

Paraenses investem nos EUA com açaí, franquias e negócios; veja quanto custa e o que é preciso

Category: ECONOMIA, GERAL, MUNDO, PARÁ

escrito por Ayumi Yohanna Miyamoto | 7 de fevereiro de 2026



O Pará exportou US\$ 24,23 bilhões em 2025, mantendo-se como o 5º maior exportador do Brasil e líder da Região Norte.

Entenda, nesta reportagem, sobre o panorama do que espera quem decide investir do outro lado da fronteira: custos, documentação, erros fatais e oportunidades concretas.

Açaí paraense conquista mercado

Embora a pauta seja dominada por minérios (US\$ 19,74 bilhões), produtos agroindustriais como açaí, soja e carne bovina ganham relevância crescente no mercado de exportações no Pará.

Os Estados Unidos absorveram US\$ 1,03 bilhão das exportações paraenses em 2025, com crescimento de 23,8%.

“O açaí é um dos produtos maravilhosos que tem muita saída e o pessoal realmente faz muita exportação. É um dos produtos que o paraense tenta trabalhar muito aqui nos Estados Unidos e que dá muito certo”, afirma Claudemir Ramos, contador especializado em tributação internacional que atende brasileiros em Miami.

Junior Dantas, analista de exportação de uma indústria paraense de polpas de frutas, exporta açaí para os EUA desde 2015. “Dentro da exportação da empresa, esse mercado representa 70% de toda exportação da empresa, pelos EUA ser o principal importador. Hoje temos grandes clientes, distribuidoras que fornecem para supermercados e açaiterias em todos os EUA”, conta.

□A demanda é tão expressiva que, mesmo com o “tarifaço” de Trump, que chegou a impor tarifa adicional de 50% sobre alguns produtos brasileiros em 2025, incluindo o açaí, o impacto foi controlado, segundo o analista.

“Com o ‘tarifaço’, os clientes na pediram para segurar os pedidos inicialmente, mas depois que resolveu o tarifaço, acabou não sentindo tanto impacto porque se resolveu de forma não tão demorada”, explica Junior.

Do Pará para o Brooklyn: franquia como porta de entrada

Empreendedora paraense administra unidade de franquia do mercado pet em Nova York. – Foto: Arquivo Pessoal

A trajetória de empreendedorismo paraense nos EUA também passa por setores inesperados. A empresária paraense Valéria Azevedo abriu uma franquia da rede “Rapawzel Dog Groomer and Daycare” no bairro do Greenpoint, no Brooklyn, área que concentra três vezes mais cachorros do que a média de Nova York.

□”Quando cheguei aos Estados Unidos, minha jornada começou como muitos imigrantes, tendo que repreender a viver, falar uma língua nova, aprender tudo do zero. Um desses empregos foi como banhista de cachorros em um pet shop, e foi ali que a paixão por trabalhar na área pet nasceu”, relembra.

Depois de acumular experiência como recepcionista e fazer curso de banho e tosa, ela optou pela segurança de uma franquia consolidada. “Apesar de já ter experiência prática

com serviços pet, optei por abrir uma franquia, uma empresa fundada por brasileiros, com muitos anos de mercado, marca reconhecida e validada. Foi essencial para começar de forma segura, com estrutura sólida”, diz.

A escolha não foi por acaso. “O mercado pet cresce fortemente. Uma empresa que oferece serviços de banho, tosa, creche e hospedagem é uma companhia que vende prestação de serviços, e o mercado americano valoriza muito isso, muito mais que o mercado brasileiro”, afirma.

Quanto custa abrir empresa nos EUA?

Claudemir Ramos, que estudou tributação americana desde 2009 e montou escritório em Miami especializado em clientes estrangeiros, é categórico: o maior erro de brasileiros é tentar fazer tudo sozinho.

“Os erros mais comuns que nós visualizamos é não procurar um profissional para auxiliá-lo. Aqui nos Estados Unidos, nós temos facilidade muito grande para fazer abertura de empresa online, mas é uma abertura seca, sem respaldo nenhum. Esse é um dos primeiros erros”, alerta.

Segundo Claudemir, os custos iniciais de legalização variam entre US\$ 600 e US\$ 3.000 na Flórida. Mas esse valor cobre apenas a formalização da empresa, incluindo registro, obtenção de EIN (número de identificação fiscal) e estruturação básica.

Para operar com segurança nos primeiros 12 meses, o investimento aumenta significativamente. “Eu diria que no começo, nos primeiros 12 meses, em torno de US\$ 10 mil a US\$ 15 mil, para você não passar nenhum aperto e ir tocando o seu negócio até o ponto de maturação”, calcula Claudemir.

Esse montante inclui:

- Honorários de contabilidade e assessoria (US\$ 6 mil a US\$ 7 mil/ano)

- Custos de marketing e prospecção de clientes
- Eventuais taxas de licenças e registros específicos
- Capital de giro inicial para operação
- Documentos necessários para brasileiros

Para abrir empresa nos EUA, não é preciso visto ou Green Card. “Você não precisa estar aqui nos Estados Unidos. Não precisa ter visto americano. Mas você tem que ter passaporte e um segundo documento de identificação, como RG ou CNH”, explica Claudemir.

Ele detalha também que o processo pode ser feito inteiramente de forma remota, desde o Brasil, com apoio de profissionais especializados.

Sistema tributário americano atrai empreendedores

Uma das vantagens competitivas dos EUA, segundo o contador, é o sistema tributário. “Diferente do Brasil, onde se paga sobre faturamento no Simples Nacional, aqui tributamos o lucro líquido. Você teve lucro, paga imposto. Não teve, não paga. Por isso atrai muitos estrangeiros”, diz Claudemir.

Isso significa que nos primeiros meses, quando a empresa ainda está em fase de investimento e estruturação, não há cobrança de impostos sobre receita inexistente ou prejuízos operacionais.

Mas Claudemir faz um alerta importante: “O governo é super flexível para você empreender, mas é muito exigente que você cumpra as obrigações fiscais. Se não cumprir, você vai pagar muito caro por isso”.

Erros que podem custar caro

Claudemir lista os três principais equívocos que recebe em seu escritório, geralmente de clientes que já cometem os erros e buscam correção:

1. Não contratar profissional qualificado para orientar o processo desde o início
2. Escolher o tipo errado de empresa LLC (Limited Liability Company), Corporation ou outra estrutura, cada uma com implicações tributárias e legais diferentes
3. Não declarar impostos corretamente, gerando multas pesadas para estrangeiros

“Recebemos muitos clientes que já tiveram esse erro e depois nos procuram para corrigir. As penalidades para estrangeiros que não cumprem obrigações fiscais são muito altas”, alerta.

Exportar açaí para os EUA: burocracia e exigências sanitárias

Quem decide exportar produtos, e não apenas abrir loja nos EUA, enfrenta outra camada de exigências. Junior Dantas, analista de exportações de uma indústria paraense de polpas, afirma que é “preciso inicialmente registrar aqui no Brasil e seguir as legislações brasileiras, justamente para tirar o FDA (Food and Drug Administration), obrigatório para exportações para os EUA”, explica.

Além do registro no FDA, são necessários documentos como:

- Invoice (fatura comercial)
- Packlist (lista de embalagem)
- UBL (conhecimento de embarque)
- Carta de temperatura (para produtos refrigerados)

“Alguns clientes pedem certificados adicionais: de origem, de

livre venda, de fumigação, orgânico. Isso varia de cliente para cliente. As exigências sanitárias são baseadas no FDA, e eles podem fazer vistorias e auditorias”, detalha Junior.

Conselho para quem quer exportar

“O conselho que eu daria para produtor que quer começar a exportar para os EUA é: primeiramente, contratar uma consultoria. Para quem está iniciando, é essencial. Essa consultoria vai ajudar a entender documentações, certificações, registros e, principalmente, a criar um preço correto para o produto”, orienta Junior.

Ele destaca a importância de conhecer o mercado. “Cada empresa tem seu custo de produção, sua realidade. O preço tem que ser feito com base na empresa específica. E o principal: entender o mercado dos EUA. O principal que temos exportado é polpa pura e polpa adoçada com guaraná. Se o consultor tiver domínio de mercado, ele não vai oferecer outro tipo de produto sem validação”, afirma.

Franquia ou negócio próprio? Quais as vantagens?

Franquia de petshop no bairro do Brooklyn, em Nova York. – Foto: Arquivo Pessoal

De volta ao caso da franquia de petshop, a empreendedora paraense ressalta que a decisão por uma marca consolidada eliminou obstáculos significativos.

“No meu caso, a abertura do negócio foi muito tranquila justamente por ter optado por uma franquia. A franquia elimina os principais desafios culturais e operacionais, o que é um grande atalho para quem empreende em outro país. Você entra no mercado com modelo validado, processos estruturados, marca reconhecida e suporte contínuo, sem precisar começar do zero. É uma forma segura de investir”, afirma.

O investimento em uma franquia de açaí, por exemplo, pode

variando entre US\$ 100 mil e US\$ 150 mil, segundo Claudemir, mas o empreendedor já sai na frente com toda estrutura de marketing, fornecedores e processos estabelecidos.

Impacto positivo para o Pará

A empresária Valéria também desmistifica a ideia de que empreender fora representa perda para o estado. “É importante diferenciar a pessoa que já tem recursos financeiros e decide injetar dinheiro em outro país, da pessoa que sai do zero e conquista esses recursos lá fora”.

“Eu sou um pedaço do Pará aqui fora, com muito orgulho”. A empresária já planeja expandir para outros setores. “Meu próximo projeto é investir em imóveis de leilão e transformá-los em hospedagens voltadas ao turismo rural e ecoturismo. Independentemente de qualquer questão política, é fato que os Estados Unidos são solo fértil para negócios, com cultura que valoriza quem empreende. E nós imigrantes somos os que mais empreendemos em pequenos negócios nas grandes capitais americanas”, afirma.

Abrir empresa não garante visto: entenda a diferença

Um dos equívocos mais comuns entre brasileiros é achar que abrir empresa nos EUA automaticamente garante visto ou residência permanente. “A abertura de empresa por si só não dá direito a morar aqui nos Estados Unidos”, esclarece Claudemir.

Mas a empresa pode, sim, criar caminhos legais para imigração. “Quando o cliente tem interesse em emigrar, nós estudamos o caso, indicamos advogados de imigração e fazemos trabalho conjunto. Um exemplo prático: se ele tem empresa consolidada em Belém e quer abrir filial aqui, sim, temos forma dele vir

legalmente, com visto de diretor, o L1. Mas nosso escritório é eminentemente empresarial. Quando o cliente quer vir para os Estados Unidos, fazemos esse trabalho conjunto com advogados”, explica.

Online antes da loja física

Claudemir recomenda estratégia gradual para reduzir riscos. Segundo ele, “muitos fazem vendas para começar sem colocar local físico, trabalhando de maneira online, o que facilita e reduz custo”.

“Começar o negócio primeiro com venda online e, assim que a coisa engrenar, ir para local físico. Você abre sua loja quando já tem clientela, já conheceu o mercado, o pessoal já conhece seu produto. Aí você pula para essa segunda etapa”, aconselha.

Essa estratégia é especialmente válida para quem vai trabalhar com exportação ou revenda de produtos amazônicos, como açaí, castanha, cosméticos naturais e outros itens da bioeconomia paraense.

EUA para imigrantes empreendedores

A empresária paraense explica que, “na cidade de Nova York, cerca de 50% de todos os pequenos negócios são de propriedade de imigrantes, o que mostra o quanto o ambiente é receptivo para quem quer investir e empreender”.

“O imigrante não é apenas força de trabalho, ele é também investidor, empreendedor e gerador de empregos”.

Claudemir destaca que o mercado americano valoriza produtos naturais e sustentáveis da Amazônia. “Aqui nós recebemos clientes e pedidos de vários estados brasileiros, inclusive do Pará, que querem abrir empresas aqui nos Estados Unidos. Um dos produtos que o paraense tenta trabalhar muito aqui é o açaí, mas não só. Outros produtos nativos da região têm muito

sucesso", afirma.

Entre as oportunidades estão:

- Cosméticos naturais à base de plantas amazônicas
- Castanha-do-pará e derivados
- Óleos essenciais
- Polpas de frutas regionais (cupuaçu, bacuri, taperebá)
- Produtos orgânicos certificados

Pará como exportador estratégico

Com superávit de US\$ 21,49 bilhões em 2025, o Pará manteve a 3^a posição no ranking nacional de saldo comercial.

A diversificação da pauta exportadora, que incluiu avanços em carne bovina (+65,79%), soja (+6,89%), bovinos vivos (+16,73%) e madeira (+10,88%), mostra que o estado vai além da mineração.

E os Estados Unidos seguem como mercado estratégico: foram US\$ 1,03 bilhão em exportações paraenses para o país em 2025, com crescimento expressivo de 23,8% em relação ao ano anterior, segundo dados do Centro de Negócios Internacionais da Federação das Indústrias do Estado do Pará (Fiepa). □

Fonte: G1 e Publicado Por: Jornal Folha do Progresso em 07/02/2026/08:11:10

O formato de distribuição de notícias do [Jornal Folha do Progresso](#) pelo celular mudou. A partir de agora, as notícias chegarão diretamente pelo formato Comunidades, ou pelo canal uma das inovações lançadas pelo WhatsApp. Não é preciso ser assinante para receber o serviço. Assim, o internauta pode ter, na palma da mão, matérias verificadas e com credibilidade. Para passar a [receber as notícias](#) do Jornal Folha do Progresso, clique nos links abaixo siga nossas redes

sociais:

- [Clique aqui e nos siga no X](#)
- [Clica aqui e siga nosso Instagram](#)
- [Clique aqui e siga nossa página no Facebook](#)
- [Clique aqui e acesse o nosso canal no WhatsApp](#)
- [Clique aqui e acesse a comunidade do Jornal Folha do Progresso](#)

Apenas os administradores do grupo poderão mandar mensagens e saber quem são os integrantes da comunidade. Dessa forma, evitamos qualquer tipo de interação indevida. Sugestão de pauta enviar no e-mail:folhadopresso.jornal@gmail.com.

Envie vídeos, fotos e sugestões de pauta para a redação do JFP (JORNAL FOLHA DO PROGRESSO) Telefones: WhatsApp [\(93\) 984046835](#)– [\(93\) 981177649](#).

“Informação publicada é informação pública. Porém, para chegar até você, um grupo de pessoas trabalhou para isso. Seja ético. Copiou? Informe a fonte.”

Publicado por Jornal Folha do Progresso, Fone para contato 93 981177649 (Tim) WhatsApp: [-93- 984046835](#) (Claro)
-Site: www.folhadopresso.com.br e-
email: folhadopresso.jornal@gmail.com/ou e-
email: a deci opiran.blog@gmail.com