tais como: necessidade de contratação de empregados ou de mão de obra terceirizada, locais de operação, composição societária, volume e natureza dos investimentos, objeto social, tratamento tributário, entre outros.

Nos Estados Unidos, a constituição de empresas ocorre em nível estadual. Ou seja, os estados determinam através das suas leis como as empresas deverão ser organizadas e mantidas. O estado escolhido para constituir a empresa torna-se o que se chama de *state of incorporation*. No *state of incorporation* a empresa funcionará como uma *domestic corporation*. Se a empresa operar em outros estados, em tais estados

será considerada *foreign* ou *out-of-state entity*. Em outras palavras, a empresa é formalmente constituída em um estado e, nos demais, deverá requerer uma autorização para operar (realizar negócios). Estes conceitos são importantes para entender o processo de abertura de empresas e responsabilidades legais no país e no Texas.

Em linhas gerais, os tipos (ou categorias) mais comuns de empresas são: *sole proprietorships*, *partnerships*, *limited liability company* (“LLC”), *limited liability partnerships* (“LLP”), *C* ou *S corporations*, explicadas de forma geral a seguir.

5.1.1 *Sole proprietorships*

Trata-se de um formato empresarial de apenas um sócio. A responsabilidade do sócio é ilimitada, ou seja, responde-se com a integralidade do patrimônio pessoal pelos atos praticados sob a alçada do negócio. Sob o ponto de vista administrativo, as obrigações perante o estado são mínimas e o processo para iniciar as operações é rápido e objetivo. O faturamento é tributado com base nas taxas das pessoas físicas. Não há, portanto, uma entidade empresarial separada da pessoa do sócio.

5.1.2 *Partnerships*

As *partnerships* são entidades formadas por duas ou mais pessoas que exercem atividade empresarial visando ao lucro, em razão de um objetivo único ou múltiplo e com responsabilidade

ilimitada aos sócios. As *partnerships* são tipicamente *pass-through entities*. Ou seja, o imposto de renda é calculado sob a ótica dos sócios, na proporção da sua participação societária e declarado individualmente. As *Joint Ventures* são um exemplo de *partnership*. As *partnerships* podem alocar, por exemplo, lucros, perdas, deduções, créditos, obrigações gerenciais entre os sócios. Não há exigência legal de diretoria e reuniões periódicas, entre outras obrigações comuns a outros tipos de empresa.

5.1.3 *Limited liability company* (“LLC”)

LLC é o tipo de empresa mais comum em razão da simplicidade e flexibilidade em relação ao gerenciamento e organização da rotina empresarial. A LLC extrai as principais vantagens das *partnerships* e das *corporations*, tais como o *pass-through* a que se refere o formato empresarial anterior a limitação da responsabilidade dos sócios ao valor da sua contribuição no capital social da empresa. Não há obrigação legal de constituir diretoria, realizar reuniões periódicas etc. Também não há restrições quanto ao número ou perfil dos sócios, sendo admitidos, inclusive, sócios estrangeiros. A constituição ocorre mediante o arquivamento dos *Articles of Incorporation* junto à secretaria do estado.

5.1.4 *Limited liability partnerships* (“LLP”)

Apenas determinadas categorias de profissionais podem se associar para

formar uma LLP, entre eles, advogados, engenheiros, arquitetos, médicos e contadores. As categorias profissionais autorizadas a operar sob uma LLP são reguladas de forma diferente pelos estados. As responsabilidades dos sócios pelas obrigações contratuais da sociedade são limitadas, não envolvendo os sócios pessoalmente, portanto. Sob o ponto de vista das torts (negligência ou erros profissionais graves), os sócios respondem individualmente, de acordo com a sua participação no ato que originou as torts. Em alguns estados, mesmo o sócio não envolvido no ato de negligência ou erro profissional grave poderá vir a ser responsabilizado, até certo limite financeiro. A disciplina da responsabilidade dos sócios deve ser analisada com cautela na legislação do estado onde a empresa será constituída.

5.1.5 C ou S corporations

De uma maneira geral, as S corporations (ou o SubChapter S status) podem ser definidas como um conceito tributário e representam, basicamente o instituto do pass-through acima exposto. Ou seja, não há imposto sobre a renda da sociedade, e as perdas, ganhos e créditos são reportadas pelos sócios, individualmente, nas suas respectivas declarações de imposto de renda. Nas S corporations há um limite máximo de sócios, que são representados por indivíduos apenas, e obrigatoriamente residentes americanos. Além disso, há restrições em relação ao objeto social, sendo vetado o uso do

conceito por empresas de seguros e vendas doméstico-internacionais. Durante ou após a constituição da empresa (corporation), os sócios informam a opção pelo S corporation. As empresas que não fizerem esta opção são definidas como C corporations.

As C Corporations (ou simplesmente corporations) diferenciam-se das S corporations porque são obrigadas a declarar e pagar o imposto de renda sob a ótica da empresa, além de reportar perdas, ganhos e créditos por si e não através dos seus sócios. Entende-se que o custo para operar uma C corporation é maior do que nas outras estruturas em razão do detalhamento das obrigações legais. As C Corporations podem levantar capital por meio da venda de ações, o que pode ser um benefício para atrair funcionários mais qualificados e nas hipóteses de empresas que planejam abrir o capital.

Determinada a estrutura empresarial mais adequada ao negócio que se pretende empreender, e escolhidos o(s) local(ais) onde a empresa será constituída e onde irá operar, os próximos passos serão registrar o nome e formalizar a constituição da empresa. O registro (ou a reserva) do nome da empresa costuma ser simples e rápido e, normalmente, precede a constituição para assegurar que o nome permanecerá disponível quando o processo de constituição iniciar. Primeiro, deve-se verificar a disponibilidade do nome em potencial por meio do Texas Secretary of State para,

em seguida, registrá-lo (ou reservá-lo) no mesmo local. Se o plano for conduzir negócios em diversos condados sob forma de sole proprietorship, joint venture ou general partnership sob nome diferente daquele do sócio (nome fictício), então, será necessário registrar este nome fictício (Assumed Name ou DBA - Doing Business As) nos escritórios de

todos os condados (County Clerk) onde a empresa irá transacionar. A obrigatoriedade de registro do nome fictício se estende, ainda, a todos os demais tipos societários (LLCs, LLPs, etc). Houston pertence ao Condado de Harris.

Para saber mais, acesse: *Texas Secretary of State*: <https://www.sos.state.tx.us/corp/>

5.1.6 Tabela comparativa dos tipos societários

	LLC	S- CORPORATION	C- CORPORATION	SOLE PROPRIETORSHIP
TAXA DE CONSTITUIÇÃO	US\$300.00	US\$300.00	US\$300.00	Constituição realizada no âmbito dos condados em cuja jurisdição serão realizados negócios. Aproximadamente US\$20,00 (varia com o condado)
RESPONSABILIDADE SÓCIO(S)	Típicamente, o(s) sócio(s) não responde(m) pessoalmente pelas obrigações da sociedade	Típicamente, o(s) sócio(s) não responde(m) pessoalmente pelas obrigações da sociedade	Típicamente, o(s) sócio(s) não responde(m) pessoalmente pelas obrigações da sociedade	Sócio responde pessoalmente pelas obrigações da empresa
LIMITE SÓCIOS	Sem restrições. Permitido apenas 1 sócio	Permitido apenas 1 sócio e não mais de 100. Todos os sócios devem ser cidadãos americanos	Sem restrições	Um
ADMINISTRAÇÃO	Pode ser administrada por sócio(s) ou por administrador(es) não-sócios Imposto pessoa jurídica	Officers e diretores Diretores são eleitos e gerenciados pelos sócios	Officers e diretores Diretores são eleitos e gerenciados pelo sócios	Administrada pelo único sócio

	LLC	S- CORPORATION	C- CORPORATION	SOLE PROPRIETORSHIP
TRIBUTAÇÃO	Não há imposto pessoa jurídica. Perdas e lucros transferidos para o(s) sócio(s), que declara(m) imposto na qualidade de pessoa física. (LLCs pode optar por tributação como C-corp ou S-corp)	Não há imposto pessoa jurídica. Perdas e lucros transferidos para o(s) sócio(s), que declara(m) imposto na qualidade de pessoa física	Imposto pessoa jurídica Imposto pessoa física incidente sobre dividendos distribuídos (Bi-tributação)	Imposto pessoa física apenas
BI-TRIBUTAÇÃO	Não	Não	Sim, mas apenas se os rendimentos forem distribuídos aos sócios em forma de dividendos	Não
PASS- THROUGH	Sim, salvo se optar por ser tributada com C-corp	Sim	Não	Sim
LEVANTAMENTO CAPITAL	Possibilidade de vendas de interesses, respeitados os termos do Operating Agreement (documentos que regula o funcionamento da empresa)	Ações podem ser negociadas para levantamento de capital, observadas as restrições sobre quem pode ser sócio	Possibilidade de abertura do capital	Não há mecanismos de levantamento de capital
ANONIMATO SÓCIOS	Permitido	Permitido	Permitido	Não permitido
FORMALIDADES	Mínimas	Diversas	Diversas (reuniões anuais, eleição de diretores, indicação de officers, etc)	Mínimas
PERMISSÃO INVESTIDOR ESTRANGEIRO	Sim	Não	Sim	Não
CLASSES DE AÇÕES	Classe única	Classe única	Permitida emissão de uma classe de ações	Classe única
DEDUÇÃO TRIBUTÁRIA DE BENEFÍCIOS EMPREGADOS	Sim	Sim	Não	Não

5.1.7 Tabela comparativa dos tipos societários: Vantagens e Desvantagens

TIPO DE ESTRUTURA	PRÓS	CONTRA
SOLE PROPRIETORSHIP	Baixo custo para abertura e simples de operar	Responsabilidade ilimitada sobre a Pessoa Física
	Tributação sobre a receita	Único sócio
	Imposto de Renda consolidado	
PARTNERSHIP	Sociedade não se limita a único sócio	Responsabilidade ilimitada sobre a Pessoa Física
	Um nível de tributação sobre a receita	Cada sócio responde legalmente pelos atos dos demais
	Alocação das receitas e despesas não está vinculada ao percentual de cada sócio	É exigido Imposto de Renda separado
S CORPORATION	Responsabilidade limitada dos acionistas	É exigido Imposto de Renda separado
	Tributação sobre a receita líquida é tributada na Pessoa Física dos acionistas	Restrições para a entrada de novos investidores
		Receita líquida deve ser alocada de acordo com o percentual de cada acionista
C CORPORATION	Responsabilidade limitada dos acionistas	É exigido Imposto de Renda separado
	Fácil transferência de acionista/investidor adicional	Receita líquida pode ser bi-tributada
	Continuidade perpétua presumida	Maior custo para abertura e operação
LIMITED LIABILITY COMPANY (LLC)	Responsabilidade limitada dos membros	Não é automaticamente perpétuo como S e C Corps
	Alocação das receitas e despesas não está vinculada ao percentual de cada sócio	Mais oneroso a abertura e operação que a Proprietorship

6.0 ENTIDADES DE APOIO

6.1 Serviços comerciais do Consulado Geral do Brasil em Houston

Os serviços comerciais dos consulados brasileiros são prestados pelos Setores de Promoção Comercial (SECOMs). A missão dos SECOMs nos Estados Unidos é promover e incentivar as relações de comércio e investimento entre os dois países, por meio dos escritórios em Houston, São Francisco, Chicago, Atlanta, Los Angeles, Miami, Boston, Nova York e Washington, DC.

Os principais objetivos dos SECOMs nos Estados Unidos são:

- Estimular os negócios entre o Brasil e os Estados Unidos;

- Promover e apoiar as empresas brasileiras que desejam expandir-se (internacionalizar-se) para o mercado americano;

- Orientar empresas americanas que desejam importar produtos brasileiros;

- Estimular a formação de parcerias;

- Auxiliar na organização de missões de comércio e seminários entre os dois países;

A jurisdição do Consulado-Geral do Brasil em Houston compreende os seguintes estados: Texas, Louisiana, Arkansas, Oklahoma, Kansas, Colorado e Novo México.

O SECOM Houston destaca-se, especialmente, pelo apoio às empresas brasileiras e americanas voltadas à internacionalização, seja por meio da exportação dos seus produtos, seja por meio da abertura de escritórios ou realização de parcerias no exterior, facilitando o acesso às informações e à rede de contatos.

Os brasileiros ainda podem contar com o apoio do Portal Invest & Export Brasil, do Ministério das Relações Exteriores. O portal, que pode ser acessado no sítio do consulado do Brasil em Houston, disponibiliza ampla rede de dados comerciais e informações de interesse do exportador brasileiro, com o objetivo de estimular as vendas de bens e serviços brasileiros ao exterior e de atrair investimentos e tecnologias para o país.

O SECOM Houston, em conjunto com o Portal Invest & Export Brasil, está habilitado a prestar o seguinte suporte, especificamente relacionado à exportação, internacionalização de empresas e investimentos:

6.1.1 Exportação

O Portal disponibiliza material contendo informações básicas sobre os principais procedimentos relativos à atividade de exportação, a saber:

- Manual da Exportação Passo a Passo;

- Aprendendo a Exportar

Informações sobre taxas de exportação, barreiras tarifárias e não-tarifárias também poderão ser consultadas no Portal ou no SECOM Houston.

Além disso, tanto o Portal quanto o SECOM Houston podem orientar as empresas brasileiras sobre o Sistema Geral de Preferências ("SGP") americano. O SGP dá tratamento tarifário preferencial (tarifa alfandegária zero) a produtos originários ou procedentes de países em desenvolvimento a fim de que os países em desenvolvimento possam ter um acesso privilegiado aos mercados dos países desenvolvidos.

O SGP isenta 3.278 produtos brasileiros de tarifa de importação, mas vem sendo subutilizado, muitas vezes por simples desconhecimento de exportadores brasileiros, em particular das pequenas empresas.

6.1.2 Internacionalização de empresas

Com o objetivo de promover e estimular o processo de internacionalização de empresas brasileiras, a coordenação-geral de Promoção Comercial e Investimentos do Ministério das Relações Exteriores criou no Portal uma área inteiramente dedicada aos empresários que desejam conquistar o mercado internacional. Nesta área podem ser acessadas as informações mais importantes para o processo de internacionalização de empresas bem como manuais de investimento em diferentes países.



O SECOM Houston também oferece apoio à internacionalização, ajudando o empresário a entender melhor as características do mercado local, identificando oportunidades, promovendo encontros e facilitando o acesso a informações sobre constituição de empresas no Texas e nos outros estados de sua jurisdição.

Havendo dúvidas ou comentários, o SECOM Houston poderá ser contatado através do email secom.houston@itamaraty.gov.br.

Para saber mais:

Portal Invest & Export: <http://www.invest-exportbrasil.gov.br/>

Internacionalização de empresas: <http://www.investexportbrasil.gov.br/internacionalize-sua-empresa-0>

6.2 Serviços da Apex-Brasil para internacionalização (no Brasil e nos EUA)

Além do suporte dos SECOMs, os empresários brasileiros ainda podem contar com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos ("Apex-Brasil"), entidade subordinada ao Ministério das Relações Exteriores - MRE, para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros diretos ("IED") para setores estratégicos da economia brasileira.

Para alcançar os objetivos, a Apex-Brasil realiza ações diversificadas de promoção comercial, que visam a promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira, entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.

A Agência também opera de forma coordenada com atores públicos e privados para atração de investimentos estrangeiros diretos ("IED") para o Brasil, com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e do país.

A Apex-Brasil atua de diversas formas para promover a competitividade das empresas brasileiras no processo de internacionalização, incluindo suporte em inteligência de mercado, qualificação empresarial, estratégia para internacionalização, promoção de negócios e imagem e atração de investimento. Existe também estreita coordenação entre a Apex-Brasil e a rede de SECOM's do MRE.

No Portal da Apex-Brasil, há programas específicos de orientação para internacionalização de empresas, exportação de produtos e serviços, atração de IED, além de empreendedorismo no exterior e informações sobre os mercados.

Com base na experiência adquirida com o atendimento a centenas de empresas brasileiras interessadas em expandir as suas operações no exterior, a Apex-Brasil oferece, ainda, um serviço de atendimento customizado ("coaching") às empresas interessadas na estruturação do Plano de Expansão Internacional. O processo de atendimento customizado compreende fases distintas de preparação para a instalação da empresa que consistem em: prontidão para internacionalizar, orientação estratégica, análise de mercado e operação internacional.

A Apex-Brasil está presente em países e mercados estratégicos para o empresaria-

do brasileiro, formando uma extensa rede de oportunidades de negócios no exterior com empresas nacionais e internacionais, potenciais parceiros de comércio, fornecedores-chave e autoridades reguladoras.

A presença internacional da Apex-Brasil existe, principalmente, para fornecer apoio ao empresariado brasileiro e para atuar como ponto focal de geração de negócios positivos para o Brasil. Nos Estados Unidos, a Apex-Brasil possui escritórios nas cidades de Miami, na Flórida, e em São Francisco, na Califórnia. Os escritórios prestam serviços customizados de apoio às empresas brasileiras, moldados de acordo com a necessidade e estágio em que se encontram no processo de internacionalização. Os serviços são oferecidos de acordo com a experiência da empresa, seus objetivos e grau de



investimento a ser realizado no mercado internacional, e incluem soluções de Qualificação, Inteligência Comercial, Promoção de Negócios e Suporte à Internacionalização.

Para saber mais:
Apex-Brasil: <http://www.apexbrasil.com.br/quem-somos>

comunidade empresarial Brasil-Texas. A BRATECC tem por missão promover o comércio mútuo e criar oportunidades de negócios para os seus membros e parceiros, por meio de uma forte rede de parcerias locais, nacionais e internacionais, além da organização de eventos e encontros de networking.

BRATECC: <https://www.braziltexas.org/>

6.3 Parceiros locais

6.3.1 Brazil-Texas Chamber of Commerce- BRATECC

A Brazil-Texas Chamber of Commerce ("BRATECC"), sediada em Houston e criada em 2001, é a principal organização internacional representante da

6.3.2 Greater Houston Partnership - GHP

A Greater Houston Partnership ("GHP") é uma organização de desenvolvimento econômico, sediada em Houston e criada em 1989, que reúne líderes locais e a comunidade empresarial para promover e fortalecer a prosperidade econômica



da Grande Houston. Além de promover eventos, a GHP realiza pesquisas de mercado, organiza e publica relatórios e guias e ainda presta assessoria de relocação ou expansão de negócios.

GHP: <https://www.houston.org/>

6.3.3 Texas Economic Development Council - TEDC

O Texas Economic Development Council ("TEDC") é uma associação de profissionais, sem fins lucrativos, criada em 1961 e sediada em Austin, dedicada ao desenvolvimento da economia local, por meio da atração de investimentos e criação de empregos no Texas.

TEDC: <https://texasedc.org/>

6.3.4 Governo do Texas e Texas Economic Development Corporation - TxEDC

O Texas Economic Development Corporation ("TxEdc"), organização sem fins lucrativos responsável pela promoção e marketing do Texas como principal região

para a realização de negócios, em conjunto com o governo do estado (Governor's Office of Economic Development and Tourism – EDT), criou o Go Big Texas. O Go Big Texas funciona, basicamente, como um guia para auxiliar as empresas interessadas em obter mais informações sobre como se instalar no Texas. Atualizado regularmente, é uma ferramenta importante durante o planejamento para constituição de empresas e expansão dos negócios, especialmente para os empreendedores de pequeno e médio portes.

TxEDC: <https://businessintexas.com/why-texas>

6.3.5 U.S. Department of Commerce

O U.S. Department of Commerce não é exatamente um parceiro local, mas merece destaque em razão do programa SelectUSA cuja missão é facilitar investimentos com potencial de criação de empregos nos EUA, além de conscientizar sobre o papel e o impacto do desenvolvimento do econômico na

prosperidade do país. Os especialistas em investimento do SelectUSA auxiliam as empresas na busca e interpretação de informações e dados em uma ampla variedade de tópicos, incluindo econo-

mia nacional, estadual, consumidores, cadeias de fornecimento, entre outros.

U.S. Department of commerce: <https://www.selectusa.gov/welcome>

7.0 PROPRIEDADE INTELECTUAL

O registro de marcas poderá ser realizado nos âmbitos estadual e federal. No âmbito estadual, o processo de registro é simples e objetivo e, normalmente, é concluído em menos de 1 ano. Poderá ser realizado diretamente na página online do Texas Secretary of State, sem a necessidade de auxílio profissional, embora seja recomendável contar com aconselhamento de advogado americano especializado. São necessários, em resumo:

- o preenchimento de um formulário informando os dados do titular da marca e respectivo endereço, classe(s) e descrição da marca;

- pagamento de taxa por classe registrada (US\$ 50,00);

- comprovação (obrigatória) do uso da marca no Texas antes do pedido de registro;

- apresentação de 3 amostras da marca em uso;

- apresentação de um desenho da marca (nos casos de marca mista ou figurativa);

- entrega dos documentos pessoalmente ou envio através de fax ou correios.

Antes do pedido de registro da marca recomenda-se consultar os bancos de dados das marcas registradas no Texas (por e-mail e telefone, sem pagamento de taxa, ou online, mediante o pagamento de US\$ 1,00 por consulta) e no âmbito federal, no U.S. Patent and Trademark Office ("USPTO") para confirmar a ausência de marcas similares já registradas na(s) mesma(s) classe(s), de modo a não causar confusão ou indução de terceiros a erro. Também é recomendável confirmar se a marca é registrável antes de iniciar o processo.

No âmbito do estado, a proteção (ou o registro) da marca é concedida àquele que primeiro utilizá-la, como marca, na(s) região(ões) geográfica(s) onde estiver operando, ainda que a marca não esteja registrada. Há situações em que a marca está em uso por um indivíduo ou empresa sem tê-la registrado. Nesse caso, o direito do usuário que começou a utilizar a marca antes prevalecerá, com base no common law trademarks right, e o processo de registro deverá ser con-



duzido por advogado americano, sendo mais oneroso.

Ressalta-se que, uma vez registrada a marca no Texas, o prazo de 5 anos para renovação deverá ser observado. Do mesmo modo, os registros de marcas no âmbito federal precisam ser renovados periodicamente.

No que diz respeito aos depósitos de patentes e registro de copyrights, estes não são processados nas secretarias dos estados. Os assuntos relacionados aos copyrights são tratados no Copyright Office, no âmbito federal. E, no mesmo

âmbito, no USPTO, são processados os depósitos de patentes e pedidos de registros de marcas.

A opção pelo registro de marcas no âmbito federal ou estadual depende, basicamente, da proteção que se deseja alcançar, dos valores que se desejam pagar, da(s) região(ões) onde se atua a empresa, da intenção de exportar produtos ou serviços ou de registrar a marca internacionalmente, entre outros.

O processo para registro de marcas e depósitos de patentes no USPTO é com-

plexo e pode levar anos para ser concluído. Nos casos de depósitos de patentes já protegidas no Brasil, aplicam-se regras estabelecidas na Convenção de Paris ("PCT"), da qual o Brasil é signatário, e que dispõe de um sistema de cooperação internacional. Para o registro internacional de marcas há um sistema similar, disciplinado pelo Protocolo de Madrid, que possibilita que uma marca seja automaticamente registrada em todos os países signatários do tratado. O Brasil, no entanto, não é signatário do Protocolo de Madrid, o que torna o processo mais complexo, oneroso e moroso.

Assim, embora não seja obrigatória, a contratação de auxílio profissional é altamente recomendável. Neste caso, o USPTO alerta que somente advogados americanos são autorizados a atuar nos processos, sob pena de indeferimento do pedido, sem a devolução das taxas pagas.

Para saber mais:

USPTO: <https://www.uspto.gov/trade-marks-getting-started/process-overview/trademark-information-network>

Copyright Office: <https://www.copyright.gov/>

8.0 PLANEJAMENTO

8.1 Checklist

A LISTA DE VERIFICAÇÃO PARA COMEÇAR UM NEGÓCIO

Para Cidadãos Brasileiros Estrangeiros



1. Escolher a localização do negócio (consultar zoneamentos ou o Code of Ordinances de Houston, e analisar os documentos de registro do imóvel)



2. Escolher a estrutura da empresa



3. Realizar busca e registrar o nome da empresa no Texas Secretary of State



7. Obter licenças e autorizações de funcionamento



6. Registrar o EIN o Texas Tax Id (para o Sales Tax), o SSN, ou o ITIN



5. Formalizar a constituição da empresa mediante o preenchimento de formulários, apresentação de documentos, pagamento de taxas e identificação de agentes



4. Registrar nome fictício das sole proprietorships, general partnerships e joint ventures operando sob nome fictício, em todos os condados onde irá transacionar. O mesmo vale para os demais tipos societários



8. Abrir conta bancária



9. Contratar seguro(s)



10. Registrar marca e patentear invenção

8.2 Local

A escolha do local onde se pretende operar um negócio é uma decisão de caráter estratégico, que compreende o estudo das obrigações legais e fiscais em que a empresa irá incorrer nos âmbitos federal, estadual e municipal, além da análise do potencial do mercado, dos custos de implementação e operação do negócio, das restrições aplicáveis, entre outros fatores. Neste sentido, merece atenção a consulta do zoneamento (ou critérios de desenvolvimento) das regiões em potencial. O zoneamento será um dos principais fatores determinantes da possibilidade de se obter licenças e autorizações de funcionamento do negócio em determinada região. No Texas, os municípios são as autoridades responsáveis por estabelecer os critérios de desenvolvimento das suas jurisdições.

Para verificar os detalhes do zoneamento de determinada região ou imóvel, além de consultar o respectivo município, recomenda-se analisar os documentos de registro do imóvel. Os deed restrictions são acordos estabelecidos nas escrituras dos imóveis que restringem ou limitam o seu uso em determinada subdivisão, e vinculam os proprietários (atuais e futuros) dos referidos imóveis. Assim como o zoneamento, os deed restrictions objetivam preservar as características residenciais de determinada região, afastando ou limitando o comércio ou as indústrias.

Finalmente, o município poderá orientar, ainda, a respeito da existência de eventuais incentivos fiscais, programas de treinamentos e financiamentos, entre outros, tal como o faz o Houston Business Solutions Center ("HBSC") .

8.3 Regulação ambiental

O alcance deste tópico é amplo, uma vez que as políticas de proteção e conservação do meio ambiente abrangem a maioria dos setores e níveis administrativos de um país. Nos Estados Unidos, a Environmental Protection Agency ("EPA"), agência criada pelo governo federal para conduzir estudos, pesquisas e promover a educação ambiental, é responsável por manter e impor padrões ambientais no âmbito nacional, a partir de uma legislação federal robusta, desenvolvida e aprimorada em conjunto com a indústria, associações, governos estaduais, municipais, entre outros atores relevantes. A EPA presta assistência por setores ou tópicos e dispõe de uma ampla variedade de ferramentas e recursos para auxiliar as empresas em treinamento e no processo de certificação de operações, procedimentos e práticas. A agência dispõe, ainda, de serviço de apoio às pequenas empresas e às empresas em "desvantagem sócio-econômica" através do Office of Small and Disadvantage Business Utilization ("OSDBU"). Finalmente, para suprir eventuais lacunas não alcançadas pelos serviços prestados, a agência mantém parceria com institu-

ições e programas voluntários que merecem ser consultados.

No âmbito estadual deverá ser consultado o Texas Commission of Environmental Quality. Há, também, programas ambientais delegados aos condados e aos municípios. No condado de Harris, ao qual pertence a cidade de Houston, os programas ambientais são administrados pelo Harris County Public Health. Em Houston, as questões ambientais são tratadas pelo Houston Health Department.

8.4 Standards, Certificações e Adequação de Produtos/Serviços

Normalmente, empreendedores brasileiros buscam a expansão por meio de exportação de produtos e serviços

produzidos no Brasil, parcerias com empresas estabelecidas nos Estados Unidos, distribuição e representação.

Neste contexto, observar cuidadosamente as certificações, licenças, registros, regulamentações e "standards" são passos fundamentais para evitar atraso nos planos de implantação, custos não programados e até mesmo desistência do processo de internacionalização.

8.4.1 Certificações e adequações devem ser prioridade do Plano de Internacionalização.

Abaixo encontram-se as principais associações de classes que apoiam os processos de certificação e padronização de produtos e serviços:

AATCC	American Association of Textile Chemists and Colorists
AHRI	Air-Conditioning, Heating, and Refrigeration Institute
AIHA	American Industrial Hygiene Association
AMT	The Association For Manufacturing Technology
ANS	American Nuclear Society
AOCS	American Oil Chemists' Society
ASABE	American Society of Agricultural and Biological Engineers
ASC	American Standardization Council
ASHRAE	ASHRAE
ASME	American Society of Mechanical Engineers
ASTM	ASTM International
ATIS	The Alliance for Telecommunications Industry Solutions
AWC	American Wood Council
AWS	American Welding Society

AWWA	American Water Works Association
CEA	Consumer Electronics Association
CGA	Compressed Gas Association
CRRC	Cool Roof Rating Council
CSA	CSA Group
DirectTrust	DirectTrust
FM Approvals	FM Approvals LLC
Green Seal	Green Seal
GTESS	Georgia Institute of Technology Energy & Sustainability Services
HL7	Health Level Seven International
IAPMO	The International Association of Plumbing and Mechanical Officials
ICC	International Code Council
ICE	Institute for Credentialing Excellence
IES	Illuminating Engineering Society
IIAR	International Institute of Ammonia Refrigeration
IICRC	Institute of Inspection, Cleaning and Restoration Certification
ILTVA	International Light Transportation Vehicle Association
INCITS	InterNational Committee for Information Technology Standards
IPC	The Association Connecting Electronics Industries
ISA	International Society of Automation
ITSDF	Industrial Truck Standards Development Foundation
NEMA	National Electrical Manufacturers Association
NSF	NSF International
PGMA	Portable Generator Manufacturers' Association
PHTA	Pool & Hot Tub Alliance
PMI	Project Management Institute
SAE	Society of Automotive Engineers
SCTE	Society of Cable Telecommunications Engineers
SVIA	Specialty Vehicle Institute of America
TCIA	Tree Care Industry Association
The Cordage Institute	The Cordage Institute
TIA	Telecommunications Industry Association
UL	Underwriters Laboratories
X12	X12
XRSI	XR Safety Initiative

8.5 Financiamento

Linhas de financiamento corporativas são oferecidas por todos os bancos. Entre os principais mecanismos de financiamento estão os seguintes:

- Business line of credit: empréstimo de capital de giro para pagamento a curto prazo;

- Business term loan: financiamento de projetos para pagamento a longo prazo;

- Commercial real estate mortgages: financiamento de imóvel comercial;

- Business equipment finance: financiamento de equipamentos, em geral, para pagamento a longo prazo.

O governo americano oferece suporte especial às pequenas empresas por meio do U.S Small Business Administration que, entre outros serviços, auxilia os empresários na obtenção de financiamento em condições competitivas. As ferramentas disponibilizadas orientam desde a implementação até a expansão dos negócios, criação de empregos e busca de oportunidades, inclusive com o próprio governo. O programa funciona através de postos estaduais. No Texas há 71 escritórios nas mais diversas áreas de atendimento oferecidas pelo programa. Recomenda-se, antes de iniciar a procura de opções de financiamento consultar um dos escritórios para verificar os documentos existentes e aprimorar a apresentação da empresa e a probabilidade de

obtenção do crédito.

Os governos estaduais costumam associar-se com o setor privado na busca do crescimento econômico, seja para competir com outros estados, ou mesmo globalmente, seja para atrair negócios, aumentar e diversificar a atividade econômica ou incrementar a geração de empregos. Neste sentido, o estado do Texas oferece numerosos programas de financiamento e incentivos que incluem isenções fiscais, fundos e subsídios, que merecem ser consultados antes de se decidir por opções de financiamento oferecidas por instituições privadas.

8.6 Tributos federais, estaduais e municipais

Assim como no Brasil, os tributos a que uma empresa terá que sujeitar-se dependerão de vários fatores, entre eles, a natureza do negócio, a forma e o local de operação.

O Internal Revenue Service disponibiliza informações a respeito dos tributos federais para aqueles que estão empreendendo no país, de maneira clara e detalhada, alcançando desde pequenas empresas e corporações, até indivíduos e empresas estrangeiras estabelecidas no país e percorrendo, inclusive, sobre tratamentos de tributação e residência fiscal.

No Texas, o imposto de renda da pessoa jurídica é muito baixo em compara-

ção a outros estados, e pode cair a zero caso um valor mínimo de receita não seja alcançado. Não há imposto de renda para pessoa física no estado. O governo texano disponibiliza informações detalhadas a respeito dos tributos locais, em linguagem clara, na página online do Texas Comptroller of Public Accounts.

-No âmbito municipal, em Houston, os principais tributos são:

-Property Tax (equivalente ao IPTU no Brasil); e

-Sales and Use Tax (ou simplesmente Sales Tax), que é o imposto incidente sobre a maioria dos produtos e serviços, e que pode chegar à 8,25% do valor da operação.

O Texas Legislative Council preparou um artigo que descreve os tributos locais no Texas esclarecendo os aspectos básicos sobre a disciplina. Os impostos de Sales Tax e Property Tax de cada municipalidade são disponibilizadas para consulta pública pelo Texas Comptroller of Public Accounts.

8.7 Remessa de valores aos EUA e remessa de lucro para o Brasil

A remessa de valores por empresas e indivíduos residentes no Brasil a título de investimento no exterior, especialmente quando relacionada à somas vultuosas, costuma ser acompanhada de estratégias jurídicas e econômicas visando

a alcançar um resultado financeiramente mais eficiente, tanto para quem envia quanto para quem recebe tais valores. Não se trata de assunto trivial, uma vez que envolve o conhecimento aprofundado da legislação de diversos países e estados estrangeiros, assim como jurisdições com tributação favorecida e regimes fiscais privilegiados. Para as autoridades governamentais, há uma preocupação especial quanto às operações transnacionais que envolvem valores obtidos ilegalmente, mas escondidos em manobras econômicas para fazê-los parecer legais (lavagem de dinheiro). Neste sentido, há diversas instruções normativas emitidas pela Receita Federal do Brasil para disciplinar o pagamento de tributos sobre valores remetidos para o (ou recebidos do) exterior.

■ O processo de remessa de capital para os Estados Unidos não costuma ser complicado. Identificadas as fontes pagadoras(s), receptora(s), valores e destino do capital, o processo se resumirá a:

■ Operação de câmbio, a ser realizada por agentes autorizados para operar no mercado de câmbio, mediante a apresentação dos documentos solicitados de acordo com a natureza da operação. Além de considerar a taxa de câmbio, incidem sobre a operação o Imposto sobre Operações Financeiras ("IOF") e as tarifas eventualmente cobradas na operação;

Declaração de bens e valores possuídos no exterior, por pessoas físicas

e jurídicas, residentes, domiciliadas ou com sede no Brasil, por meio eletrônico, ao Banco Central do Brasil (Declaração CBE), quando se tratar de depósitos, empréstimos, financiamentos, inclusive financiamentos imobiliários, investimentos diretos, alguns tipos de exportação, participações em sociedades por cotas, bens e ativos adquiridos, exclusivamente, com rendas auferidas no exterior, entre outros. As declarações deverão ser realizadas anualmente quando o valor total do investimento for superior a US\$ 1 milhão e, trimestralmente, quando o valor total for superior a US\$ 100 milhões.

Todos os procedimentos relativos às operações realizadas em território americano são coordenados pela instituição financeira local e, em geral, não requerem informações ou documentos adicionais àqueles fornecidos para a realização da operação de câmbio.

O Tesouro Americano (The U.S. Department of Treasury), através do IRS (Internal Revenue Service) e do IRC (Internal Revenue Code) regula o tratamento tributário de valores e propriedades que entram e saem das empresas. Há diversas formas de capitalizar empresas (empréstimos, transferência de propriedades, contribuição em espécie, compra e venda de ações, etc) e, para cada escolha, haverá um tratamento tributário diferente. Recomenda-se, portanto, consultar um profissional especializado no assunto para orientar sobre a forma mais eficiente de realizar as transações.

No que diz respeito à remessa de lucro para o Brasil, ressalvadas as questões tributárias, esta não é precedida ou sucedida de operações junto ao Banco Central do Brasil.

8.8 Contratação de funcionários

De uma maneira geral, o Texas é conhecido como um estado favorável ao empregador, com regulamentação relativamente clara e objetiva a respeito da contratação de funcionários. Contudo, regras básicas e alguns padrões de contratação devem ser rigorosamente observados a fim de evitar abalo da credibilidade do empregador perante o mercado e o governo, além da incorrência em penalidades nos âmbitos federal e estadual.

O governo do Texas disponibiliza uma ferramenta online destinada aos empregadores que auxilia as empresas na rotina das contratações e operações e traduz em linguagem acessível os principais aspectos práticos das legislações trabalhistas nos âmbitos federal e estadual. Trata-se do Epecially for Texas Employer, ferramenta que destaca as principais leis que impactam a contratação, com foco especial nas normas contra discriminação, além de anúncios de empregos, descrição das posições, ofertas de emprego, formulários e documentos necessários e muitas outras informações relevantes durante o processo de contratação e no curso da relação de emprego.

8.8.1 Direitos e deveres

Respeitadas certas exceções estabelecidas em lei, o Texas adere ao salário mínimo estipulado pelo governo federal que, atualmente, é de US\$ 7,25 por hora. Empregados e empregadores podem negociar coletivamente um valor maior. Gorjetas, auxílio refeição e moradia podem ser incluídos no cálculo do salário mínimo, observadas certas restrições.

Os direitos e obrigações trabalhistas nos âmbitos estadual e federal variam, entre outros fatores, de acordo com a natureza do emprego e os perfis do empregador e do empregado. Além de orientar empregadores, a ferramenta *Especially for Texas Employer* pode, indiretamente, auxiliar empregados a compreender direitos e obrigações trabalhistas no estado do Texas.

Recomenda-se consultar, ainda, a página online do Texas Workforce Commission, cuja sessão dedicada a empregados esclarece pontual e objetivamente diversas questões relativas ao direito ao exercício de férias remuneradas, intervalos ou períodos de refeições remunerados, além de licenças médicas, datas de pagamento

de salários, deduções, treinamentos, entre outros aspectos. Através da ferramenta de busca da página online do Texas Workforce Commission é possível encontrar respostas e orientações mais específicas, não cobertas pelo *Especially for Texas Employer*, tal como o pagamento de horas extras e muito outros assuntos.

Ressalta-se que a busca de auxílio profissional especializado deve também ser considerada para melhor avaliar o perfil do empregador e a forma mais eficiente de contratação de mão-de-obra.

8.8.2 Mercado de trabalho e Vistos

É difícil contratar talentos do Brasil devido às restrições de vistos e de imigração para os EUA. A fim de explorar as poucas opções disponíveis, recomenda-se consulta a advogado especializado no tema.

As empresas brasileiras têm tradicionalmente dificuldade de recrutar trabalhadores locais devido à baixa taxa de desemprego nos EUA, o que limita o número de candidatos disponíveis, mas esse cenário foi alterado recentemente em virtude da pandemia de COVID-19.

8.8.3 Esforços no recrutamento e na retenção de funcionários

Os salários são, globalmente, mais elevados nos EUA, e é difícil recrutar ou reter trabalhadores, porque as empresas brasileiras não são tão conhecidas.

As empresas devem estar atentas às

diferenças culturais nos EUA, onde a maior importância é colocada na hierarquia corporativa e no trabalho independente.

A alta rotatividade da força de trabalho nos EUA é uma mudança cultural para as empresas brasileiras, onde os empregados podem permanecer em um emprego por décadas.

9.0 EXPANDINDO SEUS NEGÓCIOS PARA OS ESTADOS UNIDOS

Expandir os negócios é certamente algo vantajoso para um empreendimento. Trata-se de uma oportunidade de reduzir a dependência em relação ao mercado interno, aumentar a produtividade e a inovação, diversificar produtos e, conseqüentemente, obter mais lucro.

Vários empresários brasileiros possuem o desejo de internacionalizar seus negócios em solo americano. Além do potencial para desenvolver novos negócios, esses empreendedores apostam na sua garra, sabedoria, disposição para trabalhar e experiência no seu ramo de atuação. Entretanto, não basta chegar aos Estados Unidos e começar a desenvolver suas atividades. Para conquistar o mercado americano é necessário um planejamento robusto, investimento, trabalho intenso e, principalmente, capacidade de se destacar no mercado local.

Vale ressaltar que, apesar de ser o

maior mercado consumidor do mundo com um PIB superior a US\$ 21 trilhões ao ano, e de oferecer grandes oportunidades de negócios, os Estados Unidos também são um mercado altamente agressivo e competitivo. Por isso, é fundamental avaliar cautelosamente o mercado na área de atuação da empresa para que o empresário esteja bem preparado para enfrentar os desafios da internacionalização do seu negócio. É importante adaptar-se à nova realidade e ao novo cenário de negócios. A seguir, apresentamos alguns benefícios que a sua empresa pode ganhar com a internacionalização:

- Diminuição de risco pela diversificação de mercados;
- Economia de escala;
- Menor dependência do mercado interno;
- Aumento do valor da marca pela presença internacional;



- Acesso a fatores de produção mais baratos;
- Maior capacidade de atendimento e resposta à clientes globais;
- Diferenciação frente à concorrentes domésticos;
- Proximidade com seus consumidores finais;
- Aumento do volume de vendas.

9.1 Sugestões de estratégias para internacionalização

9.1.1 Estude o mercado internacional e sua empresa

O primeiro passo para uma internacionalização de sucesso é estudar o mercado. É importante entender quais são os principais costumes das pessoas, suas necessidades e, inclusive, os possíveis concorrentes da sua empresa.

É essencial entender também qual a situação atual da sua empresa, potencial de crescimento e viabilidade de adaptação de processos, produtos e serviços. Isso significa que o empreendedor precisa saber se a sua empresa consegue crescer e se expandir e qual a melhor forma de fazer isso, de acordo com a realidade e as necessidades atuais da organização.

9.1.2 Entenda a legislação do país de destino

É preciso conhecer as leis que tratam sobre a entrada de empresas internacionais no país, quais são os direitos e de-

veres desse tipo de organização e quais impostos e taxas podem ser exigidos.

9.1.3 Desenvolva uma estratégia e um plano de negócios

Para entrar em outro país, é preciso desenvolver uma estratégia clara e bem definida. Estabeleça planos de ação com metas a curto, médio e longo prazos, assim como um cronograma do processo. Além disso, o modelo de negócios vigente no Brasil precisa ser adaptado à nova realidade. Portanto, é importante criar uma nova estrutura para a empresa, voltada para o mercado internacional.

9.1.4 Prepare o produto para a internacionalização

Com a pesquisa realizada, sobre o mercado, pode ser que você perceba que o seu produto ou serviço precisa ser adaptado. Sabendo disso, prepare também o produto para a internacionalização. Faça as adaptações necessárias e possíveis e busque atingir um nicho ainda não explorado na localidade na qual deseja se inserir.

9.1.5 Crie novas estratégias para a empresa como um todo

Para garantir o sucesso da internacionalização, a sua empresa também precisa ser preparada como um todo para a nova fase, inclusive os colaboradores que irão permanecer em território nacional. Portanto, compartilhe o processo

com toda a equipe, explicando o porquê e os benefícios da internacionalização. Além disso, é interessante formar uma equipe para implantar e gerenciar o processo de internacionalização.

9.1.6. Elabore um planejamento financeiro específico

A internacionalização envolve investimentos específicos por parte da empresa. Portanto, é essencial elaborar um planejamento financeiro específico para o processo, de acordo com as necessidades da estratégia e a realidade da empresa.

9.1.7 Crie estratégias de marketing internacional

O marketing internacional é essencial para que você tenha sucesso no processo de expansão. Afinal, a empresa está se inserindo em um mercado totalmente novo e precisa desenvolver estratégias eficientes para garantir que a marca atinja o sucesso nesse ambiente.

9.1.8 Invista na Global Mobility

Global Mobility é um conceito novo que se refere à movimentação de pessoas pelo mundo. No contexto de internacionalização de empresas brasileiras, ele pode ser utilizado tanto na contratação de americanos quanto no envio de colaboradores nacionais para

os Estados Unidos.

Essa estratégia é uma ótima aliada do processo de internacionalização, uma vez que o cidadão americano pode trazer uma série de informações sobre o novo mercado, contribuindo para uma estratégia de internacionalização mais eficiente. Além disso, o profissional designado da empresa, quando presente fisicamente nos Estados Unidos, pode auxiliar nas adaptações necessárias e inserção do negócio no novo mercado.

A seguir, apresentamos algumas sugestões de estratégias que podem auxiliar o empreendedor no desenvolvimento do seu business plan.

9.1.9 O que se pode aprender com as experiências das empresas brasileiras que se instalaram nos Estados Unidos?

Ajustar-se ao ambiente de negócios no país
Customizar produtos de acordo com as preferências dos clientes norte-americanos
Apresentar o histórico da qualidade dos produtos brasileiros
Desenvolver uma presença online
Construir relacionamentos com stakeholders locais

9.1.10 Adaptar-se à cultura de negócios dos EUA

A maioria das empresas concorda que os EUA são o mercado mais competitivo do mundo, e o desafio da adaptação a essa cultura obriga as empresas a melhorarem sua produtividade e a competirem globalmente.

O conhecimento das diferenças culturais por região permite que as empresas bem-sucedidas adaptem as suas operações comerciais e de vendas, para serem as mais eficazes possíveis.

9.1.11 Diversificação pode criar valor, reduzir risco

As empresas que foram capazes de se adaptar rapidamente às necessidades e às preferências dos consumidores dos EUA foram bem-sucedidas, ao passo que as que foram lentas em sua adaptação tiveram dificuldades até efetuarem mudanças.

Algumas empresas aumentaram seus investimentos na diferenciação de seus produtos, para conquistar a preferência dos consumidores americanos, ao passo que outras preferiram a estratégia de diversificação geográfica, ou seja, instalarem-se em regiões em que o produto pode ser mais aceito pelo mercado local.

9.1.12 A distância pode afetar a competitividade negativamente

Empresas brasileiras de sucesso selecionam sua localização física nos EUA com base na proximidade de sua base de clientes. O tempo de frete e o custo de transporte são as principais razões pelas quais os produtos não são competitivos.

O frete marítimo de itens volumosos oriundos do Brasil demora, geralmente, 45 dias, o que leva as empresas a desenvolverem soluções criativas, como parcerias com clientes-chave para armazenar estoques em seus armazéns.

As empresas brasileiras que pretendem expandir-se nos Estados Unidos podem focar em estratégias de entrada no mercado externo de menor risco, como exportação, acordos de licenciamento e franquias, as quais exigem um menor grau de parceria do que alianças estratégicas, joint ventures e subsidiárias.

9.1.13 Distribuição Indireta

A venda de produtos por meio de distribuidor (terceiros/intermediários) pode ser uma alternativa interessante ao pular algumas etapas e custos iniciais, como a necessidade de contato com o cliente usuário/final, de infraestrutura, capital de giro, logística interna entre outros.

Escolher o canal de distribuição é tão importante para vender produtos quanto definir o preço corretamente ou desenvolver uma publicidade atraente e coerente.

Os canais de distribuição não apenas determinam onde os clientes podem encontrar seus produtos, mas também como eles vêem sua marca.

A seguir destacamos alguns aspectos positivos e pontos de atenção desta alternativa:

ASPECTOS POSITIVOS	PONTOS DE ATENÇÃO
Não é necessário conhecimento dos canais de distribuição e do mercado local, já dominado pelo distribuidor	Baixo conhecimento e interação com o cliente/ usuário final
Economizar com infraestrutura, estoque e logística	Promoção conjunta de produtos concorrentes pelo distribuidor
Distribuidor já conhece e domina os aspectos legais envolvidos	Seu produto pode não ser prioridade para o distribuidor

9.1.1.4 Terceirização da fabricação e parcerias

Ao optar por terceirizar a produção em países com mão de obra de custo "baixo," a decisão deve basear-se em análise aprofundada dos aspectos tributários, logísticos e dos acordos comerciais existentes.

Recentemente, temos observado tensões comerciais entre Estados Unidos e China, restrições de volume exportados do Brasil ao mercado americano e instabilidades políticas. Portanto, a decisão da terceirização deve levar em consideração estes pontos. Uma boa assessoria jurídica pode colaborar na elaboração de contratos de fabricação e na proteção à propriedade intelectual.

Alguns aspectos positivos e pontos de atenção desta alternativa:

ASPECTOS POSITIVOS	PONTOS DE ATENÇÃO
Melhor retorno sobre o investimento	Perda de controle sobre o processo
Economia de escala	Problemas com a qualidade
Maior tempo dedicado à inovação	Tempo de resposta
Concentração nas competências essenciais	Deficiência no desempenho
Riscos compartilhados	Risco de segurança dos dados
Possível redução nos custos	Comprometimento de sua marca
Possível simplificação no gerenciamento de projetos	

9.1.1.5 Joint Venture

Uma Joint Venture (JV) normalmente envolve duas ou mais empresas que reúnem seus recursos e know-how para atingir um objetivo específico. Os resultados e riscos são compartilhados. As razões por trás da formação de uma JV incluem a expansão dos negócios, desenvolvimento de novos produtos e entrada em novos mercados, especialmente no exterior.

Alguns aspectos positivos e pontos de atenção dessa alternativa:

ASPECTOS POSITIVOS	PONTOS DE ATENÇÃO
Une forças e experiências	Cultura e estilo de gestão distintos
Risco compartilhado	Metas e objetivos podem conflitar
Acesso a novos mercados e rede de distribuição	Desequilíbrio do nível de especialização
Fortalece relacionamentos de longo prazo	Capacidade de investimento e ativo trazido podem ser distinta
Colaboração para projetos de curto prazo	
Compartilhamento de recursos técnicos e humanos	

9.1.1.6 Representação Comercial

Esta modalidade pode ser considerada uma das mais bem avaliadas e apreciadas por empresários brasileiros em fases iniciais de estudo de mercado e planejamento para um passo mais concreto em relação à internacionalização.

Normalmente, este modelo é entendido como de menor investimento inicial por contar com equipe terceirizada já estabelecida na região de interesse, renumeração variável com base no desenvolvimento de mercado e performance. No entanto, essa alternativa pode apresentar desafios adicionais em relação à compreensão do mercado local, necessidade dos clientes, adequação de produtos e políticas comercial.

Alguns aspectos positivos e pontos de atenção dessa alternativa:

ASPECTOS POSITIVOS	PONTOS DE ATENÇÃO
Foco no cliente	Perda de controle sobre o processo
Simplifica a relação de trabalho e o treinamento	Representante atende outras empresas simultaneamente
Custo menor em relação à equipe própria	Tempo de resposta pode ser mais lenta
Remuneração por resultados ou comissão	Deficiência no desempenho
	Representante não conhece profundamente o seu produto

9.2 Plano de Negócios e Plano de Ações

Dados o pragmatismo e a objetividade normalmente observados na cultura empresarial americana, vale ressaltar a importância da elaboração de um Plano de Negócios consistente para suportar a estratégia de internacionalização.

A seguir descrevem-se alguns itens a serem observados, bem como sugestões para um Plano de Negócios:

1) DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Principais fatores demográficos, econômicos, sociais e culturais

Principais concorrentes

Tendências da Indústria

Regulamentos Governamentais

2) O MERCADO

Segmento de Mercado

Produtos e Serviços

Preços e distribuição

Tendências de mercado

Implicações ou fatores de risco

3) A COMPETIÇÃO

Concorrentes e tipo de competição

Pontos fortes e fracos dos concorrentes

Vantagem competitiva

4) PLANO DE VENDAS E MARKETING

Clientes

Fornecedores

Publicidade e promoção

Preços e distribuição

Política de atendimento ao cliente

5) PLANO OPERACIONAL

Localização da empresa e requisitos / vantagens / detalhes do aluguel

Equipamento / tecnologia / P&D / aspectos ambientais

6) PLANO DE RECURSOS HUMANOS

Funcionários-chave

Políticas e procedimentos

7) PLANO DE AÇÃO

Plano de ação e cronograma

8) SUMÁRIO EXECUTIVO

Uma breve descrição do projeto, o financiamento necessário, e informações adicionais que ajudam a explicar o plano de negócios

ANEXOS: PLANO FINANCEIRO

Desempenho financeiro da empresa histórico e projetado

Inclui custos de vendas de mercadorias vendidas, despesas, demonstração de resultados, balanço, fluxo de caixa, orçamento, requisitos financeiros, indicadores de desempenho.

Alguns passos para criar um Plano de Ação

- 1) Saber onde quer chegar
- 2) Criar metas mensuráveis
- 3) Listar tarefas que precisam ser alcançadas
- 4) Dividir tarefas complexas em menores para fácil gerenciamento
- 5) Definir prazos
- 6) Criar representação visual do Plano de Ação
- 7) Acompanhar as ações regularmente

10 ESTUDOS DE CASO

A seguir, trazemos quatro estudos de caso que relatam experiências vividas por empreendedores brasileiros durante o processo de internacionalização no Texas. As empresas Oxiteno, PhDsoft, Grupo N&A (Nascimento & Associados) e Technofink já passaram por esse processo e solidificaram suas atividades no mercado americano. Os textos a seguir redigidos ou relatados pelos próprios CEOs ou diretores dessas empresas, apresentam situações organizacionais que abrangem

desde adversidades inesperadas até mudanças de estratégias comerciais. Distribuídos entre empresas de produtos, serviços e tecnologia, os cases ilustram a importância de se planejar e preparar para a internacionalização.

10.1 Oxiteno, química do Brasil nos EUA

Texto elaborado pela Oxiteno com

base em relatos dos diretores Alberto Slikta e João Parolin

Contato:

Fone: +55 11 3177-6511

site: www.oxiteno.com

A Oxiteno é uma multinacional química brasileira fundada em 1974, em São Paulo. Líder na produção de tensoativos e especialidades químicas nas Américas, a empresa possui 11 unidades industriais no Brasil, Estados Unidos, México e Uruguai, cinco centros de pesquisa & desenvolvimento e oito escritórios comerciais nas Américas, Europa e Ásia.

O portfólio de soluções da Oxiteno atende aos mercados de Crop Solutions, Home Care and I&I, Personal Care, Coatings, Oil & Gas, Industrial Applications, Functional Fluids e Nutrition & Health. A empresa antecipa tendências e desenvolve formas sustentáveis de atuar, colocando a química a serviço de uma evolução responsável, que equilibra crescimento econômico, proteção ambiental e as necessidades das pessoas.

Em busca de oportunidades para expandir sua atuação a Oxiteno vem ampliando sua presença nos Estados Unidos. Iniciando com um primeiro escritório comercial em 2007, a empresa fez, e seguida, diversos investimentos para consolidar sua posição no país. Essa

estratégia levou à implantação de um laboratório de Pesquisa & Desenvolvimento em Hattiesburg, MS, um novo escritório comercial em Houston, TX, e, sobretudo modernas instalações industriais em Pasadena, TX.

A unidade de Pasadena, inaugurada em fins de 2018, representa um dos maiores investimentos da história da companhia (US\$ 200 milhões) e reflete o padrão Oxiteno de tecnologia de primeira linha, inovação, segurança e desempenho ambiental. Essa unidade industrial tem capacidade de 170 mil toneladas/ano. Sua localização estratégica permite acesso fácil às principais matérias-primas, recursos logísticos, mão-de-obra especializada e parcerias comerciais.

“Atuar no principal mercado químico do mundo é extremamente desafiador, especialmente para uma companhia estrangeira. O mercado norte-americano é altamente competitivo, exigente e muito profissional. Compreender este dinamismo e se adaptar rapidamente às características locais, seja na legislação, na especificação de produtos ou na forma de fazer negócios, é determinante para o sucesso de qualquer empreendimento. Há muitos desafios a vencer, mas também um ambiente atrativo para as empresas, em especial no Texas, onde encontramos toda a estrutura de apoio necessária à nossa atividade. Hoje, a marca Oxiteno já é reconhecida pela flexibilidade comercial, eficiência opera-

cional e qualidade de seus produtos”, diz João Parolin, CEO da Oxiteno.

Um dos maiores desafios desse processo foi a construção da equipe, formada por profissionais qualificados e capazes de integrar as culturas Oxiteno e Norte Americana. “Uma filial não pode ser uma ilha isolada da cultura e da infraestrutura de apoio da matriz, mas também não pode ser uma bolha de expatriados brasileiros nos USA: a chave é conseguir integrar e alavancar as duas culturas”, ressalta Alberto Slikta, COO da Oxiteno USA. “Outrossim, a equipe de uma filial estrangeira, de porte muito menor que a matriz, precisa ser formada por profissionais que entendam o que significa trabalhar em uma multinacional, com seus processos estabelecidos e exigências de compliance, mas que ao mesmo tempo tenham o espírito hands-on, pois a infraestrutura local é limitada”, complementa Slikta.

A implantação da companhia nos EUA contou com o apoio do Governo brasileiro, como a Embaixada em Washington, DC, o Consulado-Geral em Houston, TX, e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Este suporte, somado à receptividade do Governo norte-americano e do Estado do Texas aos investidores estrangeiros, tornou o processo mais fácil, assertivo e ágil. São fatores que formam um ecossistema favorável para as empresas brasileiras se estabelecerem e expandirem seus

negócios nos Estados Unidos.



10.2 PhDsoft, engenharia e tecnologia

Texto redigido por Rosana Ellis, COO da PhDSoft Technology

Contato:

www.phdsoft.com

Mobile +1-314-397-4682

PhDsoft é uma empresa de engenharia & tecnologia criadora do C4D®, um software de visualização em 4-Dimension que oferece transformação digital do processo de inspeção, manutenção e avaliação de risco combinando Digital Twin e IoT, aprendizado de máquina e IA (Inteligência Artificial). A empresa começou no Rio de Janeiro, em 2000, e cresceu muito rapidamente, conquistando contratos com a Transpetro, Petrobras, Subsea7 e Vale, entre outras empresas do setor de petróleo e gás no Brasil.

Em 2014, a gestão da PhDsoft decidiu expandir a empresa internacionalmente. Foram pesquisadas várias cidades para estabelecer o escritório da empresa, que afinal decidiu ser Houston a melhor opção, por possuir uma das maiores concentrações de empresas de energia, dois aeroportos internacionais, estrutura tributária favorável, grande número de consulados, várias universidades com foco em negócios, além de profissionais qualificados. Muitos eventos de negócios acontecem em Houston, e também há apoio político e econômico

para negócios. Entre as vantagens de se tornar uma empresa no Texas estão ainda os vários recursos estaduais e nacionais disponíveis, tais como SBA, SBDC, US trade commerce, etc.

“Em 2015 incorporamos a PhDsoft Technology Inc. como uma C-Corporation. Qualquer empresa que deseje estabelecer negócios nos EUA deve consultar um contador para entender qual melhor estrutura de negócios se encaixa em sua estratégia de negócios. Incorporar negócios nos EUA é bastante simples e barato. Um dos nossos primeiros passos foi nos tornar membros de uma aceleradora, a “Houston Technology Center,” que, desde então, fundiu-se com o “Houston Exponential.”

A maioria das incubadoras e aceleradoras (depende do tamanho da empresa e das metas) oferece vários serviços tais como: mentores, informações sobre investimentos, assistência para fortalecer seu argumento de venda e modelo de negócios, etc. Todavia, as oportunidades de apresentar sua empresa a clientes potenciais e eventos de networking são fundamentais para a integração da nova empresa no cenário empresarial de Houston. Frequentemente, as empresas patrocinadoras destas organizações são potenciais clientes.

Muitas oportunidades nasceram na PhDsoft Technology Houston, como por exemplo: “adquirimos negócios significativos com grandes empresas como a

Shell, assinamos um acordo de licença com um dos maiores grupos do Oriente Médio, o Kanoo Group, para representar nossa tecnologia na região. PhDsoft Technology em Houston também abriu muitas portas e alavancou a empresa para um crescimento mundial: participamos e ganhamos prêmios na China e abrimos parceiros em Cingapura e Malásia. A PhDsoft também está expandindo na Europa com projetos na Espanha e Portugal e atualmente estamos desenvolvendo o mercado italiano.”

A PhDsoft também investe em participações em conferências e eventos internacionais como OTC (Houston, TX), Hannover Messe (Hannover, Alemanha), Offshore Europe (Aberdeen, Escócia), Eurostruct (Padova, Itália) e também em conferência em infraestrutura na China em Xangai (através de representantes). Esses eventos impulsionaram os negócios globalmente.

Outro ponto importante é ter sua mensagem (pitch do elevador) clara e concisa. A empresa precisa desenvolver uma boa apresentação, abordando todos os pontos que são importantes para o cliente e ter todo material em inglês escrito profissionalmente. Os americanos são diretos e profissionais, as reuniões acontecem na hora determinada sem prorrogação e vão direto ao ponto.

“Quando estiver na América, faça

negócios como os americanos.”

Abaixo um pouco mais de informação sobre os produtos e serviços da PhDsoft Technology:

C4D® automatiza inspeções humanas importando dados de inspeções, além de IoT de dados de sensores, robôs e drones, em gêmeo digital preditivo a fim de incorporar a condição atual real de um ativo a ser visualizado no modelo 3D (Digital Twin), avaliar riscos e prescrever reparos.

C4D® concentra-se em estruturas, tubulações, equipamentos estáticos, onshore e offshore, como turbinas eólicas, pontes, túneis, guindastes, plataformas de petróleo, embarcações, entre outros ativos complexos.

C4D® fornece uma consciência cristalina do processo de envelhecimento e riscos associados ao longo do tempo, reduzindo os custos de manutenção e minimizando os riscos e o tempo de inatividade não planejado, ao mesmo tempo que dá suporte à continuidade dos negócios.

C4D® já foi adotado por empresas globais como Shell, Petrobras, Modec e Port of Houston, entre outras. PhDsoft criou gêmeos digitais e monitorou a integridade estrutural de mais de 100 grandes ativos nos últimos 20 anos.

10.3 Grupo N&A - Nascimento & Associados

Texto elaborado por Leandro Meleiro, VP of Operations da N&A Engineering Solutions.

Contato:

Fone: +1 (361) 563-0293

Email: lmeleiro@nausacorp.com

O Grupo N&A foi fundado em 1995 em Salvador, Bahia. A N&A atua no ramo de engenharia e gestão de projetos multidisciplinares, tendo realizado projetos em diversos segmentos:

- Petróleo e Gás
- Petroquímica e Química
- Indústria em geral
- Energia
- Comercial

Empresa especializada em gestão de implantação de empreendimentos, a N&A atuou desde então em praticamente todos os estados do Brasil, em diversos segmentos como indústria, energia, saúde e edificações comerciais (shopping centers e supermercados). Nossa linha de trabalho sempre foi atuar com diversificação nos segmentos de negócio e geografia, porém com foco na gestão da implantação de empreendimentos. Para os Estados

Unidos, a estratégia inicial de trabalho foi um pouco diferente, e vem sendo ajustada ao longo destes seis anos de experiência.

INTERNACIONALIZAÇÃO

A partir de 2011, tivemos as primeiras experiências internacionais, com projetos na Guiné, Moçambique e Congo. Posteriormente, avançou sua estratégia de internacionalização, tendo atuado também no México, Estados Unidos e China. Em 2014, fomos convidados por um grupo italiano, antigo cliente da N&A no Brasil, a participar da implantação de uma planta de PET e PTA em Corpus Christi, no Texas. Em março de 2015, após alguns meses trabalhando neste projeto a partir do Brasil e da China, foi fundada a N&A Project Management USA naquela cidade texana.

Motivado por alguns de nossos clientes que possuem presença tanto no Brasil como nos EUA (Dow Chemical, Shell, M&G, ConocoPhillips, ADM, entre outros), a diretoria da N&A decidiu por uma presença permanente no continente norte-americano. Além disso, em nossa visão estratégica, a internacionalização possui efeito positivo quando passamos por crises econômicas pontuais, o que tem acontecido de forma mais frequente nas últimas décadas.

Algumas adaptações que fizemos para a empresa nos Estados Unidos, e aprendizados destes 6 anos atuando nos

Estados Unidos:

1. Para começar, FOCO.

Decidimos focar inicialmente apenas em um segmento, o industrial, em vez de atuar em diversos segmentos como no Brasil. Percebemos que o mercado americano valoriza a especialização. Apenas recentemente começamos a atuar também no segmento de energias renováveis nos Estados Unidos, com um primeiro projeto de parque solar.

2. Qual o seu diferencial?

O grande diferencial do Grupo N&A é o tripé COMPROMISSO - ÉTICA - QUALIDADE (CEQ). Buscamos entender o cliente na sua cadeia de valor desde o planejamento estratégico até o nível de operação de chão de fábrica. Com isto, atuamos com o cliente desde a colaboração na fase do planejamento de desenvolvimento e execução de novos projetos industriais como na gestão de portfólios de oportunidades novas e de melhorias operacionais de fábrica.

Falando especificamente sobre os Estados Unidos, tivemos a sorte de começar neste país já participando de um projeto. Mas é natural ouvir, em apresentações comerciais, perguntas como: "existem várias empresas similares nos Estados Unidos. Por que contratar uma do Brasil?". A barreira inicial pode ser grande. É importante pensar bem na estratégia de vendas, em qual será o seu diferen-

cial (preço, experiência internacional, tecnologia, etc), pensar no material em inglês (catálogos, material promocional, etc). Hoje um dos nossos diferenciais é agregar em nossos projetos profissionais experientes dos Estados Unidos e do Brasil, e conseguir com esta combinação entregar soluções confiáveis e com bom custo-benefício.

3. Aliança com parceiros locais.

Especialmente no início da comercialização, é importante ter o apoio de parceiros locais, seja trazendo funcionários para sua empresa, seja por acordos comerciais com terceiros. Em 2017, chegamos a ficar algumas semanas sem qualquer projeto nos Estados Unidos. Naquele momento, empresas com as quais trabalhamos juntos em projetos anteriores nos ajudaram com idéias e nos convidaram para participar com eles em novos projetos. A presença de profissionais locais com bom networking pode fazer toda a diferença entre ser ou não recebido em um cliente desconhecido para uma apresentação comercial, especialmente quando sua empresa vem de outro país. E, em geral, é valorizado pelos clientes ver que a empresa contrata recursos de sua região.

O tripé CEQ (Compromisso - Ética - Qualidade) sempre foi muito reconhecido tanto por nossos clientes finais, quanto por nossos parceiros e prestadores de serviço, desde o nosso primeiro projeto nos Estados Unidos, uma Planta de PET/

PTA, o que em muitos momentos nos levou à ampliação de nossa atuação nos projetos e à formação de parcerias com empresas de grande porte locais.

NOSSA EXPERIÊNCIA E DESAFIO PARA ABERTURA DA EMPRESA NOS EUA

Em 2014, fomos convidados por um de nossos clientes para participar da implantação de um mega projeto (aproximadamente USD2 bilhões em investimento) na área petroquímica na cidade de Corpus Christi, no Texas. Neste momento iniciamos nossas pesquisas para abertura da empresa nos EUA.

Apesar de ser um processo muito menos burocrático com relação à abertura de empresa no Brasil por exemplo, é muito importante analisar diversos aspectos em conjunto que influenciam na decisão de qual o tipo de empresa abrir nos EUA, são eles:

- Estratégia de obtenção de visto permanente;
- Impostos;
- Tipo de negócio.

No caso específico da N&A, como possuímos dez sócios, optou-se por abrir uma empresa nos EUA com a mesma composição acionária do Brasil, a fim de conseguirmos aplicar para visto de trabalho (tipo L1) de transferência de executivos. Este é um dos requisitos básicos para obtenção deste tipo de visto, e desta for-

ma conseguimos enviar nosso primeiro executivo para os EUA. Trata-se de um processo bastante complexo e burocrático, onde a escolha do executivo deve ser analisada com bastante critério. O segundo passo é a decisão de qual o tipo de empresa iremos abrir (LLC, Corporation, etc..). Para esse quesito, decidimos contratar uma empresa de advocacia local em Houston com experiência na área. O processo de abertura de nossa empresa durou apenas dois dias, e, ao final, já tínhamos nossa empresa aberta e pronta para operação. Em nossa visão é importante que os dois processos iniciais (abertura da empresa nos Estados Unidos e tipo de visto a ser utilizado) sejam tratados/planejados de forma integrada.

No momento de escolha da empresa de contabilidade, entrevistamos duas empresas, sendo uma de grande porte e uma outra empresa menor. A diferença de preço naquele momento era bastante significativa, e decidimos iniciar com a empresa menor. Esta questão de impostos nos EUA é bastante séria e possui diversas particularidades, que devem ser levadas em consideração com bastante zelo. Não tivemos uma boa experiência com esta primeira empresa de contabilidade por ser pequena e familiar, situada em outra cidade (o que dificultava o contato), com pouco conhecimento do nosso tipo de negócio. Tivemos dificuldades para alinhar a nossa parte de impostos e decidimos trocar a empresa de contabilidade por um escritório mais especializado e de maior porte, localizado na mesma ci-

dade da sede da N&A, o que facilitou muito a comunicação. O fato da nova empresa possuir boa experiência em nosso ramo de negócios facilita o nosso dia a dia.

Outro ponto bastante importante, que já citamos acima, diz respeito à obtenção de visto. Esta é uma questão bastante complexa e que requer grande atenção e dedicação. É um processo longo e burocrático, com exigência de grande quantidade de documentos e traduções. Optamos, num momento inicial, por um grande escritório de imigração em Houston, e conseguimos o primeiro visto, com alguns percalços. Para os demais vistos, renovações e o green card, optamos por um escritório de porte um pouco menor, mas com um atendimento mais personalizado e atencioso, e até hoje continuamos com este escritório para o auxílio de nossos trabalhos.

Um grande desafio que as empresas que vêm para os EUA buscar negócios, em meu ponto de vista, é a adaptação à cultura de negócio local. Em nosso ramo de atividades, por exemplo, a forma de negociação de contratos, bem como a burocracia para envio de propostas e etc, que temos experiência no Brasil, muitas vezes não são bem aceitas nos EUA. Minha impressão é que os negócios por aqui são fechados de forma muito mais simplista e baseados no relacionamento interpessoal e confiança mútua.

Sentimos a necessidade de inserir em nossa "gerência" pessoas locais, com relacionamento local, o que facilitou bastante o crescimento de nossos negócios. A própria barreira da língua pode ser quebrada inserindo pessoas locais.

Os desafios de uma empresa continuam quando do relacionamento com os clientes. Tivemos uma experiência com um cliente que atrasou bastante os pagamentos, e precisamos de ajuda jurídica. Neste momento, mais uma vez é muito importante um apoio local, que facilita, e muito, o entendimento do processo jurídico, que neste caso é muito diferente do que temos no Brasil. Sobre esta parte jurídica, nossa visão é que os processos nos EUA se resolvem de forma mais rápida do que no Brasil.

TECHNOFINK

Texto redigido por Thomas Fink, CEO da Technofink

Contato: thomasf@technofink.com

Tudo começou em 2006 com meu planejamento familiar. Decidimos tentar conciliar a expansão dos negócios da empresa brasileira para os Estados Unidos com o tempo certo dos meus filhos irem para a faculdade. A partir de então, existiu um planejamento para esta expansão, visando a internacionalização da empresa. Este planejamento envolveu

vários testes de mercado, visando identificar quais eram os produtos atrativos no mercado de petróleo e gás americano, e suas vantagens competitivas frente aos concorrentes. Já havia um apelo natural para a escolha do Texas como sendo a sede da empresa, e o planejamento confirmou que o Texas apresenta inúmeras vantagens importantes frente a outros estados americanos, como: custo de vida baixo, segurança jurídica, qualidade da mão de obra, mercado sólido e estável, além de grandes oportunidades de crescimento. Decisão acertada! Em 2021, o Texas se destaca por atrair os maiores investimentos de empresas nos Estados Unidos em diversos setores.

Dica: considero que este planejamento deva ser feito em detalhes, levando em consideração os fatores pessoais, empresariais e estratégicos, sendo o primeiro passo para você que tem como objetivo expandir suas operações.

Deu certo! Em 2013, iniciamos as tratativas no Texas para estabelecer a empresa em Houston, e inauguramos em meados de 2015. Foi um processo prazeroso, escolher a melhor localização para o negócio, trazer a família para definir onde morar, analisar escolas e faculdades, conhecer a comunidade brasileira em Houston, etc.

Foram vários os desafios. Identificar os clientes certos, iniciar as parcerias, participar das feiras, eventos e seminários do setor, recrutamento e

contratação de pessoal, entre outros. Neste momento, foi de grande valia a assistência do Consulado Brasileiro em Houston.

Lição aprendida: não confie de olhos fechados no seu planejamento. Por mais que tenha feito o “dever de casa”, fique sempre atento aos sinais de mudança de direção e adaptação fundamentais para o sucesso em um novo país. No nosso negócio, por exemplo, identificamos que os prestadores de serviços seriam nossos maiores clientes, e que não poderíamos prestar serviços para evitar concorrer com nossos clientes. Montamos uma estratégia de parceria com os maiores prestadores de serviços dos Estados Unidos que parecia estar dando muito certo. Porém, não percebemos de início que não havia um comprometimento dos prestadores de serviços para com nossos produtos. Na maioria das vezes, eles utilizavam os produtos já de costume, confiança e de relacionamento, lembrando das nossas tecnologias somente nos momentos mais críticos. Depois de sofrer bastante tentando enfrentar este desafio, decidimos comprar uma empresa de prestação de serviços onde teríamos o foco em não apenas prestar serviços com as tecnologias já existentes nos Estados Unidos, mas também como diferencial incluímos nossas próprias tecnologias no portfólio da empresa. Este realinhamento foi decisivo para uma nova etapa de sucesso na estratégia de internacionalização.

Se você que está lendo deseja expandir os seus negócios, pergunte-se qual o diferencial que sua empresa possui e de que forma este diferencial é atrativo para o mercado internacional. Caso você identifique que seu negócio possui esta característica, então recomendo sua expansão internacional via Texas. Meu único arrependimento no momento de ter expandido meus negócios para o Texas, é de não tê-lo feito antes!

Estou à disposição para falar sobre minha experiência de internacionalização, e ajudar no que for possível.

Desejo sucesso!



11 OUTRAS EMPRESAS BRASILEIRAS NO TEXAS

Braskem

Braskem é a maior empresa petroquímica da América Latina e ocupa posição de destaque mundial em razão da produção de resina. No Texas, a empresa possui plantas ao longo da Costa do Golfo, em La Porte, Freeport e Seadrift, e tem investido em projetos na extensão do Houston Ship Channel.

Petrobras

A Petrobras America Inc. (“PAI”) está engajada na comercialização e marketing, exploração e produção de petróleo e

gás no Texas. Recentemente, a PAI anunciou a formação de uma Joint Venture com a empresa Murphy Exploration & Production com o objetivo de produzir ativos de petróleo e gás no Golfo do México, através da contribuição de ambas as empresas com os seus respectivos ativos, respeitadas determinadas participações nas operações.

Tramontina

A Tramontina USA atua na concepção, manufatura e fornecimento de painéis de alumínio anti-aderentes e utensílios

domésticos para o varejo e consumidores americanos. A empresa está sediada em Sugar Land, Texas, onde ocupa uma área de mais de 130 mil metros quadrados e é responsável pela geração de um número expressivo de empregos diretos e indiretos.

Para saber mais:

Braskem: <http://www.braskem.com.br/usa/delta-about>

Petrobras: <http://www.petrobras.com/en/countries/u-s-a/u-s-a.htm>

Tramontina: <https://www.tramontina-usa.com/>

12 MAPA DE OPORTUNIDADES DE MERCADO E COMERCIAIS NO TEXAS

12.1 AUSTIN

Austin é o hub para empresas de tecnologia no Texas. Com mais de duas mil empresas de tecnologia e startups, a cidade é o coração pulsante do cenário tecnológico do estado. Grandes empresas como Dell, IBM, Google e Apple já estão operando na cidade há algum tempo. Em Austin, além do estilo de vida moderno, o crescimento de emprego na área de TI é o indicador que mais tem atraído não somente os trabalhadores mas também várias empresas do setor.

12.2 DALLAS

A área de Dallas-Fort Worth tem sido um epicentro de negócios há anos. Com mais de 100.000 empresas e sediando grandes empreendimentos globais como Exxon Mobil, AT&T, Southwest Airlines, American Airlines e McKesson, Dallas também abriga empresas de tecnologia e startups que criam tecnologias e soluções inovadoras. Com o custo de vida um pouco menor do que a média nacional (1,1% menor), custos imobiliários relativamente menores e alta taxa de criação de empregos, empresas e profissionais de TI de todas as idades estão indo para Dallas. Nos últimos 12 meses, as empresas com sede em Dallas registraram quase

134.000 empregos de tecnologia, sendo esperado que o número de empregos em TI cresça 10% nos próximos 5 anos. Os dois profissionais mais procurados em Dallas hoje são engenheiros de desenvolvimento de software e analistas desenvolvedores de Java. Profissionais de TI ganham um salário médio de \$93.058 anuais na cidade.

12.3 HOUSTON

Houston é um dos 30 maiores ecossistemas tecnológicos do mundo, de acordo com o relatório de 2018 da Startup Genoma. A cidade já abriga grandes empresas do setor de saúde e energia, e recentemente um cenário de ascensão de startup também começa a surgir. São hoje quase 3.000 startups instaladas na cidade. Estudo recente da HexGn informou que, em 2018, todo o ecossistema recebeu investimentos totais de cerca de um bilhão de dólares. De acordo com a Prefeitura de Houston, as cinco indústrias com maior impacto na economia da cidade são: i) exploração de petróleo e gás; ii) refino básico de petróleo; iii) produção petroquímica; iv) pesquisa médica e prestação de cuidados de saúde e; iv) alta tecnologia (computador, aeroespacial e ambiental). Além disso, pequenas empresas em Houston estão tendo enorme sucesso em inteligência artificial, Big Data e Analytics. Dois notáveis exemplos nessas áreas são a Arundo Analytics, uma startup focada em industrialização que levantou US\$ 25 milhões em 2018, e a Zdaly, uma plataforma de Big Data que arrecadou US\$ 1,5 milhão no mesmo ano.

12.4 SAN ANTONIO

San Antonio pode não ser tão movimentado como Austin, Dallas ou Houston, mas a cidade está definitivamente em ascensão, fazendo progressos no que diz respeito a atração de jovens, lançamento de iniciativas educacionais e construção de moradias no centro da cidade. Esses fatores tem contribuído para aumentar a força de trabalho tecnológica da cidade, que é hoje pouco mais de 30.000 pessoas (número ainda pequeno se comparado aos 72.000 em TI de Austin, mais de 95.000 em Houston e mais de 169.000 em Dallas-Fort Worth). Port San Antonio, uma antiga Base da Força Aérea convertida em parque tecnológico, também está contribuindo

do para atrair mais empresas de TI para a cidade, que vem recebendo ainda grande número de companhias no segmento de serviços financeiros e seguros.

PROGRAMAS GOVERNAMENTAIS
Texas Association Of Governmental Information Technology Members https://www.tagitm.org/
Incentive Programs - Office Of Texas Governor https://gov.texas.gov/business/page/incentives
Texas Innovation Alliance https://www.txinnovationalliance.org/
Texas Department of Information Technology https://dir.texas.gov/View-About-DIR/Pages/Content.aspx?id=42
North Texas Innovation Alliance Consortium https://www.ntxia.org/aboutntxia
Texas Technology Consortium https://www.textc.org/

13 CIÊNCIAS E TECNOLOGIA

A região de Houston abriga mais de 8.200 empresas relacionadas à tecnologia, incluindo mais de 500 startups apoiadas por capital de risco. A organização sem fins lucrativos Houston Exponential (HX) foi formada em 2017 para ajudar a aumentar o ecossistema de startups digitais da cidade.

As empresas de Houston receberam mais de US\$ 1,9 bilhão em financiamento de capital de risco em 522 negócios desde 2014, de acordo com o banco de dados de financiamento PitchBook. Quase metade do financiamento foi direcionado para empresas de ciências biológicas e tecnologias relacionadas à saúde, um setor emergente no ecossistema de inovação da cidade. Por meio de seu HX Venture Fund of

Funds de US\$ 25 milhões, a organização HX planeja fazer investimentos que promoverão a inovação digital em Houston e fortalecerão o setor de tecnologia da região.

Uma forte rede de mais de 30 incubadoras, aceleradoras, makerpaces e espaços de coworking tem ajudado a fortalecer o ecossistema nos últimos anos. Esses centros de inovação criaram ímpeto e uma massa crítica de suporte para mais startups.

13.1 Corredor de Inovação

O corredor de inovação de Houston está no centro de uma convergência social e econômica extraordinariamente poderosa. O corredor de 6,5 km de extensão é conectado por transporte público, ciclovias e calçadas, e oferece fácil acesso aos principais atores institucionais e da indústria, juntamente com uma gama incomparável de comodidades.

Ancorado ao sul pelo maior complexo médico do mundo, o Texas Medical Center, junto com universidades de primeira linha, o Corridor corre para o norte ao longo da linha de metrô de superfície de Houston através do Hermann Park e Museum District. Continua, passando pelo bairro eclético de Montrose e por

Midtown, local de uma mistura amigável de opções de hospedagem, restaurantes e recreação. O Corredor atinge seu limite norte no Centro, ponto de encontro de sedes corporativas de empresas, instituições financeiras e de serviços profissionais e de uma ampla variedade de instalações culturais e recreativas.

Em 2019, a Rice University inaugurou o South Main Innovation District, no centro do Corredor em Midtown Houston. Um espaço âncora de coworking e colaboração, The Ion, foi criado em 2020 para servir como o hub central do distrito. O projeto de 270.000 pés quadrados reunirá empresários, empresas e instituições acadêmicas para colaborar sob o mesmo teto.

Alguns dados do The Ion:

\$544 Milhões Venture Capital Funding in '19
8,200 Empresas relacionadas a tecnologia
223,000 Profissionais no setor de tecnologia
\$1.6 Bilhões Impacto na Economia
30+ Incubadoras, Aceleradoras, Makerspaces e Coworking Space

13.2 Parques Tecnológicos, Incubadoras e Ambientes de Inovação

13.2.1 Silicon Hill

Silicon Hills é o topônimo que designa o aglomerado de empresas de alta tecnologia na área metropolitana de Austin. Por analogia ao Silicon Valey (“Vale do Silício”), nas cercanias de São Francisco, as Silicon Hills (“Colinas do Silício”) referem-se ao terreno montanhoso, no lado oeste de Austin, no qual se concentram hoje as indústrias de alta tecnologia locais, incluindo as de software e P&D corporativo, semicondutores, biotecnologia, indústria de videogame e uma variedade de startups.

As empresas de tecnologia com escritórios na área abarcam, entre outras:

• Advanced Micro Devices • Amazon.com • Apple Inc. • ARM Holdings • Cisco • eBay • De fato • Dell • ESO • Facebook • Google • IBM • Intel • Oracle Corporation • PayPal • Procore • Silicon Labs • Texas Instruments • VMware

13.2.2 North Texas's Silicon Prairie

Da mesma forma, a North Texas's Silicon Prairie (“Pradarias do Silício”) referem-se aos subúrbios do norte de Dallas-Fort Worth onde se concentram indústrias de semicondutores, telecomunicações e outras empresas relacionadas à tecnologia da informação. O

“Corredor de Telecomunicações” criado na região, na cidade de Richardson, nos anos 1960, com o estabelecimento da empresa Texas Instruments e da Universidade do Texas em Dallas, é considerado o local de nascimento do North Texas's Silicon Prairie.

Há, ainda, no local grande número de empresas desenvolvedoras de videogame e de jogos de computador, conhecidas como Dallas Gaming Mafia, incluindo Gearbox Software, ID Software, 3D Realms, Nerve Software, Bonfire Studios/Zynga Dallas, e Ensemble Studios. Essas empresas e, especialmente a Gearbox Software, ajudaram a despertar o interesse público no tema e a canalizar iniciativas de financiamento para a região, incluindo o estabelecimento do Museu Nacional de Videogames, em Frisco, também ao norte de Dallas.

Empresas de tecnologia com escritórios na área incluem:

• Active Network, LLC (Dallas) • Alcatel-Lucent (Richardson) • Armor Defense (Richardson) • AT&T (Dallas) • Cisco (Richardson) • CommScope (Richardson) • CompuCom (Dallas) • CSC (Fort Worth) • Cyrix Corporation (Richardson) • Dealertrack Technologies (Dallas) • Dell Services (Plano) • Diodes Incorporated (Plano) • Electronic Data Systems (EDS) (Plano) • Entrust (Addison) • Ericsson (Richardson) • Flying Horse Solutions (Dallas) • Fujitsu Network Communications (Richardson)

NOTAS E REFERÊNCIAS

<https://businessintexas.com/international/trade-exports>
<https://www.bls.gov/news.release/laus.t01.htm>
https://businessintexas.com/sites/default/files/07/24/17/fdi_2.pdf
<https://www.statista.com/statistics/303696/us-fortune-500-companies-by-state/>
<https://porthouston.com/about-us/>
<https://www.austintexas.org/music-scene/festivals/>
<https://www.artallianceaustin.org/>
<https://windexchange.energy.gov/states/tx>
<https://windexchange.energy.gov/states/tx>
https://gov.texas.gov/uploads/files/business/aerospace_report.pdf
<https://www.txdot.gov/inside-txdot/division/aviation/airport-directory-list.html>
https://gov.texas.gov/uploads/files/business/aerospace_report.pdf
https://gov.texas.gov/uploads/files/business/aerospace_report.pdf
https://gov.texas.gov/uploads/files/business/aerospace_report.pdf
https://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Ag_Overview/stateOverview.php?state=TEXAS
<http://www.texasagriculture.gov/About/TexasAgStats.aspx>
<https://www.rd.usda.gov/>
2018 Houston Economic Development Guide , page 43
http://trendmag2.trendoffset.com/publication/?i=492421#{%22issue_id%22:492421,%22page%22:36}
Em 2018, havia 29 refinarias de petróleo operando em todo o Texas. https://www.eia.gov/dnav/pet/pet_pnp_cap1_dcu_STX_a.htm
2018 Houston Economic Development Guide, page 43
http://trendmag2.trendoffset.com/publication/?i=492421#{%22issue_id%22:492421,%22page%22:36}
https://www.bp.com/en_us/bp-us/what-we-do/technology/advancing-technology.html
<https://www.shell.com/energy-and-innovation/innovating-together/shell-ventures.html>
<https://www.dow.com/en-us>
<https://www.aramcoservices.com/>
<https://www.chevron.com/technology/technology-ventures>
2018 Houston Economic Development Guide, page 43
http://trendmag2.trendoffset.com/publication/?i=492421#{%22issue_id%22:492421,%22page%22:36}
2018 Houston Economic Development Guide, page 43
http://trendmag2.trendoffset.com/publication/?i=492421#{%22issue_id%22:492421,%22page%22:36}
2018 Houston Economic Development Guide, page 43

http://trendmag2.trendoffset.com/publication/?i=492421#{%22issue_id%22:492421,%22page%22:36}
<https://www.txdot.gov/inside-tdot/division/aviation/airport-directory-list.html>
<https://www.txdot.gov/inside-tdot/division/rail.html>
<https://www.texasports.org/ports/houston/>
<https://gov.texas.gov/uploads/files/business/ftz-map.pdf>
<https://www.txdot.gov/inside-tdot/division/transportation-planning/highway-designation.html>
<https://businessintexas.com/why-texas/infrastructure>
<https://businessintexas.com/why-texas/infrastructure>
<https://porthouston.com/about-us/statistics/>
<http://portofcc.com/about/financials/statistics/>
<https://www.portofbrownsville.com/about/strategic-advantage/>
<https://portpa.com/welcome-to-the-port-of-port-arthur-texas/>
<http://ftp.dot.state.tx.us/pub/txdot-info/tpp/maps/2015-railroad.pdf>
É um documento equivalente ao Contrato Social.
<https://www.sos.state.tx.us/corp/namefilingsfaqs.shtml>
<https://www.sos.state.tx.us/corp/namefilingsfaqs.shtml>
<https://www.cclerk.hctx.net/applications/websearch/AN.aspx>
<http://www.investexportbrasil.gov.br/>
<http://www.investexportbrasil.gov.br/exportacao-passo-passo>
<http://www.investexportbrasil.gov.br/aprendendo-exportar>
http://www.itamaraty.gov.br/images/ed_ecocom/ItensElegiveisBrasilSGPEUArevisadossetembro2016quimicosrevistos.pdf
<http://www.investexportbrasil.gov.br/internacionalize-sua-empresa-0>
<http://www.apexbrasil.com.br/quem-somos>
<http://www.apexbrasil.com.br/quero-empreender-no-exterior>
<http://www.apexbrasil.com.br/quero-exportar-produtos-e-servicos>
<http://www.apexbrasil.com.br/quero-atrair-investimentos>
<http://www.apexbrasil.com.br/quero-empreender-no-exterior>
<http://www.apexbrasil.com.br/estudos-exclusivos-de-oportunidades-no-exterior>
<http://www.apexbrasil.com.br/receba-atendimento-customizado>
Que inclui os condados de Austin, Brazoria, Chambers, Fort Bend, Galveston, Harris (ao qual pertence Houston), Liberty, Montgomery, San Jacinto e Waller.
<https://www.sos.state.tx.us/corp/tradepatents.shtml>

<https://www.sos.state.tx.us/corp/forms/901.pdf>, p 6
<https://www.sos.state.tx.us/corp/tradefaq.shtm#tm2>
<https://www.sos.state.tx.us/corp/sosda/index.shtml>
<https://www.uspto.gov/trademarks-application-process/search-trademark-database>
Equivalente ao INPI no Brasil
<http://tess2.uspto.gov/bin/gate.exe?f=tess&state=4801:824m68.1.1>
<https://www.copyright.gov/>
<https://www.uspto.gov/trademarks-getting-started/process-overview/trademark-information-network>
<https://www.uspto.gov/about-us/uspto-locations/silicon-valley-ca/pursuing-patent-protection-abroad>
<https://www.uspto.gov/trademarks-getting-started/trademark-basics>
http://www.houstontx.gov/obo/solutionscenter/guides/NEW_BUSINESS_GUIDE.pdf, p 10
http://www.houstontx.gov/obo/solutionscenter/guides/NEW_BUSINESS_GUIDE.pdf
<https://www.houstontx.gov/ara/regaffairs/commercialpermitting/>
<https://www.epa.gov/laws-regulations/laws-and-executive-orders>
<https://www.epa.gov/laws-regulations/basics-regulatory-process>
<https://www.epa.gov/regulatory-information-sector>
<https://www.epa.gov/environmental-topics>
<https://publicaccess.zendesk.com/hc/en-us/articles/211394578-How-do-I-get-trained-and-certified->
<https://publicaccess.zendesk.com/hc/en-us/articles/211395518-How-can-a-small-business-own-er-get-help-understanding-requirements-and-regulations->
<https://www.tceq.texas.gov/licensing/licensing>
<https://explorer.naco.org/>
<https://publichealth.harriscountytexas.gov/About/Organization-Offices/Environmental-Public-Health>
<https://www.houstontx.gov/health/Environmental/index.html>
<https://www.sba.gov/funding-programs/loans/lender-match>
<https://www.sba.gov/local-assistance/find/?pageNumber=1&q=texas>
<https://businessintexas.com/services/incentives-financing>
<https://businessintexas.com/>
<https://gov.texas.gov/business/page/incentives>
<https://businessintexas.com/small-business/small-business-incentives/funding-programs>
<https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/starting-a-business>

<https://www.irs.gov/individuals/international-taxpayers>
<https://comptroller.texas.gov/taxes/a-to-z.php>
Recomenda-se consultar os governos municipal e estadual para verificar a incorrência da empresa no pagamento de tributos adicionais relacionados ao tipo de negócio, local, etc.
<https://tlc.texas.gov/docs/policy/localtaxes.pdf>
<https://comptroller.texas.gov/taxes/sales/city.php>
<https://comptroller.texas.gov/taxes/property-tax/rates/index.php>
<https://comptroller.texas.gov/taxes/>
<http://idg.receita.fazenda.gov.br/aceso-rapido/legislacao/legislacao-por-assunto/paises%20tributacao%20favorecida>
https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/47908/Res_3568_v9_P.pdf
https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/49620/Res_3854_v2_P.pdf
https://www4.bcb.gov.br/rex/cbe/port/perguntas_mais_frequentes.pdf?20130219
https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/49620/Res_3854_v2_P.pdf
<https://twc.texas.gov/news/efte/tocmain2.html>
https://twc.texas.gov/news/efte/major_laws.html
https://twc.texas.gov/news/efte/job_postings_and_recruitment.html
https://twc.texas.gov/news/efte/job_descriptions.html
https://twc.texas.gov/news/efte/offers_of_employment.html
Texas Minimum Wage Act
<https://twc.texas.gov/jobseekers/texas-minimum-wage-law>
<https://twc.texas.gov/news/efte/tocmain2.html>
https://twc.texas.gov/news/efte/employment_law_related_web_sites.html
<https://twc.texas.gov/jobseekers/employee-rights-laws>
<https://twc.texas.gov/jobseekers/texas-payday-law>
<https://twc.texas.gov/search/servlet/SearchServlet?query=overtime+pay&x=11&y=5>
<http://www.petrobras.com.br/en/news/petrobras-and-murphy-form-joint-venture-with-gulf-of-mexico-assets.htm>

CONSULATE GENERAL OF

BRAZIL

HOUSTON

GUIA DE
INTERNACIONALIZAÇÃO

2021

