



Pakorn_Khantiyaporn_CANVA

ALTERNATIVA ESTRATÉGICA

MERCOSUL VOLTA AO RADAR E PODE AMPLIAR EXPORTAÇÕES DE INDÚSTRIAS DO INTERIOR

Integração regional e busca por diversificação de mercados colocam países vizinhos como alternativa estratégica para pequenas e médias empresas brasileiras

O Mercosul voltou a ganhar espaço nas estratégias de internacionalização de empresas brasileiras. Dados da Secretaria de Comércio Exterior indicam que o bloco respondeu por cerca de 7% a 8% das exportações do país em 2025, com corrente de comércio superior a US\$ 40 bilhões anuais. A retomada ocorre em meio à busca por diversificação de mercados diante de tensões geopolíticas e disputas comerciais globais.

Além da proximidade geográfica, o perfil da pauta exportadora ajuda a explicar o movimento. Diferentemente de mercados como China, que concentram compras em commodities, os países do Mercosul são importantes compradores de produtos industrializados brasileiros, como veículos, máquinas, equipamentos e bens de maior valor agregado.

Fábio Nascimento, contador e CEO do Grupo FN, afirma que o bloco regional costuma ser um primeiro passo natural para empresas que pretendem iniciar operações no comércio exterior. “O Mercosul reúne condições que facilitam a entrada de empresas brasileiras no comércio internacional. Há acordos tarifários, proximidade logística e uma demanda relevante por produtos industrializados”, afirma.

Entre os destinos regionais, a Argentina segue como um dos principais parceiros industriais do Brasil. Dados da Secretaria de Comércio Exterior mostram que mais de 85% das exportações brasileiras para o país são produtos manufaturados, incluindo automóveis, autopeças, máquinas e equipamentos industriais. O fluxo comercial tem peso relevante para cadeias produtivas brasileiras ligadas à indústria automotiva, metalmeccânica e de tecnologia.

Esse cenário também abre espaço para empresas localizadas fora dos grandes centros industriais. Regiões como o Vale do Paraíba, que reúne polos de manufatura avançada, tecnologia e indústria aeroespacial, têm potencial para ampliar presença no comércio regional. Empresas instaladas na região produzem componentes, equipamentos e soluções tecnológicas que podem encontrar demanda crescente em países vizinhos.

Segundo o especialista, muitas companhias de médio porte ainda não exploram o mercado regional por acreditarem que



Fábio Nascimento

exportar exige uma estrutura complexa. “A internacionalização costuma ser vista como algo distante da realidade de empresas médias, mas o Mercosul pode ser um caminho mais acessível para iniciar esse processo”, aponta.

O avanço do comércio exterior também tem ampliado a presença de pequenas e médias empresas brasileiras nas exportações. Levantamento da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) e do Ministério do Desenvolvimento

mostra que mais de 40% das empresas exportadoras do país são pequenas ou médias, embora ainda representem uma parcela menor do valor total exportado.

Para o executivo, esse dado mostra que o comércio internacional deixou de ser exclusivo de grandes companhias. “Hoje existem programas de apoio, linhas de financiamento e estruturas de consultoria que ajudam pequenas e médias empresas a acessar mercados internacionais”, explica.

O especialista aponta cinco medidas para empresas do Vale do Paraíba a se prepararem para exportar ao Mercosul

Especialistas apontam que a entrada em mercados regionais exige planejamento, organização e análise estratégica. Algumas medidas ajudam a reduzir riscos e aumentar a competitividade.

- **Mapear a demanda nos países do bloco**

Estudos de mercado ajudam a identificar quais produtos possuem maior potencial de venda em Argentina, Paraguai e Uruguai.

- **Adequar produtos e documentação**

Mesmo com integração regional, cada país possui normas técnicas e exigências regulatórias específicas.

- **Planejar logística e transporte**

A proximidade geográfica facilita rotas rodoviárias e reduz custos logísticos, mas planejamento é essencial para manter prazos e competitividade.

- **Estruturar planejamento tributário e cambial**

Operações internacionais exigem análise de regimes tributários, contratos de exportação e gestão de câmbio.

- **Buscar apoio especializado**

Consultorias de comércio exterior e despachantes aduaneiros ajudam a estruturar a operação e evitar erros comuns.

De acordo com o CEO do Grupo FN, empresas que se organizam antes de iniciar exportações aumentam as chances de sucesso. “Exportar exige planejamento financeiro, logístico e jurídico. Quando a empresa estrutura esses pilares, o processo tende a ser muito mais seguro”, destaca.

Vantagens e alertas para empresas que pretendem exportar

A expansão para mercados regionais pode trazer ganhos relevantes para companhias brasileiras. Entre os benefícios estão a ampliação de mercado consumidor, diversificação de receitas e possibilidade de ganho de escala na produção.

Ao mesmo tempo, especialistas alertam que a internacionalização exige atenção a fatores como variações cambiais, diferenças regulatórias e gestão de contratos internacionais. Avaliar capacidade produtiva, logística e estrutura financeira antes de assumir novos compromissos comerciais é considerado essencial.

Segundo o executivo, empresas que adotam uma estratégia gradual de internacionalização tendem a consolidar presença regional e ampliar competitividade. “Começar pelo Mercosul permite que a empresa aprenda a operar no comércio exterior, desenvolva processos internos e construa experiência para acessar mercados mais distantes no futuro”, conclui.

Em um cenário global marcado por instabilidade geopolítica e reorganização das cadeias produtivas, a integração regional volta a ganhar importância estratégica. Para indústrias instaladas fora dos grandes centros econômicos, o fortalecimento do comércio dentro do Mercosul pode representar uma oportunidade concreta de ampliar exportações e reduzir a dependência de poucos mercados internacionais.



micurao_CANVA