

## **Miami desenha estratégias para aumentar negócios com Brasil**

*Estado norte-americano delineou seis estratégias para atrair empresas brasileiras.*

Miami, no estado da Flórida, nos Estados Unidos, quer aumentar os negócios com o Brasil, seu principal parceiro comercial da América Latina, e delineou seis estratégias para atrair empresas brasileiras que poderiam fomentar as oportunidades de emprego e revitalizar a economia local.

O Beacon Council, uma organização que promove o desenvolvimento econômico do condado de Miami-Dade, divulgou nesta quarta-feira um relatório que evidencia que a vibrante troca comercial e turística que mantém o Brasil com o sul da Flórida estimulou o apetite de companhias brasileiras para estabelecer-se na região.

A troca comercial superou os US\$ 13 bilhões em 2010 e o Brasil foi a segunda maior fonte de turismo do condado de Miami-Dade no ano passado, com 555.302 visitantes, com impacto econômico superior a US\$ 1 bilhão, conforme relatório.

Atualmente 15 empresas brasileiras estão no sul da Flórida, incluindo Odebrecht, Banco do Brasil, Embraer e a companhia aérea TAM.

Uma primeira estratégia para aumentar a presença de empresas brasileiras e o turismo, é recomendar ao Governo dos Estados Unidos a inclusão do Brasil no programa de isenção de visto, do qual fazem parte 36 países.

Para a organização, deveriam ser facilitadas as visitas aos executivos para que conheçam as oportunidades e tomem suas decisões de estabelecer empresas sentindo-se confiantes de que poderão comparecer ao condado com regularidade e de maneira conveniente para supervisionar suas operações.

As missões comerciais ao Brasil são o eixo da segunda estratégia e permitiriam identificar setores-chaves para recrutar empresas em São Paulo, Rio de Janeiro e outras cidades.

Colaborar com organizações empresariais do Brasil estabelecidas em Miami e as que estão na nação sul-americana, faz parte da terceira e quarta estratégia. O objetivo é obter uma "grande fonte de informação" e guia para detectar as melhores oportunidades de negócios.

Brasil é sede de inúmeras feiras comerciais e o relatório sugere como quinta estratégia avaliar e dar prioridade à participação nestes eventos.

Promover no Brasil a campanha "Miami: Where Worlds Meet", que promove a cidade como um bom lugar para viver, trabalhar e se divertir, configura a sexta estratégia.

Jack Lowell, o presidente do Beacon Council, disse que espera que a iniciativa reposicione o condado como a principal plataforma internacional para as companhias brasileiras.

**Fonte: Época Negócios online, 10 ago. 2011. Disponível em: <<http://epocanegocios.globo.com>>. Acesso em: 12 ago. 2011.**