



Sean_Pavone_CANVA

REAVALIAR OPERAÇÃO

TARIFAÇO PODE EMPURRAR EMPRESAS BRASILEIRAS PARA DENTRO DOS ESTADOS UNIDOS

Com novas barreiras comerciais e reação do Brasil, empresários reavaliam exportações e presença direta no mercado americano

A escalada da tensão comercial entre Brasil e Estados Unidos está colocando empresas brasileiras diante de uma decisão que vai além de buscar novos mercados para exportação: avaliar se é hora de estabelecer uma operação diretamente em território americano.

Na última quinta-feira, 13 de agosto, o Brasil abriu formalmente o processo previsto na Lei da Reciprocidade Econômica, que pode levar à adoção de contramedidas às novas tarifas impostas pelos Estados Unidos aos produtos brasileiros. A medida ocorre depois da entrada em vigor das novas barreiras comerciais americanas e amplia a incerteza para empresas que dependem da exportação para o mercado dos EUA.

Para Renato Alves de Oliveira, diretor de Expansão e Negócios da Bicalho Consultoria Legal e CEO da Be International, o novo cenário pode provocar uma mudança na forma como empresários brasileiros enxergam o mercado americano.

“Quando o custo de levar um produto de um país para outro aumenta, o empresário naturalmente começa a rever toda a estrutura da operação. Em alguns casos, deixa de fazer sentido pensar apenas em exportação e passa a ser necessário estudar presença local, parceiros, distribuição ou até produção dentro dos Estados Unidos”, afirma.

5,6 mil empresas brasileiras afetadas

O impacto das novas barreiras já levou o governo brasileiro a lançar medidas para ajudar empresas a buscar alternativas comerciais. Cerca de 5,6 mil empresas brasileiras são diretamente afetadas pelas tarifas americanas, distribuídas por dezenas de setores.

A estratégia anunciada pelo Brasil prevê ações de promoção comercial em 36 mercados alternativos aos Estados Unidos, com capacidade da ApexBrasil para apoiar aproximadamente 5,3 mil empresas de 35 setores.

Mas, para Renato, procurar outros destinos não é necessariamente a única alternativa.

“Existe uma diferença importante entre deixar o mercado americano e mudar a forma de entrar nele. Para determinadas empresas, os Estados Unidos continuam sendo estratégicos pelo tamanho do mercado consumidor, pela capacidade de escala e



Renato Alves de Oliveira

“Não existe uma fórmula que diga que toda empresa brasileira deve abrir uma operação nos Estados Unidos por causa das tarifas. Para algumas, isso não fará sentido. Para outras, a nova estrutura de custos pode justamente antecipar uma discussão que já estava sendo feita.

Divulgação

pelo ambiente de negócios. A pergunta passa a ser qual estrutura faz mais sentido diante das novas condições”, explica.

Capital estrangeiro continua olhando para os EUA

Apesar das incertezas comerciais, os Estados Unidos continuam concentrando volumes expressivos de capital internacional.

Os dados mais recentes consolidados do Bureau of Economic Analysis (BEA), divulgados em 10 de junho de 2026, mostram que investidores estrangeiros destinaram US\$ 232,2 bilhões em 2025 à aquisição, criação ou expansão de empresas nos Estados Unidos.

O resultado foi 49,5% superior ao registrado em 2024.

Já relatório divulgado em julho sobre os primeiros meses de 2026 contabilizou 485 projetos de investimento estrangeiro anunciados nos Estados Unidos entre janeiro e março, envolvendo US\$ 73,2 bilhões em capital.

Para Renato, os números ajudam a dimensionar uma característica importante do mercado americano.

“Estamos falando de uma economia que continua recebendo empresas e capital de várias partes do mundo. Para o brasileiro, isso significa que internacionalização não pode ser uma decisão tomada apenas em reação a uma tarifa. É preciso entender se existe mercado, qual estado oferece melhores condições, quais são os custos e como a empresa pretende crescer nos Estados Unidos”, destaca.

Do Brasil para dentro dos Estados Unidos

A presença empresarial brasileira no país já é relevante. Empresas brasileiras acumulam quase US\$ 40 bilhões em investimentos diretos nos Estados Unidos e suas operações estão associadas a mais de 100 mil empregos no mercado americano.

O movimento ocorre justamente em um momento em que o próprio governo dos Estados Unidos mantém políticas de atração de empresas estrangeiras por meio do SelectUSA, programa do Departamento de Comércio americano voltado à facilitação de investimentos empresariais no país.

“Há uma mudança de mentalidade acontecendo. Internacionalizar não significa simplesmente abrir uma empresa ou ter um endereço nos Estados Unidos. Significa construir uma operação capaz de funcionar naquele mercado, com planejamento financeiro, comercial e operacional”, diz Renato.

Tarifa pode mudar a conta

A nova disputa comercial adiciona mais uma variável a esse planejamento.

Empresas que produzem no Brasil e dependem da exportação podem enfrentar uma realidade muito diferente daquela vivida por companhias que possuem fornecedores, centros de distribuição, parceiros ou produção nos Estados Unidos.

Segundo Renato, essa diferença precisa ser calculada antes de qualquer decisão.

“Não existe uma fórmula que diga que toda empresa brasileira deve abrir uma operação nos Estados Unidos por causa das tarifas. Para algumas, isso não fará sentido. Para outras, a nova estrutura de custos pode justamente antecipar uma discussão que já estava sendo feita: se o mercado americano é importante para o negócio, até que ponto vale continuar atendendo esse consumidor exclusivamente a partir do Brasil?”, afirma.

Para ele, o momento exige que empresários olhem além da disputa política entre os dois países.

“Tarifas podem mudar, governos mudam e acordos comerciais podem ser renegociados. Uma internacionalização é uma decisão de longo prazo. Quem pretende entrar nos Estados Unidos precisa fazer essa conta pensando no negócio que quer construir daqui a cinco ou dez anos, e não apenas no cenário desta semana”, conclui.



Pixabay, CANVA