

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

برزیل راه‌نمای تجارت با



tp.ir

Iran Trade Promotion Organization

شابک: ۵-۲۴۴-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

راهنمای تجارت با برزیل

شناسنامه پدیدآورندگان:
سازمان توسعه تجارت ایران
معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان
مدیر طرح: رضا توفیقی
مجریان طرح: مصطفی مسعودی، کیومرث شریفی
مدیر هنری: فرشته سعیدا

شناسنامه کتاب:

چاپ اول: ۱۳۸۹

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

ویرایش، صفحه‌آرایی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
نشانی: تهران، بزرگراه شهید چمران، محل دائمی نمایشگاه‌ها، سازمان توسعه تجارت ایران
تلفن: ۲-۲۶۶۴۰۳۱

نسخه الکترونیکی کتاب: www.tpo.ir

E.mail: info@tpo.ir

سخن رئیس کل سازمان

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ.

طی سال‌های گذشته، شاهد تکوین تدریجی «نظام اقتصادی یکپارچه جهانی» بوده‌ایم. توسعه دانش و فناوری در عرصه‌های مختلف، وضعیت متفاوتی از کسب و کار را در این سال‌ها در پی داشته است. از یکسو توسعه ارتباطات و دسترسی گسترده مشتریان به اطلاعات، چهره بازارها را دگرگون نموده و «خواسته‌های» آنها را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر تولید مبتنی بر فناوری پیشرفته و روش‌های اصلاح شده، امکان پاسخ‌گویی به تقاضاهای متنوع و متغیر مشتریان را فراهم نموده است.

نقش تعیین کننده عوامل تولید در معرفی محصول، به ویژه محصولات جدید، اکنون جای خود را به عوامل موجد رضایت مشتری و بازار داده است. این وضعیت، پارادایم حاکم بر روابط صنعت - بازار را به نفع بازار تغییر داده و نقش تعیین کننده بازار و فرصت‌ها و محدودیت‌های آن را به جای تولید و فرصت‌ها و محدودیت‌های آن نشانده است. اگر به این مهم، جهانی شدن بازارها را نیز بیافزاییم، آنگاه ضرورت مطالعه و شناخت بازارها، بخش‌های آن و راهکارهای بازاریابی برای کسب سهم مناسب از بازارهای هدف به خوبی نمایان می‌شود.

تعدد و تنوع عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کسب و کارها، به ویژه در بازارهای جهانی، نسبت به گذشته که قلمرو فعالیت‌ها محلی و ملی بوده، بسیار بیشتر است. امروزه شناخت این عوامل نسبت به شناخت عوامل داخلی بنگاه به دلیل تأثیرگذاری آنها در تحلیل‌های مربوط به فرصت‌های کسب و کار مقدم است. به همین دلیل مدیران سازمان‌ها باید عناصر غیرقابل کنترل محیطی را شناخته و آنها را تا آنجا که ممکن است، مدیریت نمایند.

در تمام محیط‌های کسب و کار، شرایط نامطمئن به وسیله عناصر غیرقابل کنترل به وجود می‌آید و هر بازار جدید، مجموعه عوامل غیر قابل کنترل خاص خود را نیز به آن

اضافه می‌کند. مدیر موفق برنامه بازاریابی خود را به نحوی طراحی می‌کند که بهتر بتواند با شرایط نامطمئن محیط کسب و کار منطبق شود.

مهم‌ترین عوامل غیر قابل کنترل محیط بین‌المللی عبارت‌اند از:

❖ عوامل سیاسی - قانونی

❖ عوامل فرهنگی

❖ عوامل اقتصادی

❖ زیر ساخت‌ها، فناوری، رقبا، نظام توزیع و غیره

تلاش همه بنگاه‌ها برای دسترسی به اطلاعات مربوط به عناصر غیر قابل کنترل محیطی، مستلزم صرف هزینه و ایجاد مخاطرات ناشی از عدم صحت و دقت اطلاعات جمع‌آوری شده است. به این جهت و در راستای حمایت از شرکت‌های ایرانی، برای ورود و کسب موفقیت آنها در بازارهای خارجی، سازمان توسعه تجارت ایران اقدام به تهیه و انتشار مجموعه کتاب‌هایی با عنوان «راهنمای تجارت با کشورها» نموده است.

در گردآوری و تدوین اطلاعات این کتاب‌ها تلاش شده است تا اطلاعات دقیق و به‌روز، با بهره‌گیری از منابع اطلاعاتی موثق در اختیار خواننده گرامی قرار گیرد. به دلیل تغییرات نسبتاً سریع، این اطلاعات در فاصله‌های زمانی مناسب به روز شده و در چاپ‌های بعدی منتشر خواهد شد. با این حال، این دقت ما را از رهنمودهای اساتید و صاحب‌نظران محترم بی‌نیاز نمی‌کند و از هرگونه راهنمایی و تذکر صاحبان فکر و فعالان عرصه تجارت خارجی ایران استقبال می‌نماییم.

در پایان لازم می‌دانم از همکاری همه دست‌اندرکاران تهیه و تولید مجموعه کتاب‌های حاضر به ویژه جناب آقای رضا توفیقی، «معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان» و کلیه کارشناسان سازمان که با این مجموعه همکاری نموده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را بنمایم. همچنین از سرکار خانم فرشته سعیدا و همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی به خاطر تلاش‌های ایشان در طراحی و تولید این مجموعه سپاسگزارم.

بابک افقهی

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران

فهرست صفحه

بخش اول: کلیات

- ۱۵ اطلاعات پایه
- ۱۵ نام رسمی کشور
- ۱۵ موقعیت جغرافیایی
- ۱۵ مساحت
- ۱۶ همسایگان
- ۱۶ جمعیت
- ۱۶ شهرهای مهم
- ۱۷ واحد پول
- ۱۷ تفاوت زمان با ایران

- ۱۹ فصل اول: محیط سیاسی و قانونی
- ۱۹ محیط سیاسی
- ۱۹ تاریخچه‌ی حکومت
- ۲۰ نوع و ارکان اصلی حکومت

- ۲۴ وضعیت ریسک سیاسی
- ۲۵ افراد و گروه‌های بانفوذ
- ۲۵ محیط قانونی**
- ۲۶ حقوق مالکیت
- ۲۶ قانون مالکیت فکری
- ۲۸ قانون سرمایه‌گذاری
- ۳۱ مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب‌وکار)
- ۳۳ قوانین گمرکی
- ۳۴ قوانین بانکی
- ۳۵ قوانین ارزی
- ۳۵ قوانین مالیاتی
- ۳۶ قوانین کنسولی
- ۳۸ عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و ...
- ۳۸ عضویت در سازمان‌های مهم بین‌المللی
- ۴۱ عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری
- ۴۳ فصل دوم: محیط فرهنگی**
- ۴۳ ارکان فرهنگی و اجتماعی**
- ۴۳ دین
- ۴۳ زبان
- ۴۴ الگوی زندگی
- ۴۴ نهادهای اجتماعی و دینی

- ۴۶ رسانه‌ها
- ۴۷ عادات خرید و مصرف
- ۴۸ تعطیلات رسمی
- ۵۰ فرهنگ مذاکره
- ۵۰ دیدگاه کلی نسبت به ایران
- ۵۱ آداب مذاکره
- ۵۵ فصل سوم: محیط اقتصادی**
- ۵۵ سیستم اقتصادی و نقش دولت
- ۵۷ بخش صنعت و معدن
- ۵۹ بخش کشاورزی
- ۶۰ بخش خدمات
- ۶۱ جمعیت
- ۶۲ تولید ناخالص داخلی
- ۶۳ شاخص‌های مهم اقتصادی
- ۶۳ نرخ تورم
- ۶۴ نرخ بیکاری
- ۶۴ دستمزد نیروی کار
- ۶۵ تراز حساب جاری
- ۶۵ میزان ذخایر ارزی و طلا
- ۶۵ شبکه‌های توزیع
- ۶۷ بازاریابی و تبلیغات

۶۸ راهکارهای بازاریابی و فروش

۷۰ منابع طبیعی

۷۳ فصل چهارم: زیرساخت‌ها

۷۳ حمل‌ونقل

۷۳ جاده‌ای

۷۳ ریلی

۷۴ دریایی

۷۶ هوایی

۷۶ نظام بانکی

۷۷ نظام بیمه‌ای

۷۸ زیرساخت‌های ارتباطاتی

بخش دوم: تجارت خارجی

۸۳ فصل پنجم: اطلاعات کلی

۸۳ سیستم اقتصادی و نقش دولت

۸۵ بخش صنعت و معدن

۸۷ بخش کشاورزی

۸۸ بخش خدمات

۸۹ جمعیت

۹۰ تولید ناخالص داخلی

۹۱ شاخص‌های مهم اقتصادی

- ۹۱ نرخ تورم
- ۹۲ نرخ بیکاری
- ۹۲ دستمزد نیروی کار
- ۹۳ تراز حساب جاری
- ۹۳ میزان ذخایر ارزی و طلا
- ۹۳ شبکه‌های توزیع
- ۹۵ بازاریابی و تبلیغات
- ۹۶ راهکارهای بازاریابی و فروش
- ۹۸ منابع طبیعی
- ۱۰۱ فصل ششم: وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران**
- ۱۰۱ پیشینه‌ی روابط بازرگانی ایران و برزیل
- ۱۰۲ آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری
- ۱۰۳ صادرات ایران به برزیل
- ۱۰۷ تحلیل صادرات محصولات ایران به برزیل
- ۱۰۷ گوگرد، گچ، آهک و سیمان
- ۱۰۸ مواد پلاستیکی
- ۱۰۹ توتون و تنباکو
- ۱۱۰ میوه‌های خوراکی
- ۱۱۱ سایر محصولات
- ۱۲۰ واردات ایران از برزیل
- ۱۲۶ اجلاس‌های اقتصادی و تجاری مشترک

- ۱۲۶ موافقت‌نامه‌های تجاری و یادداشت تفاهم‌های همکاری
- ۱۲۶ دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه
- ۱۲۷ فعالیت‌های نمایشگاهی و هیات‌های تجاری
- ۱۲۸ پیشنهاد مشارکت شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های برزیل
- ۱۲۹ زمان‌های مناسب برای اعزام هیات تجاری به برزیل
- ۱۳۱ فصل هفتم: زیرساخت‌های صادراتی و راهکارهای بازاریابی**
- ۱۳۱ زیرساخت‌های حمل و نقل
- ۱۳۱ جاده‌ای
- ۱۳۱ ریلی
- ۱۳۲ دریایی
- ۱۳۳ هوایی
- ۱۳۳ روابط بانکی
- ۱۳۴ تحلیل راهبردی
- ۱۳۴ زمینه‌ها و دلایل انتخاب راهبردها
- ۱۳۸ راهبردهای پیشنهادی جهت توسعه صادرات
- ۱۴۰ راهکارهای پیشنهادی برای بازاریابی و توسعه‌ی بازار
- بخش سوم: پیوسته‌ها**
- ۱۴۷ سایت‌های اینترنتی وزارت خانه‌ها و سازمان‌های مهم برزیل
- ۱۴۸ بانک‌های مهم
- ۱۴۹ برخی از روزنامه‌ها و مجلات اقتصادی و بازرگانی

- ۱۴۹ فهرست چند شرکت مهم صنعتی، تجاری و بازرگانی برزیل
- ۱۵۳ فهرست چند شرکت بیمه‌ای تجاری مهم
- ۱۵۴ فهرست هتل‌های مهم
- ۱۵۵ فهرست بیمارستان‌های چند شهر مهم برزیل
- ۱۵۶ فهرست چند آژانس املاک
- ۱۵۶ اطلاعات سفارت‌خانه برزیل در ایران
- ۱۵۶ اطلاعات سفارت‌خانه ایران در برزیل
- ۱۵۷ منابع و ماخذ

بخش اول کلیات



اطلاعات پایه



در این بخش، اطلاعات پایه‌ای کشور برزیل شامل موقعیت جغرافیایی، مساحت، همسایگان، جمعیت، شهرهای مهم، واحد پول و تفاوت زمان با ایران ارائه می‌شود.

◆ نام رسمی کشور

جمهوری فدراتیو برزیل^۱

شکل روبرو نماد ملی این کشور است.



◆ موقعیت جغرافیایی

برزیل در شرق آمریکای جنوبی قرار دارد. این کشور با اقیانوس اطلس هم‌مرز است. برزیل با کشورهای آرژانتین، بولیوی، کلمبیا، گینه فرانسوی، گویان، پاراگوئه، پرو، اوروگوئه، سورینام و ونزوئلا مرز خاکی مشترک دارد.



◆ مساحت

وسعت خاک برزیل برابر با ۸,۵۱۴,۸۷۷ کیلومتر مربع است، که از این لحاظ پنجمین کشور بزرگ جهان به شمار می‌رود. از کل مساحت این کشور،

1. Federative Republic of Brazil

۸,۴۵۹,۴۱۷ کیلومتر مربع خشکی و ۵۵,۴۶۰ کیلومتر مربع وسعت آب‌هاست.

برزیل بزرگ‌ترین کشور آمریکای جنوبی است و نیمی از قاره آمریکای جنوبی را در بر گرفته است.

◆ همسایگان



این کشور از شمال ۲,۲۰۰ کیلومتر با ونزوئلا، ۱,۶۰۶ کیلومتر با گویان، ۷۳۰ کیلومتر با گینه فرانسوی و ۵۹۳ کیلومتر با سورینام، از شمال غرب ۱,۶۴۴ کیلومتر با کلمبیا، از غرب ۳,۴۲۳ کیلومتر با بولیوی، ۲,۹۹۵ کیلومتر با پرو و ۱,۳۶۵ کیلومتر با پاراگوئه و از جنوب ۱,۲۶۱ کیلومتر با آرژانتین و ۱,۰۶۸ کیلومتر با اوروگوئه مرز مشترک دارد.

این کشور خط ساحلی بزرگی به طول ۷,۴۹۱ کیلومتر دارد.

◆ جمعیت

بر اساس آمار سال ۲۰۰۹ میلادی، جمعیت این کشور برابر با ۲۰۱/۱ میلیون نفر است، که از این نظر پنجمین کشور پرجمعیت جهان به شمار می‌رود.

◆ شهرهای مهم

شهر برازیلیا^۱ پایتخت برزیل است که در جنوب این کشور قرار دارد. شهرهای عمده این



کشور ریودوژانیرو^۱، سائوپولو^۲، فورتالهزا^۳، هوریزونته^۴، سالوادور^۵، سائولویس^۷، رسیف^۶، پورتو الگرا^۷ و کوریتابا^۸ هستند.

شهر سائوپولو مرکز تجاری برزیل است. بخش‌های شمالی و جنوبی این کشور، مرکز فعالیت‌های گسترده کشاورزی است.

♦ واحد پول

واحد پول این کشور، ریل برزیل^۹ است. هر ریل به صد سنتاوس تقسیم می‌شود. اسکناس‌های رایج در این کشور ۱، ۵، ۱۰، ۲۰، ۵۰ و ۱۰۰ ریلی و سکه‌های رایج آن ۱، ۵، ۱۰، ۲۰ و ۵۰ سنتاوس است. در ماه آگوست سال ۲۰۱۰ میلادی، یک دلار آمریکا برابر با ۱/۷۷ ریل برزیل و هر ریل برزیل برابر با ۵,۵۳۶ ریال ایران بوده است.

♦ تفاوت زمان با ایران

ساعت بین‌المللی برازیلیا نسبت به ساعت گرینویچ سه ساعت عقب‌تر (GMT-۳) و از ایران شش و نیم ساعت عقب‌تر (۶/۵-) است. در نیمه نخست سال که ساعت در ایران یک ساعت به جلو برده می‌شود، اختلاف زمانی شهر برازیلیا با تهران منفی هفت و نیم

1. Rio De Janeiro
2. Sao Paulo
3. Fortaleza
4. Horizonte
5. Salvador
6. Recife
7. Porto Alegre
8. Curitiba
9. Brazilian Real



(۷/۵-) می‌شود.

این اختلاف زمانی برای بیش‌تر نواحی برزیل درست است. ولی با توجه گستردگی خاک این کشور، برای مناطق شمالی برزیل که دارای ساعت GMT-۴ است، اختلاف زمانی با ایران در نیمه نخست سال برابر با ۷/۵ ساعت و در نیمه دوم سال ۸/۵ ساعت می‌شود.

فصل اول

محیط سیاسی و قانونی

در این فصل محیط‌های سیاسی و قانونی برزیل به صورت جداگانه بررسی می‌شود. در بخش محیط سیاسی تاریخچه، نوع و ارکان اصلی حکومت، قانون اساسی، قوای سه‌گانه‌ی مجریه، مقننه و قضاییه، میزان ریسک سیاسی و گروه‌های بانفوذ مطالعه می‌شود.

در بخش محیط قانونی، قوانین مالکیت، مالکیت فکری، گمرکی، کنسولی، ثبت و راه‌اندازی شرکت‌ها، قوانین بانکی، ارزی، مالیاتی و سرمایه‌گذاری و عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری بیان می‌شود.

۱. محیط سیاسی

در این بخش، تاریخچه‌ی کشور، نوع حکومت و نحوه انتخاب رییس و ارکان اصلی کشور، میزان ریسک سیاسی و میزان تاثیر افراد و گروه‌های بانفوذ سیاسی بررسی می‌شود.

۱-۱. تاریخچه‌ی حکومت



از سال ۱۵۱۹ میلادی تا هنگام استقلال، کشور برزیل یکی از مستعمرات پرتغالی‌ها به شمار می‌رفت. طی این دوره زمانی، برزیل به بخش‌های مجزا تقسیم شده بود و هر یک از بخش‌ها در اختیار یکی از شاهزادگان پرتغالی بود.

کشمکش‌های کشورهای قدرتمند آن زمان، زمینه‌ساز استقلال برزیل در هفتم سپتامبر سال ۱۸۲۲ میلادی شد. در این روز حکومت پرتغال به طور رسمی استقلال برزیل را اعلام کرد و پادشاهی آن را به رسمیت شناخت.

با کنار رفتن نخستین پادشاه برزیل، این کشور از سال ۱۸۳۱ تا ۱۸۴۰ میلادی توسط نایب‌السلطنه هدایت می‌شد. طی سال‌های ۱۸۴۰ تا ۱۸۷۰ میلادی این کشور به قطب خرید و فروش برده و صادرات قهوه بدل شد. از سال ۱۸۷۰ میلادی، نبرد میان جمهوری خواهان و دولت آغاز شد. در سال ۱۸۸۹ میلادی، با استعفای پادشاه وقت، حکومت جمهوری در برزیل ایجاد شد. از سال ۱۸۸۹ تا ۱۹۸۸ میلادی، برزیل با سیستم جمهوری اداره شده است.

بازنگری قانون اساسی برزیل در سال ۱۹۸۸ میلادی، راه را برای استقرار جمهوری فدرال در این کشور هموار نمود. همان‌کون این کشور دارای ۲۶ استان و یک بخش فدرال است. امروزه برزیل که آن را غول اقتصادی آمریکای لاتین نیز می‌نامند، یکی از بزرگ‌ترین دموکراسی‌های جهان به شمار می‌رود و حقوق شهروندی در آن به خوبی رعایت می‌شود.

۱-۲. نوع و ارکان اصلی حکومت

برزیل دارای حکومت جمهوری فدرال است. ارکان اصلی حکومت شامل قوه مجریه با پانزده عضو، قوه مقننه (مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان) با ۵۹۴ عضو و قوه قضاییه (دادگاه‌های عالی، فدرال و نظامی) است.

۱-۲-۱. قانون اساسی

برزیل تا پیش از سال ۱۸۲۲ میلادی قانون اساسی نداشت و پادشاهان این کشور بر اساس قوانین کشور پرتغال، دستورهای خود را صادر می‌کردند. در سال ۱۸۲۲ قانون اساسی اولیه این کشور تدوین شد. فراز و نشیب‌های حکومت برزیل موجب شد تا زمینه برای تغییرات قانون اساسی این کشور فراهم شود. قانون اساسی برزیل پس از بازنگری‌های متعدد، در تاریخ پنجم اکتبر سال ۱۹۸۸ میلادی به تصویب رسید.

قانون اساسی دربرگیرنده ۲۵۰ اصل است. قانون اساسی بر پایه برابری اقوام ساکن در برزیل و یکسان بودن حقوق آنها از دیدگاه قانون بنا شده است.

در بند اول قانون اساسی چنین آمده است:

«جمهوری فدرال برزیل بر اساس یکپارچگی سرزمینی و اتحاد ناگسستنی بخش‌های

کشور و در قالب دولتی دموکراتیک شکل گرفته است. اساس وجود دولت، همکاری و تلاش جمعی شهروندان در زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... است. دولت با مراجعه به آرای مردم تعیین شده و مشروعیت می‌یابد.»

بر طبق قانون اساسی برزیل، قوای دولتی بر سه قوه قضاییه، مجریه و مقننه استوار است. این سه قوه در انجام وظایف خود بر اساس این قانون و دیگر قوانین، هماهنگی به عمل می‌آورند و رئیس‌جمهور مرجع تمام این قواست.

۱-۲-۲. قوه مجریه



در برزیل، رئیس‌جمهور ریاست قوه مجریه را بر عهده دارد. رئیس‌جمهور و معاون وی از طریق آرای مردم و برای یک دوره چهار ساله انتخاب می‌شوند. اعضای کابینه بر اساس پیشنهاد رئیس‌جمهور و آرای نمایندگان مجلس مشخص می‌شوند.

رئیس‌جمهور کنونی برزیل آقای لویس ایناسیو لولا داسیلوا^۱ است که از یکم ژانویه ۲۰۰۳ میلادی، این سمت را بر عهده دارد. معاون ارشد ایشان آقای خوزه آرنکار گومز^۲ است. این دو مقام نفرت اصلی دولت برزیل به شمار می‌روند.

آخرین انتخابات این کشور در یکم اکتبر سال ۲۰۰۶ میلادی برگزار شد و انتخاب آینده نیز در سوم اکتبر سال ۲۰۱۰ میلادی برگزار خواهد شد.



۱-۲-۳. قوه مقننه

قوه مقننه یا کنگره ملی برزیل از دو بخش تشکیل شده است. این دو بخش مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان هستند.

1. Luiz Inacio LULA da Silvas
2. Jose ALENCAR Gomes

مجلس ملی سنا دارای ۸۱ کرسی است. از هر یک از ایالات ۲۷ گانه برزیل، سه نماینده برای مدت چهار سال انتخاب می‌شوند.

مجلس نمایندگان نیز دارای ۵۱۳ کرسی است. مجلس نمایندگان مکانی برای گردهمایی نمایندگان مردم برزیل است. بر اساس قانون، هر استان و بخش فدرال مجاز به داشتن نمایندگانی در این مجلس است.

تعداد نمایندگان هر استان بر اساس تعداد شهروندان مقیم آن تعیین می‌شود. تعداد نمایندگان استان‌ها میان هشت تا هفتاد نماینده متغیر است. نمایندگان از طریق آرای عمومی و برای یک دوره چهار ساله انتخاب می‌شوند.

نخستین جلسه مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان برزیل در سال ۱۸۲۶ میلادی تشکیل شد. هدف از تاسیس مجلس سنا و مجلس نمایندگان، ایجاد بستر مناسب برای بررسی کارشناسی قوانین و لویح تدوین‌شده و جلوگیری از تصویب قوانین مشکل‌آفرین برای مردم بوده است.

انتخابات مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان به صورت مرتب برگزار می‌شود. در برزیل، هر قانونی باید به تصویب نمایندگان مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان برسد. در برزیل، مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان دارای ارزش و جایگاهی مشابه هستند. ولی مجلس ملی سنا از قدرت بیشتری در هنگام رای‌گیری برخوردار است. بر اساس قانون:

«رییس مجلس، معاون و دیگر اعضای هیات ریسه مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان با استناد به آرای نمایندگان و اکثریت آرا تعیین می‌شود.»

آخرین انتخابات مجلس ملی سنا برای برگزیدن دو سوم نمایندگان در یکم اکتبر سال ۲۰۰۶ میلادی برگزار شد و انتخابات آینده نیز در اکتبر سال ۲۰۱۰ میلادی برگزار خواهد شد. همچنین آخرین انتخابات مجلس نمایندگان نیز در یکم اکتبر سال ۲۰۰۶ میلادی برگزار شده و انتخابات بعدی در اکتبر سال ۲۰۱۰ میلادی خواهد بود.

۱-۲-۴. قوه قضاییه

سیستم قضایی این کشور بر اساس قوانین داوری و قضاوت ایتالیا بنا شده است. از این رو، قوه قضاییه در بررسی شکایات و دعاوی مطرح شده از قوانین قضایی ایتالیا بهره‌برداری

می‌کند، ولی اجباری به پیروی کامل از آن ندارد. این سیستم در برگیرنده‌ی چندین نهاد قضایی است، از جمله:

❖ دادگاه عالی فدرال.

❖ دادگاه عالی عدالت.

❖ دادگاه فدرال منطقه‌ای.

❖ دادگاه‌های مدنی.

معمولاً اختلافات و دعوای ابتدا در دادگاه‌های مدنی مورد بررسی قرار می‌گیرند. علاوه بر دادگاه‌های یاد شده، این کشور از دادگاه‌های تخصصی در زمینه‌های کار، انتخابات و امور نظامی نیز استفاده می‌کند. در این کشور قضاوت در سن هفتاد سالگی بازنشسته می‌شوند.

❖ دادگاه عالی فدرال

این دادگاه مسوولیت بررسی مسایل سیاسی را بر عهده دارد. از این رو اعضای دادگاه با آرای قانون‌گذاران تعیین می‌شوند. دادگاه عالی فدرال متشکل از یازده وزیر است که توسط رییس‌جمهور انتخاب شده و توسط مجلس سنا تایید می‌شوند.

❖ دادگاه عالی عدالت

این دادگاه مرجع بررسی و اظهار نظر درباره‌ی درخواست‌های فرجام‌خواهی و بازنگری در آرای صادره است.

❖ دادگاه فدرال منطقه‌ای

این دادگاه، دادگاه میانی بین دادگاه مدنی و دادگاه عالی است. از این رو، دادگاه فدرال مسوولیت بررسی و اظهار نظر درباره‌ی پرونده‌ها، پیش از فرستادن آنها به دادگاه‌های عالی را بر عهده دارد.

❖ دادگاه مدنی

این دادگاه نخستین مرجع بررسی اختلافات و مشاجرات کوچک در برزیل است. بخش

بررسی اختلافات خانوادگی نیز در همین دادگاه وجود دارد.

❖ رسیدگی به اختلافات تجاری

رسیدگی و حل و فصل اختلافات تجاری در کشور برزیل در حوزه وظایف اداره دادگستری است. این اداره با ایجاد تنوع در زمینه دادگاه‌های موجود، فرآیند بررسی شکایات و دعاوی تجاری را سرعت بخشیده است. معمولاً اختلافات و دعاواها ابتدا در دادگاه‌های ایالتی مورد بررسی قرار می‌گیرند. با توجه به این امر تجار می‌توانند با توجه به محل اقامت یا اشتغال خود، به دادگاه‌ها مراجعه و اقامه دعوا کنند. در صورت عدم پذیرش رای دادگاه ایالتی، شاکی باید به دادگاه عالی عدالت (یکی از دادگاه‌های فدرال) مراجعه کند.

داوری نوعی شیوه پذیرفته شده برای حل اختلافات تجاری در برزیل است. داوری باید با مجموعه‌ای از الزام‌های حاکم بر انتخاب داوران، مدت زمان داوری و تجدیدنظر در تصمیم داوران مطابقت داشته باشد. در برزیل حکم داوری باید به وسیله دادگاه تایید شود. اختصاص دادگاه‌های ایالتی به دعاوی تجاری موجب تسریع در بررسی شکایات و رفع اختلافات تجاری شده است. مقامات اداره دادگستری برزیل ضمن بهره‌گیری از توانمندی‌ها و امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات توانسته‌اند کانال‌های ارتباطی جدید و مستقیم با مردم ایجاد کنند. ولی تاکنون برزیل کنوانسیون مربوط به حل اختلافات سرمایه‌گذاری میان کشورها را نپذیرفته است. همچنین این کشور عضو مرکز بین‌المللی حل اختلافات مربوط به سرمایه‌گذاری نیست. در سال ۱۹۹۸ میلادی، یک موافقت‌نامه در زمینه‌ی حمایت قانونی از سرمایه‌گذاری خارجی تضمین شده، میان آژانس تضمین سرمایه‌گذاری چندجانبه (میگا) از یک سو و برزیل از سوی دیگر امضا شد.

۳-۱. وضعیت ریسک سیاسی

بر اساس ارزیابی‌های انجام‌شده توسط مراجع بین‌المللی، برزیل در میان کشورهای آمریکای جنوبی از ثبات نسبی بالایی برخوردار است. سرمایه‌گذاری‌های خارجی فراوانی که این کشور در سال‌های گذشته جذب خود کرده است، گویای همین واقعیت است. برابر ارزیابی‌هایی که صندوق ضمانت صادرات ایران انجام داده، این کشور در طبقه‌بندی ریسک، رتبه‌ی سه را داراست و سقف اعتبارات کوتاه‌مدت (زیر دو سال) برای این کشور معادل هفتاد میلیون دلار و برای اعتبارات میان‌مدت و بلندمدت (بالای دو سال) معادل

یکصد و چهل میلیون دلار است.

۴-۱. افراد و گروه‌های بانغوذ

با توجه به این که سیستم حکومتی برزیل سیستمی دموکراتیک است، پست‌های کلیدی سیاسی و اقتصادی در اختیار حزبی است که اکثریت کرسی‌ها را در مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان در اختیار داشته باشد. نمایندگان دیگر احزاب نیز از طریق حضور در مجلس ملی سنا و مجلس نمایندگان و اعلام نظر درباره‌ی برنامه‌های پیشنهادی دولت، در هدایت کشور نقش دارند.

این روند توسط همه‌ی گروه‌ها و دسته‌جات سیاسی برزیل به رسمیت شناخته شده است. در راستای حفظ دموکراسی، احزاب به این فرآیند قانونی پای‌بند هستند. مجموعه قوانین مصوب مجلس درباره‌ی گروه‌های سیاسی، به روشنی روش حضور آنها در فعالیت‌های سیاسی و جایگاه آنها در فعالیت‌های کشور را مشخص نموده است.

با این حال گروه‌های سیاسی زیر را می‌توان، اصلی‌ترین و بانفوذترین بازیگران صحنه‌ی سیاست کشور برزیل دانست:

❖ حزب جنبش دموکراتیک یا PMDB .

❖ حزب کار برزیل یا PTB .

❖ حزب کار جدید برزیل یا PRTB .

❖ گروه جمهوری‌خواهان برزیل یا PRB .

❖ گروه دموکراسی اجتماعی برزیل یا PSDB .

❖ حزب کار مسیحی یا PTC .

❖ حزب کمونیست برزیل یا PCdoB .

۲. محیط قانونی

در این بخش، قوانین مالکیت، مالکیت فکری، گمرکی، کنسولی، سرمایه‌گذاری، ثبت و راه‌اندازی شرکت‌ها، قوانین بانکی، ارزی و مالیاتی، معافیت‌ها و مشوق‌های قانونی سرمایه‌گذاری و عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های

تجاری بیان می‌شود.

۲-۱. حقوق مالکیت



بر اساس قوانین برزیل، اتباع خارجی محدودیتی برای خرید املاک در این کشور ندارند. شهروندان خارجی می‌توانند املاک را برای اقامت یا سرمایه‌گذاری خریداری کنند.

تنها محدودیت در زمینه‌ی حق مالکیت خارجی‌ها، عدم امکان تملک زمین‌های قابل استفاده برای کشاورزی، زمین‌های دارای منابع معدنی و زمین‌های مناطق روستایی

است. این دستور دولتی در راستای حمایت از کشاورزی و منابع طبیعی در برزیل اعمال شده است.

افراد خارجی علاقه‌مند به خرید خانه و زمین در برزیل باید به وزارت دارایی کشور مراجعه و شماره‌ای به نام CPF دریافت کنند. این شماره مانند شماره تامین اجتماعی در دیگر کشورهاست. در هنگام انتقال ملک به خریدار، حضور خریدار در خاک برزیل و امضای اسناد مالکیت توسط فروشنده و خریدار الزامی است. یک تا دو هفته پس از امضای اسناد، ملک به نام خریدار ثبت شده و اسناد آن به مالک تحویل می‌شود.

در سال‌های گذشته دولت برزیل اقدامات فراوانی را در راستای جذب سرمایه‌های خارجی به آن کشور و خرید خانه، آپارتمان و مجتمع‌های تجاری، اداری و صنعتی توسط اتباع خارجی انجام داده است. از این رو با گذر زمان، افراد خارجی با امکان خرید و تملک آسان‌تر املاک در برزیل روبرو می‌شوند.

رئیس و اعضای نمایندگی‌های سیاسی کشورهای خارجی در برزیل و نیز سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای به شرط پذیرش متقابل دولت‌های متبوع، می‌توانند در کشور برزیل خانه‌ی مسکونی داشته باشند.

۲-۲. قانون مالکیت فکری

قانون مالکیت فکری برزیل از بیش‌تر آثار معنوی و فکری حمایت می‌کند. این کشور به سازمان جهانی مالکیت فکری^۱ پیوسته است. برزیل از سال‌های دور، بسیاری از معاهده‌ها و پیمان‌های این سازمان را پذیرفته است، که در زیر به تاریخ عضویت آنها اشاره می‌کنیم:

- ❖ کنوانسیون پاریس^۲ در هفتم جولای ۱۸۸۴.
- ❖ کنوانسیون مادرید^۳ در سوم اکتبر ۱۸۹۶.
- ❖ کنوانسیون برن^۴ در نهم فوریه ۱۹۲۲.
- ❖ کنوانسیون رم^۵ در ۲۹ ستامبر ۱۹۶۵.
- ❖ پیمان وین^۶ در یازدهم دسامبر ۱۹۷۳.
- ❖ کنوانسیون بروکسل^۷ در ۲۱ می ۱۹۷۴.
- ❖ کنوانسیون سازمان جهانی مالکیت فکری^۸ در بیستم مارس ۱۹۷۵.
- ❖ پیمان استراسبورگ^۹ در هفتم اکتبر ۱۹۷۵.
- ❖ کنوانسیون فونوگرام^{۱۰} در ۲۸ نوامبر ۱۹۷۵.
- ❖ پیمان همکاری حق اختراع^{۱۱} در نهم آوریل ۱۹۷۸.
- ❖ پیمان نایروبی^{۱۲} در دهم آگوست ۱۹۸۴.
- ❖ کنوانسیون اتحادیه بین‌المللی حفاظت از گونه‌های گیاهی جدید^{۱۳} در ۲۳ می ۱۹۹۹.
- ❖ پیمان قانون حق اختراع^{۱۴} در دوم ژوئن ۲۰۰۰.

1. WIPO (World Intellectual Property Organization)

2. Paris Convnention

3. Madrid Agreement

4. Berne Convention

5. Rome Convention

6. Vienna Agreement

7. Brussels Convention

8. WIPO Convention

9. Strasbourg Agreement

10. Phonograms Convention.

11. Patent Cooperation Treaty

12. Nairobi Treaty

13. UPOV Convention

14. Patent Cooperation Law

❖ نشان‌های تجاری

اداره ثبت اختراعات برزیل، مسوولیت ثبت و حفاظت از نشان‌های تجاری داخلی و خارجی را بر عهده دارد. این اداره در زمینه ثبت نشان‌های تجاری خارجی از مفاد کنوانسیون پاریس پیروی می‌کند. بر اساس مقررات، شرکت‌های تجاری برزیلی یا خارجی باید تا شش ماه پس از هنگام ایجاد نشانه‌ی تجاری، آن را به ثبت برسانند. اداره ثبت اختراعات ضمن ارایه پیشنهاد به دولت برزیل، زمینه‌ساز تصویب آیین‌نامه‌هایی برای حفظ حقوق نشان‌های تجاری ثبت شده است. دادگاه‌ها و مقامات دولتی برزیل، بازرگانانی را که قانون یاد شده را نقض کرده‌اند، جریمه کرده و تحت پیگرد قرار می‌دهند.

❖ حق تالیف^۱

اداره ثبت اختراعات پس از دریافت تقاضای ثبت و بررسی مستندات مربوطه، نسبت به ثبت اطلاعات دریافتی و حفاظت از حقوق مالکان حق تالیف اقدام می‌کند. بر اساس قانون، دولت به شدت با متخلفین برخورد قانونی می‌کند.

❖ حق انحصاری اختراع^۲

این کشور با استناد به قانون مالکیت صنعتی، اقدام به ثبت حق انحصاری اختراع و حفاظت از حقوق مخترعان می‌کند. یک مخترع می‌تواند حق انحصاری اختراع محصولات یا بهبود فرآیندها و روش‌های موجود را دریافت کند. بر اساس قانون مالکیت صنعتی برزیل، حق انحصاری اختراع زمانی ارایه می‌شود که اختراع تازه و نوآورانه بوده و قابل استفاده در صنعت باشد. درخواست‌ها بایستی به اداره ثبت اختراعات ارایه شود و مخترع موظف است طی دو سال پس از اعطای مجوز، اقدام به بهره‌برداری از آن در مقیاس صنعتی کند. حق انحصاری اختراع پس از ثبت شدن به مدت بیست سال اعتبار دارد و قابل تمدید است.

۲-۳. قانون سرمایه‌گذاری

راهاندازی یک طرح سرمایه‌گذاری توسط یک فرد حقیقی یا حقوقی خارجی در برزیل، نیازمند شرایط خاصی است. بر اساس قوانین این کشور، سرمایه‌گذاری خارجی باید در

1. Copy Right
2. Patent

چارچوب‌های زیر باشد:

- ❖ فعالیت‌های سرمایه‌گذاری بایستی جزو فهرست سرمایه‌گذاری‌های خارجی مجاز در برزیل باشد.
- ❖ درخواست‌کننده‌ی سرمایه‌گذاری بایستی شخصیت حقیقی یا حقوقی شناخته شده داشته باشد.
- ❖ تا پایان دوران سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذار از انتقال یا تبدیل سرمایه خودداری کند. تبدیل سرمایه به وجه نقد برزیل، تنها هنگامی ممکن است که ارزش سرمایه در بازار بورس محلی مشخص شود.
- ❖ سرمایه‌گذاران خارجی باید میزان سرمایه‌گذاری و شرایط آن را طی مدت سی روز از آغاز بهره‌برداری، به آگاهی بانک مرکزی برزیل برسانند.
- ❖ سرمایه‌گذاران باید دارای نماینده‌ای در برزیل بوده و نام نمایندگان در کمیسیون تضمین برزیل ثبت شود.
- ❖ هرگونه وام دریافت‌شده از بانک‌های برزیل باید در بانک مرکزی برزیل ثبت شود. وام‌های دریافت‌شده از دیگر کشورها از این فرآیند پیروی نمی‌کند.
- ❖ سرمایه‌گذاری با همکاری شرکت‌های محلی یا در قالب سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر دارای اولویت است.
- ❖ سرمایه‌گذار باید از موافقت‌نامه‌های برزیل و دیگر کشورها در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری‌های مجاز پیروی کند.
- ❖ سرمایه‌گذار نباید در محاکم قضایی، پرونده تخلفات تولیدی داشته باشد. همچنین سرمایه‌گذار نباید پرونده‌ی سوء استفاده تجاری و مالی در برزیل یا دیگر کشورها داشته باشد.
- ❖ صدور مجوز سرمایه‌گذاری خارجی برای فعالیت موضوع سرمایه‌گذاری، نباید با مفاد موافقت‌نامه‌های بین‌المللی یا منطقه‌ای در تضاد باشد.
- ❖ دولت برزیل برای تشویق سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به منظور راه‌اندازی طرح‌های صنعتی، سیاست‌های تشویقی زیر را اعمال می‌کند:
- ❖ کاهش مالیات بر درآمد و مالیات شرکتی برای دریافت‌کنندگان کمک‌های مالی از سرمایه‌گذاران خارجی.
- ❖ کاهش یا عدم دریافت مالیات از موسسات غیرانتفاعی با توجه به نوع فعالیت آنها.

- ❖ پایبندی به اجرای دقیق قانون مالیات مضاعف.
- ❖ حمایت از فعالیتهای تحقیقاتی در زمینههای مورد نیاز جامعه مانند پزشکی، بیوتکنولوژی، داروسازی و آموزش.

❖ حمایت‌های تجاری از صادرکنندگان

- موسسه توسعه سرمایه‌گذاری و تجارت برزیل مسوولیت حمایت از صادرکنندگان برزیلی را بر عهده دارد. بخشی از برنامه‌های حمایتی از صادرکنندگان این کشور عبارتند از:
 - ❖ بررسی سیاست‌های کنونی در زمینه توسعه تجارت و میزان هم‌خوانی آن با شرایط کشور و جهان.
 - ❖ ارائه پیشنهاد برای تغییرات اساسی در سیاست توسعه تجارت برزیل.
 - ❖ گردآوری و پخش اطلاعات جامع و به‌روز از بازار کشورهای خارجی.
 - ❖ ارزیابی میزان آمادگی شرکت‌ها برای فعالیت در زمینه صادرات.
 - ❖ بررسی بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی در خصوص کالاهای قابل صدور و چگونگی حضور در آنها.
 - ❖ تجزیه و تحلیل تجارت بین‌المللی از دیدگاه‌های کمی و کیفی و ارائه پیشنهاد جهت ارتقای جایگاه کشور در تجارت بین‌الملل.
 - ❖ ایجاد زمینه‌های مناسب برای معرفی شایسته توانمندی‌های شرکت‌های برزیلی و محصولات آنها در بازارهای جهانی به همراه گسترش حیطه بازاریابی محصولات آن کشور در جهان.
 - ❖ همکاری با دولت‌ها، سازمان‌های بازرگانی خارجی، سازمان‌های توسعه تجارت بین‌المللی و سفارت‌های برزیل در دیگر کشورها برای افزایش دامنه حضور بازرگانان برزیلی در جهان.
 - ❖ طراحی و معرفی پروژه‌های جامع جهت تشویق شرکت‌های برزیلی به فعالیت صادراتی.
 - ❖ ایجاد بسترهای مناسب برای حضور تجار برزیلی در نمایشگاه‌های بین‌المللی.
 - ❖ جذب و هدایت سرمایه‌های داخلی و خارجی به شرکت‌های تجاری برزیلی.

- ❖ مشارکت در طرح‌های توسعه و حمایت از صادرات مانند فاینانس بلندمدت، ضمانت صادرات ریسک‌های اقتصادی و
 - ❖ امضای موافقت‌نامه‌های اقتصادی و تجاری دوجانبه و چندجانبه.
 - ❖ ارایه خدمات مشاوره‌ای و بازاریابی به شرکت‌های علاقه‌مند به فعالیت صادراتی.
- برای آگاهی‌های بیشتر می‌توان به پایگاه اینترنتی موسسه توسعه سرمایه‌گذاری و تجارت برزیل به نشانی www.apexbrasil.com.br مراجعه کرد.

۲-۴. مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب و کار)

آغاز فعالیت یک شرکت در برزیل نیازمند طی مراحل شانزده‌گانه و ارایه مستندات مورد نیاز به ادارات دولتی از جمله اداره ثبت تجارت ایالتی، سازمان ملی تامین اجتماعی، وزارت دارایی و شهرداری این کشور است. مراحل ثبت شرکت جدید در برزیل در جدول شماره ۱ ارایه شده است.

جدول ۱: مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب و کار)

شماره مرحله	عنوان مرحله	مدت زمان لازم	هزینه‌های لازم
اول	بررسی امکان استفاده از نام شرکت، در اداره ثبت تجارت ایالتی.	یک روز	۹ ریل
دوم	پرداخت هزینه‌های ثبت شرکت.	یک روز	هزینه‌ها توسط اداره ثبت مشخص می‌شوند.
سوم	ثبت شرکت در دفتر مرکزی هیات تجاری ایالت و دریافت شماره شناسایی.	یک روز	۵۹/۰۶ ریل برای ثبت شرکت + پنجاه ریل برای تسریع در انجام اقدامات.

شماره مرحله	عنوان مرحله	مدت زمان لازم	هزینه‌های لازم
چهارم	ثبت شرکت در وزارت دارایی جهت تعیین میزان مالیات‌های ایالتی و فدرال، دریافت شماره CNPJ و ثبت مشخصات کارمندان در سازمان ملی تأمین اجتماعی (INSS).	حدود یک ماه (شامل زمان‌های بررسی نیز است).	بدون هزینه
پنجم	گرفتن تایید ثبت شماره‌های صادره توسط سازمان ملی تأمین اجتماعی.	یک روز (هم‌زمان با مرحله پیشین)	بدون هزینه
ششم	دریافت نتیجه بازرسی مالیات ایالتی.	یک روز (هم‌زمان با مرحله پیشین)	بدون هزینه
هفتم	ارایه درخواست مجوز چاپ صورت حساب از اداره درآمد وزارت امور اقتصادی و دارایی.	یک روز	بدون هزینه
هشتم	ثبت شرکت در دفتر مالیات‌های شهری در شهرداری محل فعالیت.	پنج روز	بدون هزینه
نهم	پرداخت مالیات تأسیس شرکت (TFE) به دفتر مالیات‌های شهری.	یک روز (هم‌زمان با مرحله پنجم)	سیصد ریل (با توجه به عملکرد شرکت متغیر است)
دهم	دریافت مجوز چاپ رسید و صورت حساب از وزارت دارایی.	یک روز	بدون هزینه
یازدهم	ارایه سفارش چاپ رسیدها و صورت حساب‌ها به شرکت‌های دارای مجوز چاپ اسناد.	سه روز	ششصد ریل (برای چاپ هزار صفحه)
دوازدهم	دریافت مجوزهای آتش‌نشانی از ایالت مورد نظر.	نود روز	بدون هزینه
سیزدهم	ثبت نام کارکنان در سازمان تأمین اجتماعی.	یک روز، هم‌زمان با مرحله ۱۲.	بدون هزینه
چهاردهم	ثبت نام کارکنان شرکت در صندوق حمایت از بیکاران.	یک روز، هم‌زمان با مرحله ۱۲.	بدون هزینه

شماره مرحله	عنوان مرحله	مدت زمان لازم	هزینه‌های لازم
پانزدهم	ارایه اعلامیه آغاز به کار به وزارت کار.	یک روز، هم‌زمان با مرحله ۱۲.	بدون هزینه
شانزدهم	ثبت شرکت در اتحادیه‌های صنفی و حمایت از کارمندان.	پنج روز، هم‌زمان با مرحله ۱۲.	هزینه سالیانه بستگی به نوع اتحادیه می‌باشد.

www.doingbusiness.org

۲-۵. قوانین گمرکی

آیین‌نامه‌ی دولتی تعیین کالاهای مشمول مالیات، چارچوب فعالیت‌های اداره گمرک برزیل را تعیین می‌کند. بر اساس این آیین‌نامه، در هنگام وارد کردن کالا به برزیل و به شرط تولید کالاها در آن کشور، کالاهای مورد نظر مشمول معافیت‌های مالیاتی هستند. برقراری مالیات‌های ایالتی و فدرال در برزیل، موجب شده که هزینه واقعی واردات کالاها دو برابر شود.

تعرفه واردات کالا به برزیل در سال ۲۰۰۸ میلادی، از صفر تا ۳۵ درصد و میانگین آن برابر با ۱۱/۴۶ درصد بوده است. بر اساس قوانین گمرکی برزیل، واردات برخی از کالاها به این کشور ممنوع است. این کالاها عبارتند از:

- ❖ فرآورده‌های خونی خارجی.
- ❖ کالاهای کهنه و کارکرده مانند ماشین‌آلات، خودرو، پوشاک، تجهیزات پزشکی و لاستیک.

محاسبه تعرفه کالاهای وارداتی به برزیل بر مبنای ارزش CIF است. برای واردات این کالاها، واردکننده باید همه‌ی هزینه‌های قانونی را پرداخت کند.

از سوی دیگر این کشور از اعضای سازمان کشورهای آمریکایی و اتحادیه کشورهای آمریکای لاتین به شمار می‌رود. از این رو برزیل از موافقت‌نامه با کشورهای یادشده در خصوص وضع مالیات‌های گمرکی نیز تبعیت می‌کند. برای دسترسی به اطلاعات بیشتر و همچنین فهرست کالاهای معاف از حقوق گمرکی می‌توان به پایگاه اداره گمرک برزیل به نشانی www.receita.fazenda.gov.br مراجعه کرد. گفتنی است که این کشور از

سال ۱۹۹۵ میلادی به عضویت سازمان جهانی تجارت درآمده است.

۲-۶. قوانین بانکی

بانک مرکزی برزیل، مسوول اصلی سیاست‌های پولی این کشور است. بر اساس سیاست‌های دولت و اقدامات بانک مرکزی، بانک‌ها از انواع سیستم‌های بانکداری و پرداخت الکترونیکی برای ارائه خدمات به مشتریان خود بهره می‌برند.

این کشور با ایجاد شبکه بانکی ویژه خود توانسته، با رکود اقتصادی و فشارهای اقتصادی مقابله کند.

برخی از مهم‌ترین بانک‌های برزیل شامل موارد زیر می‌شود:

- ❖ Banco do Brasil
- ❖ Caixa Económico Federal
- ❖ Bradesco
- ❖ Itaú
- ❖ Unibanco
- ❖ Santander- Banespa
- ❖ Banco Real (ABN AMRO)
- ❖ HSBC
- ❖ Safra
- ❖ Nossa Caixa

در دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی، بیش‌تر موسسات مالی این کشور به بخش خصوصی واگذار شده‌اند. بانک‌ها و موسسات مالی این کشور، انواع خدمات مالی را ارائه می‌دهند. یک موسسه‌ی مالی و دو بانک، بزرگ‌ترین بانک‌های برزیلی هستند. آمریکا و برخی از کشورهای خارجی، بخش بزرگی از سهام بازارهای مالی برزیل را در اختیار دارند. در سیستم مالی برزیل، بیش از ۱,۹۰۰ بانک و موسسه مالی و اعتباری، با سرمایه‌ای بیش از ۱,۵۰۰ میلیارد دلار فعالیت می‌کنند.

۷-۲. قوانین ارزی

در برزیل محدودیت قانونی برای میزان خرید و فروش ارز وجود ندارد. بسیاری از موسسات ارزی و بانکها، وظیفه تبدیل ارزهای رایج را بر عهده دارند. بانکها بابت ارائه خدمات تبدیل ارز در حدود ۰/۳۸ درصد ارزش پول و صرافیها بین ۲/۲۹ تا ۲/۳۶ درصد ارزش پول را به عنوان کارمزد دریافت می‌نمایند.

در این کشور محدودیتی برای ارسال ارز به خارج از کشور وجود دارد. بر اساس قوانین بانکی برزیل، انتقال ارز به خارج از کشور تنها با داشتن حساب بانکی در کشور مقصد ممکن است.

۸-۲. قوانین مالیاتی

اداره مالیات بر درآمد برزیل، مسوول امور مالیاتی در این کشور است. قوانین مالیاتی کشور برزیل به گونه‌ای است که، همه‌ی افراد حقیقی و حقوقی ملزم به پرداخت مالیات بر درآمد هستند. افراد خارجی که در این کشور اقامت دائم دارند و بیش از دوازده ماه در برزیل اقامت داشته‌اند، باید مالیات بر درآمد خود را به اداره مالیات بر درآمد پرداخت کنند.

سال مالی برزیل بر اساس سال میلادی، از اول ژانویه تا ۳۱ دسامبر (یازدهم دی ماه تا دهم دی سال آینده) است. سه نوع مالیات اصلی در برزیل شامل مالیات‌های فدرال، ایالتی و شهری است. مالیات‌های فدرال در این کشور جزو مهم‌ترین مالیات‌ها به شمار می‌روند، که دربردارنده‌ی موارد زیر هستند:

❖ مالیات بر درآمد شرکت.

❖ عوارض واردات کالا.

❖ مالیات صادرات.

❖ مالیات بر کالاهای تولیدشده.

❖ مالیات بر انتقال دارایی.

❖ تامین منابع مالی تامین اجتماعی.

مالیات‌های ایالتی شامل مالیات خرید و فروش کالاها و خدمات، ماشین‌آلات، کمک‌های

مالی و ارث هستند. مالیات‌های شهری نیز از مالیات خدمات، مالیات انتقال ملک توسط معاملات املاک و مالیات دارایی معاملات املاک تشکیل می‌شود.

بر اساس قوانین مالیاتی برزیل، از موارد زیر مالیاتی دریافت نمی‌شود:

- ❖ خریداران وثیقه‌های دولتی.
- ❖ صندوق‌های سرمایه‌گذاری فعال در پروژه‌های زیربنایی.
- ❖ درآمد سرمایه‌گذاری در صنایع تا پنج سال پس از راه‌اندازی.
- ❖ شرکت‌های بخش خصوصی فعال در زمینه‌های آموزشی و اجتماعی.

۹-۲. قوانین کنسولی

بر اساس قوانین کنسولی، بیشتر شهروندان خارجی برای ورود به خاک برزیل به روادید نیاز دارند. شرایط صدور روادید در برزیل نسبتاً آسان است. سه نوع روادید در این کشور صادر می‌شود، که عبارتند از:

❖ روادید بازرگانی

برای دریافت روادید بازرگانی، گذرنامه‌ی معتبر با دست‌کم شش ماه اعتبار مورد نیاز است. درخواست‌کننده باید فرم تقاضای روادید تجاری را تکمیل کرده و به نزدیک‌ترین سفارت یا کنسول‌گری برزیل ارایه دهد. همچنین فرد متقاضی باید معرفی‌نامه‌ای از شرکت یا موسسه محل کار خود دریافت کرده و به بخش روادید کنسول‌گری یا سفارت برزیل تحویل دهد. دو قطعه عکس و مدارک واکسیناسیون خود و همراهان نیز از دیگر مدارک مورد نیاز است. مأمورین برای واکسیناسیون مسافران به ویژه بر علیه تب زرد حساسیت بالایی دارند. به دلیل عدم وجود امکان دریافت روادید در فرودگاه، درخواست‌کننده باید پیش از حرکت روادید معتبر دریافت کند. برای روادید بازرگانی باید دقت شود که:

- ❖ روادید باید تا نود روز استفاده شود، در غیر این صورت از درجه اعتبار ساقط می‌شود.
- ❖ ارایه مستندات بانکی نشان‌دهنده داشتن منابع مالی کافی برای اقامت یا ضمانت الزامی است.
- ❖ تحویل دادن رونوشت بلیط رفت و برگشت توسط درخواست‌کننده ضروری است.

- ❖ حداکثر زمان اقامت در برزیل نود روز است.
- ❖ به همراه هر برگ درخواست روادید، دو قطعه عکس نیز باید تحویل داده شود.

❖ روادید اقامت یا کار

درخواست‌کننده کار در برزیل باید از کانال نهادها و شرکت‌های محلی، به وزارت کار این کشور معرفی شود. در صورت تایید درخواست، وزارت کار نظر خود را برای نزدیک‌ترین کنسول‌گری می‌فرستد. کنسول‌گری نیز بر اساس مقررات، نسبت به صدور روادید کار اقدام می‌کند. در چنین شرایطی متقاضی باید مجموعه مدارک زیر را تحویل دهد:

- ❖ گذرنامه با دست‌کم شش ماه اعتبار.
- ❖ دو نسخه فرم تکمیل شده تقاضای صدور روادید.
- ❖ مدارک تاییدکننده عدم سوء پیشینه در کشور محل سکونت.
- ❖ مبلغ یک‌صد دلار از هر نفر درخواست‌کننده (در صورتی که درخواست‌کننده شخصاً مدارک را ارائه ندهد، مبلغ ده دلار نیز برای بررسی مدارک دریافت می‌شود).
- ❖ مدارک سلامت و واکسیناسیون خود و همراهان.
- ❖ دو قطعه عکس.

کنسول‌گری مجاز است در صورت نیاز، مدارک دیگری نیز از فرد درخواست‌کننده.

❖ روادید گردشگری

متقاضی باید تقاضای ویزای گردشگری را به نزدیک‌ترین سفارت یا کنسول‌گری برزیل ارائه کند. شرایط صدور این روادید، مانند دو نوع روادید قبلی است.

این کشور برای تسهیل ورود و اقامت هنرمندان، استادان، پژوهشگران و دانشمندان، به آنها «روادید فرهنگی» ارائه می‌دهد. بیش‌ترین مدت اقامت با استفاده از این روادید دو سال است. درخواست‌کننده‌ی این نوع روادید نباید از طریق موسسات برزیلی مبلغی را دریافت کند. محققین، دانشمندان و اساتید از این قاعده مستثنی هستند. به طور کلی، هزینه پرداخت شده برای دریافت روادید، غیرقابل برگشت است. برای هرگونه مسافرت به این کشور بهتر است، به نکات زیر توجه شود:

- ❖ مراقب اشیای ارزشمند و مدارک مسافرتی خود باشید و اصل گذرنامه خود را در صندوق امانات هتل یا محل اقامت نگهداری کنید.
- ❖ چنانچه به هر دلیل توسط پلیس محلی بازداشت شدید، از مامورین بخواهید به استناد ماده‌ی ۳۶ کنوانسیون وین درباره‌ی امور کنسولی، سریعاً سفارت یا نزدیک‌ترین سرکنسول‌گری ایران را از موضوع آگاه سازند.
- ❖ اگر به زبان محلی آشنایی ندارید، از امضای هرگونه اوراق و اسناد خودداری کنید. البته افراد در این کشور تحت حاکمیت قوانین محلی هستند و وظایف نمایندگی ایران مبنی بر ارایه‌ی خدمات کنسولی، به معنای نقض قوانین کشور میزبان نیست.
- ❖ پیشنهاد می‌شود هنگام سفر به این کشور از تسهیلات مربوط به بیمه مسافر استفاده کنید.

۳. عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری

این کشور در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری بسیاری عضویت دارد.

۳-۱. عضویت در سازمان‌های مهم بین‌المللی

این کشور عضو یا ناظر سازمان‌های بین‌المللی بسیاری است. این سازمان‌ها عبارتند از:

- ❖ سازمان جهانی تجارت!
- ❖ صندوق بین‌المللی پول.
- ❖ آژانس تضمین سرمایه‌گذاری چندجانبه.
- ❖ سازمان جهانی استاندارد.
- ❖ سازمان جهانی حقوق مالکیت فکری.
- ❖ شورای امنیت سازمان ملل متحد (عضو موقت).
- ❖ سازمان غذا و کشاورزی.

- ❖ اتحادیه بین‌المللی مخابرات.
- ❖ انجمن مدیریت منابع اطلاعات.
- ❖ جمعیت صلیب سرخ.
- ❖ سازمان بین‌المللی کار.
- ❖ پلیس بین‌المللی.
- ❖ کنفدراسیون جهانی کار.
- ❖ سازمان بهداشت جهانی.
- ❖ آژانس بین‌المللی انرژی اتمی.
- ❖ سازمان جهانی هوانوردی غیرنظامی.
- ❖ دادگاه جرایم بین‌المللی.
- ❖ سازمان بین‌المللی دریانوردی.
- ❖ کمیته بین‌المللی المپیک.
- ❖ سازمان بین‌المللی مهاجرت.
- ❖ سازمان ملل متحد.
- ❖ سازمان علمی فرهنگی آموزشی ملل متحد (یونسکو).
- ❖ کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد.
- ❖ سازمان توسعه صنعتی ملل متحد.
- ❖ سازمان جهانی گردشگری ملل متحد.
- ❖ اتحادیه جهانی پست.
- ❖ سازمان جهانی هواشناسی.
- ❖ بانک ترمیم و توسعه بین‌المللی.
- ❖ صندوق بین‌المللی توسعه کشاورزی.
- ❖ کنفرانس بازرگانی و توسعه ملل متحد (آنکتاد).
- ❖ فدراسیون جهانی اتحادیه‌های تجاری.

- ❖ کمیسیون بازرسی، نظارت و تایید ملل متحد.
 - ❖ گروه تامین‌کنندگان انرژی اتمی.
 - ❖ اتحادیه کشورهای آمریکای لاتین.
 - ❖ سازمان کشورهای آمریکایی.
- این کشور هم چنین عضویت در پیمان‌های زیر را پذیرفته است:
- ❖ برنامه توسعه سازمان ملل متحد.
 - ❖ پیمان حفاظت از قطب جنوب.
 - ❖ پیمان منع گسترش سلاح‌های بیولوژیکی.
 - ❖ سازمان جلوگیری از گسترش سلاح‌های کشتار جمعی.
 - ❖ پیمان دفاع از تنوع زیستی و محیط زیست.
 - ❖ پیمان انهدام زباله‌های پرخطر.
 - ❖ پیمان پاک‌سازی دریاها از زباله‌ها.
 - ❖ پیمان بهره‌برداری از دریا.
 - ❖ پیمان محدودیت آزمایش اتمی.
 - ❖ پیمان حفاظت از لایه اوزون.
 - ❖ پیمان حفاظت از آلودگی دریاها توسط کشتی‌ها.
 - ❖ پیمان حفاظت از موجودات دریایی و جلوگیری از شکار وال‌ها.
 - ❖ پیمان حفاظت از تنوع گیاهی مناطق گرمسیری.
 - ❖ پیمان مقابله با پیش‌روی صحراها.

این کشور به گروه ۷۷-G، گروه ۲۰-G، گروه ۲۴-G و گروه ۱۵-G نیز پیوسته است.

۳-۲. عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری

امروزه عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری، از اهمیت بسیار بالایی در تجارت بین‌الملل برخوردار است. یکی از اهداف موافقت‌نامه‌های تجاری میان

کشورها، رساندن تعرفه‌های گمرکی به حد صفر است. عدم عضویت در این پیمان‌ها و موافقت‌نامه‌ها، به معنای محروم شدن از منافع موافقت‌نامه‌های مذکور به ویژه در زمینه صادرات است.

برزیل عضو پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی بسیاری است. این پیمان‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری عبارتند از:

- ❖ موافقت‌نامه انسجام اقتصادی بازار مشترک آمریکای جنوبی (مرکوسور)^۱، در زمینه کالاها و خدمات.
- ❖ سیستم جهانی ترجیحات تعرفه‌ای میان کشورهای در حال توسعه^۲.
- ❖ موافقت‌نامه ترجیحات تعرفه‌ای «انجمن یکپارچه‌سازی آمریکای لاتین»^۳.
- ❖ موافقت‌نامه ترجیحات تعرفه‌ای کشورهای مرکوسور با هندوستان.
- ❖ موافقت‌نامه ترجیحات تعرفه‌ای «پروتکل مذاکرات تجاری»^۴.

اتحادیه «مرکوسور» دربردارنده کشورهای آرژانتین، برزیل، اروگوئه و پاراگوئه است. یکی از نتایج این همکاری، تعیین تعرفه گمرکی خارجی مشترک برای کالاهای تجاری است. از سوی دیگر، این منطقه با کمیسیون اروپا موافقت‌نامه‌ای در زمینه‌ی گمرک و وضع مالیات بر کالاها به امضا رسانده است.

برزیل از سال ۱۹۹۵ میلادی، عضو سازمان جهانی تجارت است. این کشور در راستای اجرای برنامه‌های آن سازمان در زمینه‌ی توسعه تجارت، اقدامات فراوانی را انجام داده است. یکی از این موارد، حذف تعرفه گمرکی برای محصولات کشورهای عضو اتحادیه‌های گمرکی منطقه مرکوسور و انجمن یکپارچه‌سازی آمریکای لاتین است.

برزیل به طور سنتی رهبری روابط کشورهای آمریکای لاتین را بر عهده داشته و نقش مهمی در فعالیتهای صلح‌آمیز جهانی ایفا می‌کند. برزیل عضوی از سازمان دولت‌های آمریکایی (OAS) است. در سال‌های گذشته این کشور، اولویت اصلی خود را بر ایجاد روابط نزدیک‌تر با همسایگان آمریکای لاتین خود گذاشته است.

1. Mercosur

2. Global System of Trade Preferences among Developing Countries (GSTP)

3. Latin American Integration Association (LATA)

4. Protocol on Trade Negotiations (PTN)

فصل دوم

محیط فرهنگی

در این فصل به مطالبی هم‌چون دین، زبان، علایق و الگوی زندگی و مصرف، نهادهای اجتماعی و دینی، رسانه‌ها، عادات خرید و مصرف، تعطیلات، اعیاد و جشن‌ها، دیدگاه کلی نسبت به ایران، فرهنگ مذاکره، نقش هدایا و سوغات، ارزش‌های غالب و آداب و رسوم خاص مردم برزیل پرداخته می‌شود.

۱. ارکان فرهنگی و اجتماعی

در این قسمت، نخست با ارکان اصلی تشکیل دهنده‌ی فرهنگ برزیل، هم‌چون دین و زبان و سپس با آداب و رسوم کلی مردم این کشور آشنا می‌شویم.



۱-۱. دین

بیشتر جمعیت برزیل را پیروان آیین مسیحیت تشکیل می‌دهند. در حدود ۷۳/۶ درصد از مردم این کشور مسیحی کاتولیک، ۱۵/۴ مسیحی پروتستان هستند. یازده درصد نیز معتقدان به ماوراءالطبیعه، دیگر ادیان و بی‌دینان هستند.

۱-۲. زبان

زبان رسمی کشور و زبان اصلی مردم برزیل پرتغالی است. انگلیسی، اسپانیایی و فرانسوی دیگر زبان‌های مورد استفاده در برزیل هستند. هم‌چنین در میان گروه‌های اندکی از مردم

و خارجی‌ها زبان‌های ایتالیایی، ژاپنی و آلمانی نیز رواج دارد.

۳-۱. الگوی زندگی

مردم برزیل به عنوان یک ملت بزرگ، دارای الگوی زندگی و ویژگی‌های رفتاری خاص خود هستند که در زیر به برخی از آنها اشاره می‌شود:



❖ برزیلی‌ها توجه زیادی به نحوه صرف غذا و میوه دارند. در این زمینه تبعیت از قواعد صرف غذا بسیار مهم است.

❖ استفاده از انگشتان برای برداشتن غذا یا میوه در جمع موجب تنزل جایگاه اجتماعی فرد می‌شود.

❖ احترام به جایگاه افراد در کلیه اماکن و موقعیت‌ها ضروری است.

❖ مواد غذایی باید به اشتراک گذاشته شود. این امر در زمانی که میزان غذایی کم باشد، ضروری است.

❖ قهوه فقط در زمان صرف صبحانه سرو می‌شود. در سایر زمان‌ها قهوه پس از صرف غذا نوشیده می‌شود.

❖ پرداخت صورت‌حساب توسط یک فرد یا به صورت اشتراکی انجام می‌شود. در این شرایط به غذاهای سفارش داده شده توسط افراد توجه نمی‌شود.

❖ برزیلی‌ها به میزان غذای صرف‌شده توسط مهمان توجه دارند و از شکوه و اعتراض در خصوص غذا ناراحت می‌شوند.

۴-۱. نهادهای اجتماعی و دینی

بیش‌تر مردم برزیل مسیحی هستند و با وجود این که اقلیت‌های مذهبی فراوانی نیز در آن زندگی می‌کنند، هم‌زیستی و سازش خوبی میان مردم این کشور وجود دارد. قانون نیز آزادی عمل ادیان و گرایش‌های اعتقادی را به رسمیت می‌شناسد.



با توجه به سوابق سیاسی برزیل، جایگاه ویژه آن در آمریکای لاتین و عضویت آن در سازمان‌ها و مجامع گوناگون بین‌المللی، این کشور شاهد فعالیت احزاب سیاسی پرشمار است. این گروه‌ها در انتخابات‌های رسمی نقش فعال و جدی دارند. در این کشور هیچ حزبی تاکنون نتوانسته به تنهایی زمام امور را در دست بگیرد. در برزیل حزب «حرکت دموکراتیک برزیل» بیش‌ترین تعداد اعضا را دارد. آنها در شرایط و موقعیت‌های بحرانی نقش جدی و فعالی دارند.

در برزیل اتحادیه‌های شغلی و صنفی رسمیت دارند و به تبع آن، سازمان‌های ناظر حقوق بشر نیز در این کشور دیده می‌شوند. در قوانین کشور برزیل، زنان مجاز به فعالیت در همهی زمینه‌ها بوده و محدودیت خاصی در این زمینه مشاهده نمی‌شود. بر اساس اطلاعات و آمار موجود، زنان نقش بسیار مهمی در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی برزیل دارند. زنان برزیلی از پوشش سنتی و غربی، جهت حضور در موقعیت‌های مختلف اجتماعی و شغلی استفاده می‌کنند.

بر اساس آخرین آمارهای رسمی، در برزیل نزدیک به ۲۸ هزار مسلمان زندگی می‌کنند. این آمار در شرایطی بیان می‌شود که رهبران جامعه اسلامی برزیل، تعداد مسلمانان را بیش از هفتصد هزار و حتی تا سه میلیون نفر برآورد می‌کنند. ساؤپولو بزرگ‌ترین مرکز تجمع مسلمانان برزیل است. مسلمانان این کشور از چهل مسجد برای انجام مراسم مذهبی استفاده می‌کنند. بیشتر مساجد در شهر ساؤپولو هستند. قدیمی‌ترین و مهم‌ترین مسجد در مکانی به نام «دو استادو»^۱ قرار دارد. مراکز اسلامی برزیل که در برازیلیا و جوندیای قرار دارند، مسوولیت برگزاری و هماهنگی مراسم مذهبی مسلمانان را بر عهده دارند. مسجد برزیل^۲ قدیمی‌ترین مسجد برزیل می‌باشد. برخی از مساجد مهم برزیل عبارتند از:

❖ مسجد **Giuliana Napolitano**.

❖ مسجد **Mesquita Islamica**.

1. Av. Do Estado
2. Mesquita Brasil

❖ مسجد Mesquita do Bras

۵-۱. رسانه‌ها

ارتباطات در برزیل توسط شرکت‌های بزرگ بخش خصوصی مدیریت و نظارت می‌شود. در این کشور، ۱.۶۸۲ ایستگاه رادیویی و ۷۸ فرستنده تلویزیونی وجود دارد. شبکه رادیو و تلویزیون برزیل یکی از بزرگ‌ترین و فراگیرترین شبکه‌های تلویزیونی در نوع خود به شمار می‌رود.

برزیل بیش‌ترین تعداد روزنامه‌ها پس از آلمان، مکزیک و روسیه را دارد، ولی تعداد نسخه‌های چاپ شده‌ی آنها کم است. معروف‌ترین روزنامه‌ها، O Estado de São Paulo و Folha de São Paulo در شهر سائوپولو و همچنین O Dia و do Brasil در شهر ریودوژانیرو هستند.

از مجموع ۷۸ فرستنده تلویزیونی، سه فرستنده تلویزیونی متعلق به بخش دولتی و مابقی متعلق به بخش خصوصی هستند. برخی از ایستگاه‌های تلویزیونی برزیل عبارتند از:

- ❖ Rede Globo
- ❖ SBT
- ❖ Rede Record
- ❖ Rede Bandeirantes
- ❖ CNT
- ❖ TV Gazeta
- ❖ Rede TV!
- ❖ Rede Brasil de Televisão
- ❖ NGT
- ❖ Rede Família
- ❖ TV Brasil
- ❖ TV Cultura

- ❖ Rede Minas
- ❖ TV Betim
- ❖ TV Senado
- ❖ TV Câmara
- ❖ NBR

۱-۶. عادات خرید و مصرف

بر اساس آمارها و گزارش‌های اقتصادی برزیل، مردم این کشور از درآمد سرانه نسبتاً مناسبی برخوردار هستند. وجود اقوام مختلف، اقامت بازرگانان کشورهای مختلف جهان، ارزش و حجم بالای ترانزیت کالاهای متنوع از طریق زیرساخت‌های این کشور و جایگاه کشور در میان کشورهای آمریکای لاتین موجب شده تا مردم برزیل عادات خرید و مصرف خاصی داشته باشند. آنها به تنوع کالایی در بازارهای خود عادت دارند و معمولاً اجناس را با یکدیگر مقایسه می‌کنند.

بیش‌تر مردم برزیل در جستجوی کالاهایی نو، بادوام و با قیمت مناسب هستند. خریداران این کشور توجه خاصی به مواد غذایی داشته و زمان زیادی را صرف خرید و تهیه آنها می‌کنند.



رفتار خریداران برزیلی به سرعت در حال تغییر است. این روند در بین همه‌ی اقشار مردم کشور قابل مشاهده است. با این وجود خریداران برزیلی به دنبال کسب رضایت از کالای خریداری‌شده و تهیه کالاهای دوست‌دار طبیعت و قابل بازیافت هستند.

معمولاً خریداران به سابقه‌ی فروشنده توجه دارند و تلاش می‌کنند تا از فروشندگان خوش سابقه خریدار کنند.

با توجه با درآمد سرانه بالا، پایداری عوامل اقتصاد کلان، حضور طبقه میانی قدرتمند و مکانیزم مطمئن برای موازنه میان عرضه و تقاضا، در صورت فراوانی یک محصول یا

کالای خاص قدرت چانه‌زنی مشتری و حق انتخاب او برای انتخاب کالای مشابه میان عرضه‌کنندگان مختلف افزایش می‌یابد.

۷-۱. تعطیلات رسمی



سال نوی میلادی، روز استقلال، چهارشنبه خاکستری، زادروز آزادی‌خواه برزیلی، روز کارگر، روز کودکان و روز اعلام جمهوری از جمله تعطیلات رسمی برزیل هستند. زمان برگزاری مراسم و تعطیلات رسمی برزیل عبارت‌اند از:

- ❖ سال نوی میلادی: یکم ژانویه.
- ❖ تاسیس ریو دو ژانیرو: بیستم ژانویه.
- ❖ تاسیس سائوپائولو: ۲۵ ژانویه.
- ❖ کارناوال: دوازدهم تا هفدهم فوریه (سه‌شنبه‌ی پس از چهارشنبه خاکستری).
- ❖ جمعه قبل از عید پاک: دوم آوریل.
- ❖ زادروز تیرادانتس^۱ آزادیخواه: ۲۱ آوریل.
- ❖ عید قربان مسیحیان^۲: ۶۲ روز پس از عید پاک برابر با سوم ژانویه.
- ❖ روز استقلال: هفتم سپتامبر.
- ❖ روز آپارسیدا^۳ پشتیبان برزیل: دوازدهم اکتبر.
- ❖ روز استغاثه برای ارواح: دوم نوامبر.
- ❖ روز کارگر: یکم می.
- ❖ روز اعلام جمهوری: پانزدهم نوامبر.
- ❖ بعد از ظهر کریسمس: ۲۴ دسامبر.
- ❖ روز کریسمس: ۲۵ دسامبر.

1. Tiradentes
2. Corpus Christi
3. Aparecida

❖ بعد از ظهر سال نوی میلادی: ۳۱ دسامبر.

بر اساس قانون کار برزیل، تعطیل شدن یازده روز از مجموعه تعطیلات این کشور، برای کارمندان و کارکنان دولت اجباری است.

۱-۲-۱. اعیاد و جشن‌ها

روزها و مناسبت‌های مهم در کشور برزیل به دو دسته‌ی مناسبت‌های مذهبی و مناسبت‌های قومی و قبیله‌ای تقسیم می‌شوند.



❖ مناسبت‌های مذهبی

در برزیل پیروان ادیان مسیحیت، اسلام، یهودیت، بودا و آیین شینتو به همراه معتقدان به ارتباط با ماوراء الطبیعه، سایر ادیان و بی‌دینان زندگی می‌کنند. از این رو در این کشور مناسبت‌های مذهبی متعددی وجود دارد.

تعطیلات و مناسبت‌های مذهبی برزیل عبارتند از:

❖ جمعه قبل از عید پاک.

❖ عید پاک.

❖ روز کریسمس.

❖ جشن عید قربان مسیحیان^۱.

❖ جشن فریادرسی به ارواح^۲.

❖ مناسبت‌های قومی و قبیله‌ای

برخی از مناسبت‌های قومی و قبیله‌ای برزیل عبارتند از:

1. Corpus Christi
2. All Souls' Day

- ❖ روز سرخپوستان: نوزدهم آوریل.
- ❖ روز مادر: دومین یکشنبه می.
- ❖ انقلاب پیروان قانون اساسی: نهم جولای.
- ❖ روز سرباز: ۲۵ آگوست.
- ❖ روز پدر: دومین یکشنبه آگوست.
- ❖ روز کودکان: دوازدهم اکتبر.
- ❖ روز بیداری سیاهان: بیستم نوامبر.
- ❖ چهارشنبه خاکستری: ۴۴ روز پیش از روز جمعه پاک (تنها صبح این روز تعطیل است).

روزهای کاری تجاری در برزیل، دوشنبه تا جمعه هر هفته و ساعات کاری از ۹ صبح تا ۷ بعد از ظهر است. ساعات کار در روز شنبه از ساعت ۹ صبح تا ۱ بعدازظهر است.

روزهای کاری اداری در برزیل، دوشنبه تا جمعه هر هفته و ساعات کاری از ۸ صبح تا ۶ بعدازظهر است. روز شنبه جزو تعطیلات به شمار نمی‌رود.

۲. فرهنگ مذاکره

در این بخش دیدگاه کلی برزیلی‌ها نسبت به ایران، آداب مذاکره، نقش هدایا و سوغات و ارزش‌های غالب و رسوم خاص در برزیل بیان می‌شود.

۲-۱. دیدگاه کلی نسبت به ایران



مردم دو کشور ایران و برزیل، در چند سال گذشته در پی گسترش روابط میان دو کشور، بیش از پیش به ارتباط با یکدیگر متمایل شده‌اند. پیشینه‌ی روابط تجاری ایران و برزیل، به سال‌های پایانی قرن بیستم باز می‌گردد.

منافع دوجانبه، تعهد طرفین به اجرای توافقات، موافقت دو کشور برای گسترش روابط تجاری و مناسب بودن شرایط همکاری‌های سیاسی در عرصه بین‌المللی موجب شده که دولت برزیل از حضور شرکت‌های ایرانی در آن کشور استقبال کند. در حال حاضر، ایران و

برزیل در زمینه‌ی تقویت روابط دوجانبه‌ی فرهنگی، اجتماعی، ورزشی، سیاسی و اقتصادی گام برمی‌دارند. در سال‌های گذشته گسترش روابط و همکاری‌های میان برزیل و ایران به ویژه در زمینه پرونده هسته‌ای ایران، موجب ایجاد دید مثبت مردم برزیل نسبت به ایران و کالاهای ایرانی شده است.

هم‌اکنون افزون بر وجود شماری از بازرگانان ایرانی در برزیل و بازرگانان برزیلی در ایران، جمعیت ایرانیان مقیم برزیل و نیز ورزش‌هایی مانند فوتبال و والیبال موجب نزدیک شدن بیشتر دو ملت شده است. به ویژه این که برخی از ورزشکاران برزیلی در سال‌های گذشته به تیم‌های فوتبال ایرانی پیوسته‌اند.

۲-۲. آداب مذاکره

مذاکره در کشور برزیل با آرامش و بدون شتاب در رسیدن به نتیجه انجام می‌شود. برخی از دانشتنی‌ها درباره‌ی فرهنگ مذاکره در این کشور عبارتند از:

- ❖ پیش از دیدار و گفتگو، طرفین باید دست یکدیگر را فشرده و در چشمان یکدیگر نگاه کنند.
- ❖ برای بازرگانان برزیلی شناسایی فرد مذاکره‌کننده و جایگاه او بسیار مهم است. در این شرایط فرد مذاکره‌کننده مهم‌تر از شرکت اعزام‌کننده فرد است.
- ❖ بازرگانان برزیلی دیدار و گفتگوی رو در رو را به مکاتبات تجاری ترجیح می‌دهند.
- ❖ دستپاچه‌شدن فرد در هنگام دیدار باعث می‌شود که اعتبار او خدشه‌دار شود.
- ❖ اجازه دهید تجار برزیلی بحث همکاری را آغاز کنند.
- ❖ دیدارها معمولاً غیررسمی بوده و از چارچوب خاصی پیروی نمی‌کند.
- ❖ ایجاد وقفه در گفتگوی فرد مقابل، کاری ناپسند به شمار نمی‌رود.
- ❖ در هنگام گفتگو صبر و حوصله داشته باشید و از بروز نشانه‌های بی‌حوصلگی و عجله خودداری کنید.
- ❖ شاید برای مرور مطالب عنوان‌شده زمان بسیاری صرف شود. از این رو آمادگی روبرو شدن با چنین وضعیتی را داشته باشید.
- ❖ در صورتی که به زبان پرتغالی تسلط ندارید، از مترجم استفاده کنید.

- ❖ آقایان بهتر است از پیراهن رسمی و کت مشکی برای دیدارها استفاده کنند.
 - ❖ تنها در صورتی می‌توان با یک خانم دست داد که ایشان، خود برای دست‌دادن پیشقدم باشد.
 - ❖ تجار برزیلی علاقه بسیاری به ایجاد روابط و برگزاری نشست‌های متعدد تجاری دارند. این کار نباید با عدم توجه بازرگانان خارجی روبرو شود، زیرا موجب ناراحتی تجار برزیلی می‌شود.
 - ❖ بهتر است برای مذاکره برنامه‌ای از پیش تهیه شود و هنگام برگزاری نشست ابتدا درباره‌ی موضوعاتی که از اهمیت بیشتری برخوردارند صحبت شود.
 - ❖ کارت ویزیت در زمان معرفی طرفین مبادله می‌شود. در صورت امکان کارت ویزیت دوزبانه به همراه داشته باشید و آن را از سمت پرتغالی زبان ارایه کنید.
 - ❖ با توجه به وجود سنت‌ها و باورهای مردم برزیل، تخطی از تعهدات موجب بدنامی فرد یا شرکت خواهد شد. از این رو مردم و به ویژه بازرگانان برزیلی تلاش فراوانی برای اجرای تعهدات دارند.
- رعایت این موارد، چه برای خرید کالا از برزیل، چه فروش کالا به این کشور ضروری است.

۲-۲-۱. هدایا و سوغات



هدایا و سوغات به عنوان یک مولفه اجتماعی، در برزیل از اهمیت اجتماعی بالایی برخوردار است. برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از:

- در صورتی که فردی به منزل فرد برزیلی دعوت می‌شود، بهتر است گل یا هدیه‌ای کوچک برای خانم‌ها به همراه داشته باشد. اگر در هنگام دیدار هدیه به همراه نداشته باشید، می‌توانید در روز بعد از ملاقات دسته گلی را به منزل فرد برزیلی ارسال کنید.
- ❖ از دادن هدایای دارای رنگ مشکی یا بنفش یا دست‌مال خودداری شود، زیرا این موارد برای مراسم عزاداری استفاده می‌شوند.
- ❖ در این کشور بهتر است کادو در برابر دیدگان هدیه‌دهنده باز شود.

۲-۲-۲. ارزش‌های غالب و رسوم خاص



برزیل دارای تنوع نژادی و قومی بالایی است. به دلیل ترکیب نژادی مردم بومی با پرتغالی‌ها و دیگر نژادها، مردم این کشور وارث فرهنگ، آداب و رسوم متنوعی هستند.

مردم برزیل به فرهنگ و سنت‌های خود پای‌بند هستند. این سنت‌ها زندگی روزمره آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. آنها در هر شرایطی پای‌بندی خود را به فرهنگشان نشان می‌دهند و از این کار شادمان هستند. بخشی از آداب و رسوم اجتماعی مهم مردم برزیل عبارتند از:

- ❖ مردم برزیل خود را متعهد به حفظ سنت‌های دیرین می‌دانند و در این زمینه با همهی توان خود تلاش می‌کنند.
- ❖ خانواده اساس ساختار اجتماعی بوده و موجب پایداری زندگی مردم است. از این رو تعداد اعضای خانواده‌ها در حال افزایش است.
- ❖ افراد مجرد تحت حمایت کامل خانواده‌ها هستند.
- ❖ برزیلی‌ها اگر به مهمانی شام دعوت شوند، معمولاً با تاخیر زمانی نیم ساعت به محل ملاقات وارد می‌شوند.
- ❖ افراد سالخورده در جامعه برزیل از ارزش و جایگاه ویژه‌ای برخوردارند و احترام به آنها در هر شرایطی الزامی است.
- ❖ به دلیل تنوع نژادی در برزیل، طبقات فرهنگی و اجتماعی فراوانی در میان مردم کشور مشاهده می‌شود. برخی از این طبقات بر اساس شرایط اقتصادی و رنگ پوست از یکدیگر جدا می‌شوند.



- ❖ بسیاری از مردم برزیل ورزشکار و دوست‌دار ورزش هستند. برخی از ورزش‌ها مانند فوتبال، والیبال و والیبال ساحلی با نام این کشور در جهان شناخته می‌شود.
- ❖ مردم برزیل از اوقات فراغت برای حضور در مهمانی‌های خانوادگی، مطالعه، خرید و ... استفاده می‌کنند. آنها می‌کوشند تا از اوقات فراغت خود به بهترین شکل ممکن بهره‌برداری کنند.

فصل سوم

محیط اقتصادی

در این فصل سیستم اقتصادی، شاخص‌های مهم اقتصادی، جمعیت، تولید ناخالص داخلی، وضعیت بخش‌های مختلف اقتصادی، میزان ذخایر ارزی، تراز حساب جاری، دستمزد نیروی کار، نرخ بیکاری، نرخ تورم، شبکه‌های توزیع، بازاریابی و تبلیغات و منابع طبیعی کشور برزیل بررسی می‌شود.

۱. سیستم اقتصادی و نقش دولت

کشور برزیل با جمعیت بیش از ۲۰۱ میلیون نفر، از لحاظ اقتصادی در رده دهمین اقتصاد بزرگ جهان بر مبنای GDP^۱ قرار دارد.

از دید تاریخی، اقتصاد این کشور با دوره‌هایی از شکوفایی و رکود همراه بوده است. توسعه این کشور همواره تحت تاثیر آثار مخرب تورم و بدهی‌های خارجی بوده است. با این حال اصلاحات انجام شده در دهه ۱۹۹۰ میلادی، به ویژه در زمینه خصوصی‌سازی تا حدودی منجر به ثبات مالی در این کشور شده است.



بیش از نیمی از محصولات کشورهای آمریکای جنوبی در برزیل تولید می‌شوند. از این رو، برزیل به عنوان کشوری با نفوذ، مقتدر و پیش‌رو در آمریکای جنوبی شناخته می‌شود.

به طور کلی اقتصاد برزیل یک اقتصاد باز است و سیستم بازار آزاد بر آن حاکم است. این کشور

۱. GDP بر اساس برابری قدرت خرید (PPP) مبنای مقایسه قرار گرفته است.

از گذشته دارای منابع طبیعی و معدنی غنی بوده است. هم‌اکنون نیز برزیل در زمینه کشاورزی، معادن، تولید و خدمات از دانش روز و پیشرفته بهره می‌برد. این کشور در بخش خدمات مالی بین‌المللی نیز حضور فعالی دارد. این وضعیت با توجه به اقتصاد شکوفای برزیل چندان عجیب نیست، زیرا امروزه این کشور یکی از چهار اقتصاد نوظهور در سطح جهان به شمار می‌رود.

برزیل یکی از کشورهای آمریکای لاتین است که تغییرات شدید نرخ تورم را تجربه کرده است. با این وجود، دولت‌های مختلف تلاش بسیاری را برای حفظ سطح عمومی قیمت‌ها در طول زمان انجام داده‌اند. در چند سال گذشته، نرخ تبدیل دلار آمریکا در برابر ریل برزیل ثابت نبوده و دست‌خوش تغییرات فراوانی شده است.

با پیوستن این کشور به سازمان جهانی تجارت از یک سو و پیروی از نظام اقتصاد آزاد از سوی دیگر، دخالت دولت در نظام نرخ‌گذاری بسیار کم شده و قیمت‌ها پیرو سازوکار عرضه و تقاضا است. در حال حاضر بخش خدمات بیش از دیگر بخش‌ها مورد توجه دولت برزیل قرار دارد. دولت برزیل تلاش دارد در سایه همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی، جایگاه این کشور را در عرصه تجارت جهانی بهبود بخشد.



برزیل توانسته است که میزبانی جام جهانی فوتبال در سال ۲۰۱۴ میلادی را از آن خود کند. با توجه به پتانسیل‌های ورزشی این کشور در کنار زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل، هتل‌داری، گردشگری و دیگر خدمات مرتبط، بی‌گمان درآمد بسیاری از این راه نصیب برزیل خواهد شد.

بنابراین جای تعجب ندارد که حتی رییس‌جمهور برزیل نیز در مراسم تعیین میزبان جام جهانی شرکت کند، چرا که این بازی‌ها تاثیرات مثبت اقتصادی، بازرگانی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی گسترده‌ای را برای میزبان به همراه دارد.

در سال ۲۰۰۹ میلادی تولید ناخالص داخلی این کشور بر اساس برابری قدرت خرید ۲/۰۲۵ تریلیون دلار بوده است.

درآمد سرانه برزیل بر اساس برابری قدرت خرید، از ۱۰,۰۰۰ دلار در سال ۲۰۰۷ میلادی به ۱۰,۳۰۰ دلار در سال ۲۰۰۸ افزایش و سپس به ۱۰,۲۰۰ دلار در سال ۲۰۰۹ میلادی

کاهش یافته است.

در پایان سال ۲۰۰۹ میلادی بدهی‌های خارجی برزیل در حدود ۲۱۶/۱ میلیارد دلار بوده است.

وضعیت بخش‌های صنعت و معدن، کشاورزی و خدمات برزیل در ادامه بیان شده است.

۱-۱. بخش صنعت و معدن

بخش صنعت و معدن برزیل، ۲۵/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل داده و دومین بخش اقتصادی این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی است. چهارده درصد نیروی کار برزیل در بخش صنعت و معدن مشغول به کار هستند.

در دهه‌ی گذشته سرمایه‌گذاری‌های دولتی، خصوصی و خارجی فراوانی برای نوسازی، بازسازی و ایجاد تجهیزات به‌روز در صنایع برزیل انجام شده است. این امر موجب شده که امروز برزیل به عنوان یک اقتصاد جوان و نوظهور، بخش بزرگی از بازارهای جهانی کالاهای صنعتی را از آن خود کند و محصولات سرمایه‌ای و صنعتی خود را روانه‌ی بسیاری از دیگر کشورها کند.

محصولات عمده صنعتی برزیل شامل موارد زیر است:

- ❖ پارچه و پوشاک.
- ❖ کفش.
- ❖ پتروشیمی و ساخت مواد شیمیایی.
- ❖ سیمان.
- ❖ چوب و الوار.
- ❖ ماشین‌آلات و تجهیزات هواپیما.
- ❖ صنایع فلزات و فرآوری آن.
- ❖ صنایع هواپیمایی و صنایع وابسته به آن.
- ❖ توربین و دستگاه‌های مولد برق.
- ❖ موتور و دیگر قطعات خودروها.

❖ تولید ابزار با فلز قلع.

❖ دیگر ماشین‌آلات و ابزارها.

معادن عمده برزیل شامل موارد زیر است:

❖ طلا.

❖ بوکسیت.

❖ سنگ آهن.

❖ منگنز.

❖ نیکل.

❖ آهن و فولاد.

❖ فسفات.

❖ پلاتین.

❖ قلع.

❖ نفت.

برزیل دارای پالایشگاه‌های بسیاری است که برخی از آنها عبارتند از:

❖ **Paulinia**

❖ **sao Paulo**

❖ **mataripe**

❖ **bahia**

❖ **duque de Caxias**

❖ **rio de janerio**

❖ **sao jose dos campos**

❖ **sao Paulo**

❖ **araucaria**

❖ **parana**

❖ cubatao-sao Paulo

❖ betim minas geriais

❖ بخش انرژی

برزیل یکی از ده کشور پرمصرف انرژی در نیمه‌ی غربی جهان است که پس از آمریکا و کانادا در رده‌ی سوم قرار دارد. در سال‌های گذشته مصرف کل انرژی در برزیل رو به افزایش گذاشته است. دولت برزیل تلاش بسیاری برای افزایش توان ایجاد انرژی در کشور به ویژه در بخش نفت کرده است. افزایش تولید نفت در بلندمدت، همواره یکی از اهداف دولت‌های برزیل بوده است. بیش‌ترین سهم مصرف انرژی در این کشور متعلق به نفت با ۴۸ درصد است. پس از آن، انرژی آبی با ۳۵ درصد و انرژی گاز با هفت درصد قرار دارند. سهم بالای انرژی برق آبی در برزیل نشان‌دهنده‌ی وابستگی صنعت برق این کشور به این نوع انرژی است و گاز سهم کوچکی در مصرف انرژی این کشور دارد. ولی با توجه به سیاست تنوع‌بخشی به منابع انرژی و توسعه نیروگاه‌های گازی، در آینده‌ای نزدیک مصرف گاز در برزیل افزایش خواهد یافت.

۲-۱. بخش کشاورزی

در سال ۲۰۰۹ میلادی، سهم بخش کشاورزی برزیل از تولید خالص داخلی ۶/۱ درصد بوده است.



نزدیک به هفت درصد زمین‌های برزیل برای کشاورزی و کشت میوه و سبزیجات مناسب است. کمتر از یک درصد زمین‌ها باغ‌های میوه هستند. بیست درصد نیروی کار برزیل در بخش کشاورزی فعالیت می‌کنند.

عمده‌ترین محصولات کشاورزی برزیل عبارتند از:

❖ قهوه.

❖ گندم.

❖ برنج.

❖ ذرت.

- ❖ نیشکر.
- ❖ کاکائو.
- ❖ مرکبات.
- ❖ گوشت گاو.

۱-۳. بخش خدمات

بخش خدمات با ۶۸/۵ درصد، بزرگ‌ترین بخش اقتصاد برزیل را تشکیل می‌دهد. نزدیک به دو سوم جمعیت این کشور، یعنی ۶۶ درصد نیروی کار برزیل در بخش خدمات مشغول به کار هستند. برزیل از صنایع مهمی در بخش خدمات بهره‌مند است. پست و مخابرات مهم‌ترین صنایع خدماتی این کشور هستند. در بخش خدمات بانک‌داری، انرژی، بازرگانی و نرم‌افزاری این کشور از سطح پیشرفته‌ای برخوردار است. برخی از نکات درباره‌ی بخش خدمات برزیل در زیر آمده است:

- ❖ خدمات مالی، بانکی، رفاهی و بیمه از مهم‌ترین بخش‌های خدماتی آرایه شده در این کشور هستند.
- ❖ در برزیل مجموعه‌ای از خدمات بازاریابی شامل تبلیغات، مشاوره، روابط عمومی، ارتباطات و تحقیقات بازار توسط شرکت‌های مجرب به شرکت‌ها و افراد درخواست‌کننده آرایه می‌شود.
- ❖ بخش خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات و خدمات مخابراتی در برزیل از رشد مناسبی برخوردار است.
- ❖ فناوری‌های نوین از جمله الکترونیک، بیوتکنولوژی، نانو تکنولوژی و ... از جایگاه مطلوبی در این کشور برخوردار هستند.
- ❖ سیستم توزیع این کشور شامل عمده‌فروشی و خرده‌فروشی است و حمل و نقل نیز یکی از بخش‌های مهم و پیشرفته‌ی خدماتی را تشکیل می‌دهد.
- ❖ با توجه به وجود معادن غنی در برزیل، موسسات پرشماری در زمینه‌ی آرایه خدمات به بهره‌برداران از معادن فعالیت می‌کنند.
- ❖ بر اساس آمارهای رسمی بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول، جمعیت فقیر و بی‌سواد برزیل در سال‌های گذشته در حال کاهش بوده است. بخش بزرگی از این موفقیت در نتیجه‌ی فعالیت موسسات بخش خصوصی در زمینه‌ی آموزش و حمایت

دولت از فقرا به دست آمده است.

❖ خدمات گردشگری نیز از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد خدماتی برزیل است. بر اساس آمارهای رسمی، تنها در فاصله‌ی سه‌ماهه‌ی آوریل تا ژوئن سال ۲۰۱۰ میلادی، نزدیک به ۲۱ میلیون گردشگر از کشور برزیل دیدن کرده‌اند.

۲. جمعیت



برزیل دارای گروه‌های قومی گوناگونی است. جمعیت این کشور در سال ۲۰۱۰ میلادی ۲۰۱/۱ میلیون نفر بوده است که رتبه پنجم را در جهان دارد. میانگین سنی در این کشور برابر با ۲۸/۹ سال است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که مردم برزیل از سه تیره جمعیتی اصلی تشکیل شده‌اند، که شامل نژاد سفید، سیاه و ترکیبی است.

در جدول شماره‌ی ۲ به سهم تیره‌های جمعیتی مردم این کشور اشاره شده است.

جدول ۲: تیره‌های جمعیتی مردم برزیل

ردیف	نام تیره	درصد
۱	سفید	۵۳/۷
۲	مولاتو ^۱ (ترکیب سفید و سیاه)	۳۸/۵
۳	سیاه	۶/۲
۴	دیگر تیره‌ها (ژاپنی، عرب و هندی)	۰/۹
۵	نامشخص	۰/۷

www.cia.gov

ویژگی‌ها و نسبت‌های جمعیتی مردم این کشور نیز در جدول شماره‌ی ۳ بیان شده است.

1. Mulatto

جدول ۳: ویژگی‌ها و نسبت‌های جمعیتی برزیل

ردیف	نسبت یا ویژگی	میزان
۱	نسبت جمعیت زیر ۱۴ سال	۲۶/۵ درصد
۲	نسبت جمعیت ۱۵ تا ۶۴ سال	۶۶/۹ درصد
۳	نسبت جمعیت ۶۵ سال و بالاتر	۶/۶ درصد
۴	نرخ رشد جمعیت	۱/۱۷ درصد
۵	نرخ زاد و ولد در هر هزار نفر	۱۸/۱۱
۶	نرخ مرگ و میر در هر هزار نفر	۶/۳۵
۷	نرخ شهرنشینی (نسبت به جمعیت)	۸۶ درصد
۸	نرخ خالص مهاجرت در هر هزار نفر	-۰/۰۹
۹	نرخ مرگ و میر نوزادها (تا یک‌ساله) در هر هزار نفر	۲۱/۸۶
۱۰	نسبت جمعیت مردان به زنان	۰/۹۸
۱۲	نرخ باروری زنان (تعداد مولید به ازای هر زن)	۲/۱۹
۱۳	امید به زندگی در آغاز تولد (مردان)	سال ۶۸/۷
۱۴	امید به زندگی در آغاز تولد (زنان)	سال ۷۶
۱۵	نرخ باسوادی در کل جمعیت بالای ۱۵ سال	۸۸/۶ درصد
۱۶	نرخ باسوادی در مردان بالای ۱۵ سال	۸۸/۴ درصد
۱۷	نرخ باسوادی در زنان بالای ۱۵ سال	۸۸/۸ درصد

www.cia.gov

۳. تولید ناخالص داخلی

در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان تولید ناخالص داخلی برزیل بر اساس نرخ رسمی مبادله ۱/۴۹۹ تریلیون دلار و رشد تولید ناخالص داخلی برابر با ۰/۲- درصد بوده است.

تولید ناخالص داخلی (GDP) به تفکیک سهم بخش‌های عمده‌ی اقتصادی و درآمد سرانه، در جدول شماره‌ی ۴ آمده است.

جدول ۴: تولید ناخالص داخلی (GDP) برزیل به تفکیک سهم بخش‌های عمده اقتصادی در سال ۲۰۰۹ میلادی

شاخص	میزان
تولید ناخالص داخلی (GDP)	۲/۰۲۵ تریلیون دلار (بر اساس برابری قدرت خرید PPP)
تولید ناخالص داخلی (GDP)	۱/۴۹۹ تریلیون دلار (بر اساس نرخ رسمی مبادله)
درآمد سرانه	۱۰.۲۰۰ دلار (بر اساس PPP)
نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	۰/۲- درصد
سهم بخش صنعت از GDP	۲۵/۴ درصد
سهم بخش کشاورزی از GDP	۶/۱ درصد
سهم بخش خدمات از GDP	۶۸/۵ درصد

www.cia.gov

۴. شاخص‌های مهم اقتصادی

سیستم اقتصادی برزیل تابع بازار آزاد است. در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان درآمدهای این کشور برابر با ۳۵۴/۸ میلیارد دلار و هزینه‌ها نیز برابر با ۴۳۴/۹ میلیارد دلار بوده است. در ادامه به مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی برزیل بر اساس آخرین آمار و اطلاعات اشاره شده است.

۴-۱. نرخ تورم

نرخ تورم این کشور در سال‌های گذشته با نوسانات متعادلی همراه بوده است. با این حال، نرخ تورم این کشور از سال ۲۰۰۴ میلادی تاکنون روند کاهشی داشته است. البته در سال ۲۰۰۹ میلادی، مانند بسیاری از کشورهای جهان که درگیر بحران مالی بودند، برزیل نیز کمی افزایش تورم داشته است. در جدول شماره ۵ نرخ تورم برزیل در سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۳ میلادی آمده است.

جدول ۵: نرخ تورم برزیل طی دوره زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۳ میلادی

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰
نرخ تورم (درصد)	۸/۳	۱۴/۷	۷/۶	۶/۹	۳	۳/۶	۵/۷	۴/۲

www.indexmundi.com

۲-۴. نرخ بیکاری

بر اساس آمار رسمی، نرخ بیکاری برزیل در سال ۲۰۱۰ میلادی ۷/۴ درصد بوده است که در رده‌ی ۷۲ جهان قرار می‌گیرد. نرخ بیکاری در این کشور، در سال ۲۰۰۹ میلادی برابر با ۷/۹ درصد و در سال ۲۰۰۸ میلادی برابر با ۹/۳ درصد بوده است. این ارقام نشان می‌دهند که نرخ بیکاری در برزیل طی سال‌های گذشته کاهش یافته است. در جدول شماره‌ی ۶، نرخ بیکاری طی سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۳ میلادی آمده است.

جدول ۶: نرخ بیکاری برزیل طی دوره زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۳ میلادی

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰
نرخ بیکاری (درصد)	۶/۴	۱۲/۳	۱۱/۵	۹/۸	۹/۶	۹/۳	۷/۹	۷/۴

www.indexmundi.com

۳-۴. دستمزد نیروی کار

در سال ۲۰۰۹ میلادی تعداد نیروی کار برزیل برابر با ۱۰۱/۷ میلیون نفر بوده است. از این میزان نیروی کاری، بیست درصد در بخش کشاورزی، چهارده درصد در بخش صنعت و ۶۶ درصد در بخش خدمات مشغول به کارند.

میزان دستمزد نیروی کار، در شهرهای گوناگون برزیل اندکی متفاوت است. بر اساس آمارهای بین‌المللی، میانگین درآمد سالانه افراد متخصص در برزیل در سال ۲۰۱۰ میلادی، در شهر سائوپائولو ۹۹,۴۰۳ ریل، شهر کوریتیبیا ۵۳,۲۳۸ ریل، شهر ریودوژانیرو ۱۰۰,۰۰۰ ریل، شهر سالوادور ۵۹,۸۹۲ ریل، شهر رسیف ۵۹,۴۹۴ ریل و شهر پورتو

۵۸,۹۵۸ ریل است.

دستمزدها در برزیل معمولاً ساعتی، روزانه، ماهانه یا کارمزدی است. در سال ۲۰۰۵ میلادی، متوسط دستمزد ماهانه برای مشاغل سرپرستی، نظارت فنی و صنعتی، دفتری و کارگران غیرتولیدی در بخش عمده‌فروشان، خرده‌فروشان، صادرات و واردات، رستوران‌ها و هتل‌ها برابر با ششصد دلار آمریکا بوده است. میانگین دستمزد ساعتی برای کارگران در بخش صنعت و تولید برابر با ۴/۰۹ دلار بوده است.

۴-۴. تراز حساب جاری

بر اساس اطلاعات ارایه شده در سال ۲۰۰۹ میلادی، میزان تراز حساب جاری برزیل برابر با ۲۴/۳- میلیارد دلار بوده است.

۴-۵. میزان ذخایر ارزی و طلا

میزان ذخایر ارزی و طلای برزیل، در پایان سال ۲۰۰۹ میلادی، برابر با ۲۳۸/۵ میلیارد دلار بوده است.



۵. شبکه‌های توزیع

بر اساس آمار سال ۲۰۰۹ میلادی، وجود بیش از چهار هزار فرودگاه، برخورداری از حدود ۱/۷۵ میلیون کیلومتر جاده، ۲۹ هزار کیلومتر خطوط ریلی، ۱۳۶ کشتی تجاری، هفت پایانه بندری و ۷,۴۹۱ کیلومتر خط ساحلی باعث شده که سیستم حمل و نقل کالا در این کشور از وضعیت مناسبی برخوردار باشد.

بنابراین می‌توان از سرعت و مدت زمان حمل کالا در تجارت با کشورهای دیگر و هم‌چنین از بنادر و شهرهای برزیل به شهرهای دیگر آن، اطمینان نسبی حاصل کرد.

در این کشور شهرهای زیر به عنوان پایانه‌ها و گمرک‌های بازرگانی شناخته می‌شوند:

- ❖ **Guaiba**
- ❖ **Ilha Grande**
- ❖ **Paranagua**
- ❖ **Rio Grande**
- ❖ **Santos**
- ❖ **Sao Sebastiao**
- ❖ **Tubarao**

موقعیت جغرافیایی و گستردگی این کشور و همسایگی آن با اقیانوس اطلس، برزیل را از جایگاه ویژه‌ای در سیستم حمل و نقل و ترانزیت دریایی برخوردار ساخته است. همسایگی این کشور با کشورهای آمریکای لاتین موجب شده که برزیل به زیرساخت‌های ارتباطی آن کشورها ارتباط یابد. این زیرساخت ارتباطی امکان تسریع در حمل و نقل محصولات آن منطقه، از طریق زمینی به کشورهای آمریکای لاتین و دیگر کشورهای جهان را فراهم نموده است.

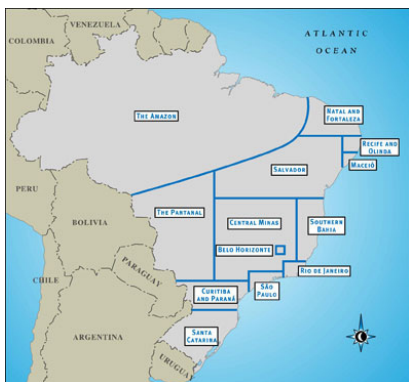
این کشور از انواع خطوط ریلی، مترو، خطوط اتوبوس‌رانی و ... برای برقراری ارتباط میان شهرها و مناطق گسترده‌ی جغرافیایی خود و ارائه خدمات به مردم بهره‌برداری می‌کند. بیش‌تر مناطق برزیل از شبکه حمل و نقل مناسب برخوردار هستند.

به علت فراوانی و پراکندگی بنادر، مدت زمان حمل کالا از بنادر اصلی به شهرهای دیگر کم است. در زمینه‌ی ایجاد انبارها و سردخانه‌ها در سطح شهرها و مسیرهای بین شهری، اقدامات بسیاری در حال انجام است. در این شرایط شرکت‌های بخش خصوصی در قالب سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز، اقدام به تاسیس انبارها و سردخانه‌ها می‌کنند. شرکت‌هایی نیز در زمینه‌ی حمل و نقل کالا در این کشور فعال هستند که برخی از آنها ترانزیت کالایی بین‌المللی را نیز انجام می‌دهند.

از این رو، برزیل از زیرساخت‌های مناسب ترانزیت و پخش کالاها و خدمات برخوردار است. با این وجود، در سال‌های گذشته برنامه‌هایی برای بهبود و ارتقای سطح زیرساخت‌های ارتباطی تدوین و به مرحله اجرا درآمده است.

بر اساس آمارهای موجود، بازار برزیل به خودی خود یک بازار بزرگ به شمار می‌رود. از سوی دیگر به دلیل وجود تعرفه‌های گمرکی مناسب برای بیش‌تر کالاهای وارداتی و مناسب بودن شرایط ورود کالاها، بازرگانان بسیاری از کشورها، علاقه‌مند به فعالیت در آمریکای جنوبی و به ویژه برزیل هستند.

یکی از ویژگی‌های اصلی بازار برزیل وجود مصرف‌کنندگانی است که با وجود درآمد سرشار، درآمد قابل‌تصرف بالایی دارند. الگوهای زندگی و مصرف مردم برزیل، موجب افزایش تقاضا برای دامنه وسیعی از کالاها و خدمات مصرفی در سال‌های کنونی شده است.



در این کشور پنج منطقه بازاریابی اصلی وجود دارد: منطقه شمالی با مرکزیت شهر «مانائوس»، منطقه شمال شرقی با مرکزیت شهر «بلم»، منطقه غرب مرکزی با مرکزیت شهر «ریو برانکو»، منطقه جنوب شرقی با مرکزیت «سائوپولو» و منطقه جنوبی با مرکزیت «پورتو آلگره».

برای صادرکنندگان ایرانی، تعیین نمایندگی‌ها یا توزیع‌کنندگان کالا در مناطق شمالی، جنوب شرقی و جنوبی سودمند و به صرفه است. این پیشنهاد با توجه به میزان تمرکز جمعیت و شرایط مالی مناسب مردم این مناطق ارائه شده است.

۵-۱. بازاریابی و تبلیغات

برزیل به عنوان یک بازار تجاری رو به رشد، از بازاریابی و تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای توسعه اقتصادی بهره می‌برد. برخی روش‌های تبلیغاتی مناسب در این کشور عبارتند از:

- ❖ ایجاد ارتباط با سازمان‌دهندگان رویدادهای نمایشگاهی و موسسات فعال در زمینه‌ی تجارت خارجی و بازاریابی در برزیل.
- ❖ حضور در نمایشگاه‌ها و بازارهای تجاری ویژه در برزیل.
- ❖ ایجاد ارتباط با توزیع‌کنندگان کلیدی کالا در این کشور.

- ❖ طراحی و ارائه‌ی کارت ویزیت به زبان‌های انگلیسی و پرتغالی.
- ❖ تدوین مکاتبات، کاتالوگ‌ها و در کل تبلیغات به زبان‌های یاد شده.
- ❖ عرضه‌ی محصولات باکیفیت به مشتریان و ارائه‌ی خدمات پس از فروش مناسب.
- ❖ چاپ آگهی کالا و خدمات در مجلات بازرگانی برزیل.
- ❖ برگزاری سمینارها و نشست‌های تخصصی برای انجام رایزنی با بازرگانان و مدیران شرکت‌های برزیلی.

خریده‌های اصلی تجار برزیلی در هنگام دیدارها و نشست‌های تجاری انجام می‌شود و نیازمند تماس و ارتباط رودرروی مناسب است. از این رو، بازرگانان خارجی در زمینه روش برقراری ارتباط با تجار برزیلی در ملاقات‌های تجاری و اجرای دقیق تعهدات خود باید دقت زیادی کنند.

هم‌اکنون تولیدکنندگان و صادرکنندگان کالاها و خدمات ایرانی از بسیاری از نیازها و سلیقه‌های مردم برزیل، آگاهی خوبی ندارند و همین امر موجب شده تا ایران با وجود توانمندی‌های فراوان در زمینه‌های گوناگون، نتواند حجم صادرات غیرنفتی مناسبی به این کشور داشته باشد.

۵-۲. راهکارهای بازاریابی و فروش

در برزیل همانند دیگر کشورهای جهان راهکارهای ویژه‌ای برای بازاریابی و فروش محصولات وجود دارد. از نظر جغرافیای اقتصادی، برزیل یک بازار گسترده است و از تنوع مصرفی، اجتماعی و فرهنگی بالایی برخوردار است.



این کشور دارای گروه‌های قومی و تیره‌های جمعیتی گوناگونی است که هر یک از آنها عادات مصرف و سلیقه‌های خاص خود را دارند. برای بازاریابی و فروش محصولات در این کشور توجه به نکات زیر، ضروری به نظر می‌رسد:

- ❖ دیدگاه بیش‌تر مردم در خرید، بر اصل خرید کالاهای قابل بازیافت و

دوستدار طبیعت متمرکز است. از این رو فروشندگان کالاها باید در زمینه وجود چنین شرایطی در محصولات خود دقت نموده و آن را در تبلیغات خود لحاظ کنند.

❖ با توجه به دقت خریداران در زمینه کیفیت و استاندارد بودن محصولات ارائه شده، پیشنهاد می‌شود هر چه زودتر برای دریافت استانداردهای جهانی مرتبط با تولید محصول اقدام شود. مشخصات استاندارد یادشده باید در کاتالوگ‌ها، بروشورها و هر گونه ابزار تبلیغاتی دیگر درج شود.

❖ مجلات بازرگانی بسیاری در برزیل چاپ می‌شوند. حیطه فعالیت آنها شناسایی کالاها و محصولات جدید تولید شده در صنایع مختلف و چاپ آگهی‌های آنهاست. از این رو درج آگهی در این مجموعه از نشریات راه‌گشا خواهد بود.

❖ معرفی محصولات و خدمات در نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی، یکی از بهترین راهکارهای جذب مشتریان بالقوه در برزیل است.

❖ اعتمادسازی و دادن اطمینان به خریداران و تجار در بازار برزیل اهمیت بالایی دارد.

❖ پیشنهاد می‌شود با توجه به دقت خریداران در زمینه‌ی کیفیت و استاندارد کالاها، برای دریافت گواهی‌های جهانی مرتبط با استاندارد محصول، اقدام شود. مشخصات استاندارد یادشده باید در کاتالوگ‌ها، بروشورها و ابزارهای تبلیغاتی درج شوند.

❖ بازرگانان برزیلی درباره‌ی مواردی مانند قیمت، کیفیت، زمان تحویل کالا و نحوه ارائه خدمات به موقع حساسیت ویژه‌ای دارند. از این رو ایجاد اعتماد در زمینه عوامل فوق می‌تواند بر افزایش سهم بازار در این کشور موثر باشد.

❖ معرفی محصولات و خدمات در نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی بهترین راهکار جذب مشتریان بالقوه در برزیل به شمار می‌رود.

❖ گردآوری اطلاعات به روز و دقیق از علایق مردم و شرایط اقتصادی جامعه عامل مهمی در دستیابی به موفقیت است. در صورتی که دسترسی به اطلاعات مورد نظر میسر نباشد، بهره‌برداری از دانش و تجربه تجار محلی مفید خواهد بود.

❖ مطالعه‌ی گزارش‌های بازاریابی و بازاریابی، پیش از ورود به بازار این کشور راه‌گشاست.

۶. منابع طبیعی

برزیل از لحاظ ذخایر معدنی و طبیعی، کشوری غنی و ثروتمند به شمار می‌رود. منابع طبیعی و معدنی این کشور شامل طلا، بوکسیت، سنگ آهن، منگنز، نفت، فسفات، اورانیوم، قلع و پلاتین است.

در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان تولید نفت این کشور ۲/۵۷۲ میلیون بشکه در روز، مصرف برابر با ۲/۴۶ میلیون بشکه در روز و واردات برابر با ۶۳۲/۹ هزار بشکه در روز بوده است. میزان ذخایر اثبات شده‌ی نفت برزیل تا آغاز سال ۲۰۰۹ میلادی برابر با ۱۲/۶۲ میلیارد بشکه بوده است.



در سال ۲۰۰۹ میلادی، میزان تولید گاز طبیعی این کشور ۱۰/۲۸ میلیارد متر مکعب در روز، مصرف برابر ۱۸/۷۲ میلیارد متر مکعب در روز و میزان واردات برابر با ۸/۴۴ میلیارد متر مکعب در روز بوده است. میزان ذخایر اثبات شده‌ی گاز برزیل تا آغاز سال ۲۰۰۹ میلادی، برابر با ۳۶۵ میلیارد متر مکعب بوده است.

برزیل دارای جاذبه‌های طبیعی و گردشگری فراوانی است. رودخانه‌ها و آبشارهای فراوان، از مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی این کشور هستند. پست‌ترین نقطه در این کشور با بلندی صفر متر در ساحل دریا و بلندترین نقطه با ۲,۹۹۴ متر بلندی، قله پیکو دا نبلینا است.

بزرگ‌ترین جنگل‌های جهان در منطقه «آمازون» در کشور برزیل قرار دارند، منطقه‌ای که طی سالیان گذشته، سودجویان دست به استخراج منابع طبیعی آن زده‌اند و همین امر نگرانی بسیاری از فعالان محیط زیست را در پی داشته است. جنگل‌ها نیمی از برزیل را پوشانده‌اند و در واقع برزیل دارای بزرگ‌ترین جنگل‌های جهان است. به تازگی

رفت و آمدهای فراوان بین‌المللی به منطقه آمازون موجب شده که دولت برزیل برای جلوگیری از تخریب محیط زیست، مقرراتی را برای حفاظت از محیط زیست وضع کند و جرایمی را برای متخلفین در نظر گیرد.

فصل چهارم

زیرساخت‌ها

این فصل از گزارش به بررسی سیستم حمل‌ونقل، بنادر و راه‌ها، نظام بانکی، نظام بیمه‌ای و زیرساخت‌های ارتباطاتی برزیل می‌پردازد.

حمل و نقل

این کشور از لحاظ زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی از امکانات مناسبی برخوردار است. مشخصات سیستم حمل‌ونقل برزیل، در ادامه گفته شده است.



۱-۱. جاده‌ای

برزیل دارای ۱/۷۵۲ میلیون کیلومتر جاده است. جاده‌های این کشور دارای ترافیک بی‌نظمی است. از این رو تردد در این جاده‌ها نیازمند مهارت و صبر است. برای جلوگیری از افزایش حجم ترافیک و کاهش خطرات ناشی از تردد خودروها، دولت برنامه گسترده‌ای را برای ساخت جاده‌های جدید آغاز کرده است.



۲-۱. ریلی

شبکه‌ی راه‌آهن برزیل، با نزدیک به ۲۹ هزار کیلومتر طول، دهمین خط‌آهن بزرگ جهان است. این شبکه دربردارنده انواع خطوط ریلی عریض، باریک و استاندارد است.

در این شبکه ۳۹۶ کیلومتر خط ریلی دو مسیره و ۱,۵۹۸ کیلومتر مسیر برقی وجود دارد. راه‌آهن برزیل دارای هزار ایستگاه در مسیر حرکت قطارها است. خطوط ریلی سبک برزیل امکانات تراموا را نیز دارد، از این رو بهتر است در درون شهرها از این خطوط استفاده شود.



۱-۳. دریایی

برزیل ۷,۴۹۱ کیلومتر خط ساحلی با اقیانوس اطلس دارد و در این مرز دریایی طولانی، پایانه‌های بندری فراوانی وجود دارد. این کشور دارای پنجاه هزار کیلومتر مسیر دریایی نیز است.

مشخصات سیستم حمل و نقل دریایی برزیل به صورت زیر است:

❖ حمل و نقل دریایی داخلی برزیل بیشتر در زمینه حمل بار و مسافر فعالیت می‌کند. در این زمینه ۶۶ شرکت خدماتی مشغول به کار هستند.

❖ حمل و نقل دریایی خارجی برزیل بازوی اصلی تجارت خارجی این کشور است و بخش عمده‌ای از حمل کالا را انجام می‌دهد.

ناوگان دریایی برزیل دارای ۱۳۶ کشتی بالای هزار تن است، که مشخصات آنها در زیر آمده است:

❖ نوزده کشتی حمل کالاهای بسیار سنگین.

❖ ۲۲ کشتی باری.

❖ هفت تانکر شیمیایی.

❖ یازده کشتی کانتینربر.

❖ یک کشتی بارکش.

❖ دوازده تانکر حمل گاز مایع.

❖ دوازده کشتی حمل مسافر/ بار.

❖ ۴۵ تانکر نفتکش.

❖ هفت کشتی هدایت‌کننده.

۱-۳-۱. بنادر

این کشور دارای بنادر و پایانه‌های ساحلی فراوانی است که برای ترانزیت کالایی داخلی و بین‌المللی از آنها استفاده می‌شود.



برزیل در زمره کشورهای در حال پیشرفت، در خصوص زیرساخت‌های حمل و نقل دریایی به شمار می‌رود. این کشور دارای ۳۶ بندر است که در امتداد مسیر ساحلی قرار دارند. مهم‌ترین بندر برزیل «بندر سانتوس» است که در ایالت ساؤپولو قرار دارد.

برخی از مهم‌ترین بنادر این کشور عبارت‌اند از:

- ❖ Belem
- ❖ Fortaleza
- ❖ Ilheus
- ❖ Imbituba
- ❖ Manaus
- ❖ Rio Grande
- ❖ Salvador
- ❖ Paranagua
- ❖ Porto Alegre
- ❖ Recife
- ❖ Rio de Janeiro
- ❖ Santos
- ❖ Vitoria

۴-۴. هوایی



برزیل دارای ۴,۲۶۳ فرودگاه است. از این میان، تعداد ۷۱۸ فرودگاه آسفالته و ۳,۵۴۵ فرودگاه غیرآسفالته است. در حال حاضر این کشور دارای سیزده فرودگاه بین‌المللی است.

شمار بالای فرودگاه‌ها، حتی با در نظر گرفتن بزرگی مساحت این کشور در نوع خود درخور توجه است و نشان از زیرساخت‌های هوایی مناسب برزیل دارد.

۲. نظام بانکی



بانک مرکزی برزیل^۱ مسوولیت کنترل و نظارت بر سیستم مالی این کشور را بر عهده دارد. در برزیل بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری داخلی و خارجی فراوانی فعالیت می‌کنند.

بر اساس آمار بانک مرکزی برزیل، تعداد بسیار زیادی شعبه بانک محلی و خارجی در این کشور مشغول فعالیت هستند. حیطه عملکرد این بانک‌ها شامل موضوعاتی مانند املاک و مستغلات، ساختمان، مالی و بازرگانی، کشاورزی، صنعت و سرمایه‌گذاری می‌شود.

برخی از بانک‌های فعال در برزیل عبارتند از:

- ❖ Itaú
- ❖ Bradesco
- ❖ Unibanco

1. Central Bank of Brazil

- ❖ Banco Safra
- ❖ Banco Prosper
- ❖ Banco do Brasil
- ❖ Banrisul
- ❖ Caixa Econômica Federal
- ❖ Banestes
- ❖ Bandepe
- ❖ Banerj Acquired by Itaú
- ❖ Bemge Acquired by Itaú
- ❖ Banco Real
- ❖ Banco Santander Banespa

بانک‌های فعال در زمینه سرمایه‌گذاری در برزیل نیز عبارتند از:

- ❖ HSBC
- ❖ UBS Investment Bank
- ❖ European Investment Bank
- ❖ Thebanker

۳. نظام بیمه‌ای

صنعت بیمه برزیل همواره تحت تاثیر شرایط سیاسی و اجتماعی این کشور بوده است. در ده سال گذشته این صنعت رشد سریعی را تجربه کرده است. بهبود شرایط مالی جامعه و ایجاد بازار پردرآمد برای بیشتر فعالان این صنعت، موجب شده که موسسات بیمه خارجی در برزیل دفاتر نمایندگی تاسیس کنند. در حال حاضر بیش از نیمی از فعالیت‌های بیمه‌ای در آمریکای لاتین، توسط موسسات بیمه‌ای برزیلی انجام می‌شود. با این وجود نرخ نفوذ بیمه در برزیل کمتر از کشورهای توسعه‌یافته است. شرکت‌های بیمه در برزیل در بخش بیمه‌های عمومی، عمر، املاک، تجاری، اجباری، بلندمدت و دیگر شاخه‌های بیمه

فعالیت می‌کنند. در سال‌های گذشته با توجه به ورود برزیل به سازمان جهانی تجارت، بسیاری از شرکت‌های بیمه جهانی شعب خود را در کشور برزیل توسعه داده‌اند. برخی از شرکت‌های بیمه‌ای داخلی و نمایندگان شرکت‌های خارجی در این کشور عبارتند از:

- ❖ **Aon**
- ❖ **AGF**
- ❖ **MetLife**
- ❖ **Santander**
- ❖ **Mexbrit**
- ❖ **Guy Carpenter**
- ❖ **APR Seguros**
- ❖ **HSBC Insurance Brokers**
- ❖ **Colemont Brasil Insurance Brokers Ltda**
- ❖ **AON Holdings Corretores de Seguros Ltda**
- ❖ **Âncora Corretora de Seguros Ltda.**
- ❖ **Alfa Real Consultoria e Corretagem de Seguros Ltda**
- ❖ **ADDmakler Administradora e Corretora de Seguros Ltda.**
- ❖ **Adams & Porter Sociedade de Corretagem de Seguros Ltda.**

۴. زیرساخت‌های ارتباطاتی

برزیل از لحاظ زیرساخت‌های ارتباطاتی، کشوری نسبتاً پیشرفته به شمار می‌رود. این کشور از نظر بسیاری از شاخص‌ها و زیرساخت‌های ارتباطاتی، از موقعیت مطلوبی در میان دیگر کشورهای جهان برخوردار است. امکانات و تجهیزات مخابراتی و ماهواره‌ای برزیل، همواره از کیفیت و کمیت خوبی برخوردار بوده است با توجه به سرمایه‌گذاری‌های فراوان انجام شده در دهه‌ی گذشته برای گسترش رسانه‌ها در این کشور، تلویزیون، رادیو، اینترنت، روزنامه‌ها و مجلات برزیل پیشرفت درخور توجهی داشته‌اند.

دامنه‌ی نشانی‌های اینترنتی و یا وبسایت‌های برزیل .br است، همان‌گونه که در ایران .ir است.

کد بین‌المللی تلفن کشور برزیل ۰۰۵۵ یا ۵۵+ است، همان‌گونه که برای ایران ۹۸+ است.

در سال ۲۰۱۰ میلادی در حدود ۴/۲ میلیون خط تلفن ثابت در این کشور وجود داشته است. میزان نفوذ تلفن همراه با ۱۵۰/۷ میلیون خط در سال ۲۰۱۰ میلادی، به بیش از ۷۴ درصد رسیده است. تعداد کاربران اینترنت در برزیل در سال ۲۰۱۰ میلادی به بیش از ۶۵ میلیون نفر رسیده است.

جدول شماره‌ی ۷، زیرساخت‌ها و شاخص‌های ارتباطاتی کشور برزیل در سال ۲۰۱۰ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۷: زیرساخت‌ها و شاخص‌های ارتباطاتی برزیل در سال ۲۰۱۰ میلادی

میزان	شاخص
۴۱/۲ میلیون خط	تعداد خطوط تلفن ثابت
۱۵۰/۷ میلیون خط	تعداد خطوط تلفن همراه
۶۵ میلیون کاربر	کاربران اینترنتی
۱۶ میلیون میزبان	تعداد میزبان‌های اینترنتی
۱۳۸ ایستگاه	تعداد ایستگاه‌های تلویزیونی
۱۱.۸۲۲ ایستگاه	تعداد ایستگاه‌های رادیویی

بخش دوم تجارت خارجی



فصل پنجم

اطلاعات کلی

در این فصل، وضعیت تجارت خارجی مشتمل بر وضعیت صادرات و واردات، انواع و میزان گروه‌های کالایی وارد و صادر شده به/ از برزیل و کشورهای عمده واردکننده و صادرکننده کالا/ از/ به برزیل بررسی می‌شود. در پایان، سرمایه‌گذاری‌های خارجی انجام شده در این کشور تشریح می‌شود.

۱. تراز تجاری

برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی، ۱۵۲،۹۹۵ میلیارد دلار صادرات و ۱۲۷،۶۴۷ میلیارد دلار واردات داشته است. این ارقام نشان می‌دهد که تراز تجاری این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی، به میزان ۲۵،۳۴۸ میلیارد دلار مثبت بوده است.



جدول شماره ۸ ارزش صادرات، واردات و تراز تجاری برزیل طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۸: ارزش صادرات، واردات و تراز تجاری برزیل طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۹ میلادی (میلیارد دلار)

ردیف	شرح	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹
۱	ارزش صادرات	۱۱۸/۵۲۹	۱۳۷/۸۰۶	۱۶۰/۶۴۹	۱۹۷/۹۴۲	۱۵۲/۹۹۵
۲	ارزش واردات	۷۳/۶۰۰	۹۱/۳۴۳	۱۲۰/۶۲۱	۱۷۳/۱۹۷	۱۲۷/۶۴۷

۲۵/۳۴۸	۲۴/۷۴۵	۴۰/۰۲۸	۴۶/۴۶۳	۴۴/۹۲۹	تراز تجاری	۳
۲۸۰/۶۴۲	۳۷۱/۱۳۹	۲۸۱/۲۷۰	۲۲۹/۱۴۹	۱۹۲/۱۲۹	ارزش مبادلات تجاری	۴
۱۲۰	۱۱۴	۱۳۳	۱۵۱	۱۶۱	نسبت صادرات به واردات (درصد)	۵

www.trademap.org

همان گونه که دیده می شود، روند تراز تجاری برزیل طی دوره پنج ساله ۲۰۰۹-۲۰۰۵ میلادی همواره مثبت بوده است.

۲. صادرات

برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی ۱۵۲,۹۹۵ میلیارد دلار صادرات داشته است. اقلام عمده صادراتی این کشور شامل سنگ فلز، جوش و خاکستر، سوخت های معدنی و نفت خام، دانه و میوه های روغن دار، دانه و بذر و میوه های گوناگون، گوشت و احشای خوراکی، قند و شکر و شیرینی، وسایل نقلیه زمینی، دیگ های بخار و آبگرم، چدن، آهن و فولاد و ماشین آلات و دستگاه های برقی و قطعات آنها می شود. صادرات این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی، با ۲۳ درصد کاهش نسبت به سال قبل از آن، همراه بوده است.

فهرست اقلام مهم صادراتی این کشور به جهان و روند رشد آن، طی دوره ۲۰۰۹-۲۰۰۵ میلادی در جدول شماره ۹ آمده است.

جدول ۹: اقلام مهم صادراتی و ارزش هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۹-۲۰۰۵ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
	کل محصولات	-	۱۱۸,۵۲۹	۱۳۷,۸۰۶	۱۶۰,۶۴۹	۱۹۷,۹۴۲	۱۵۲,۹۹۵	نامنظم
۱	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶	۸,۰۲۵	۹,۷۵۷	۱۲,۰۲۶	۱۸,۷۲۷	۱۴,۴۵۳	نامنظم
۲	سوخت های معدنی و نفت خام	۲۷	۷,۱۰۰	۱۰,۵۹۰	۱۳,۲۹۷	۱۸,۶۸۹	۱۳,۶۵۸	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۳	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۵,۴۲۵	۵,۷۵۴	۶,۸۱۹	۱۱,۰۹۶	۱۱,۵۶۵	افزایشی
۴	گوشت و احشای خوراکی	۰۲	۷,۱۷۹	۷,۳۴۱	۹,۶۱۳	۱۲,۲۹۰	۹,۸۹۵	نامنظم
۵	قند و شکر و شیرینی	۱۷	۴,۱۰۲	۶,۳۴۸	۵,۲۸۴	۵,۶۹۶	۸,۵۶۸	نامنظم
۶	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا	۸۷	۱۱,۵۴۴	۱۲,۳۴۵	۱۳,۳۵۴	۱۴,۶۷۲	۸,۴۶۴	نامنظم
۷	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۹,۷۷۲	۱۰,۹۴۴	۱۱,۴۶۹	۱۲,۵۴۹	۸,۰۶۲	نامنظم
۸	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۸,۵۴۹	۸,۷۹۳	۹,۵۳۴	۱۲,۸۴۶	۶,۷۲۳	نامنظم
۹	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۵,۴۶۱	۶,۳۸۶	۶,۲۹۳	۶,۸۹۲	۵,۲۶۴	نامنظم
۱۰	آخال و تفاله صنایع خوراکسازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۲,۹۹۸	۲,۵۸۹	۳,۱۹۱	۴,۶۸۷	۴,۸۸۰	نامنظم
۱۱	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها	۸۸	۳,۳۰۴	۳,۴۴۴	۵,۰۶۸	۵,۹۲۷	۴,۱۹۴	نامنظم
۱۲	قهوه، چای ماته و ادویه	۰۹	۲,۶۶۹	۳,۱۲۵	۳,۶۰۴	۴,۳۷۳	۳,۹۸۰	نامنظم
۱۳	خمیر چوب یا دیگر مواد البافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۲,۰۳۴	۲,۴۸۴	۳,۰۲۴	۳,۹۱۷	۳,۳۱۵	نامنظم

رتبه	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۱۴	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۲۴	۱,۷۰۷	۱,۷۵۲	۲,۲۶۲	۲,۷۵۲	۳,۰۴۶	افزایشی
۱۵	کالاهای دسته‌بندی نشده (سایر کالاها)	۹۹	۲,۱۷۹	۲,۶۱۴	۲,۹۹۶	۴,۸۲۱	۲,۷۹۶	نامنظم
۱۶	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۲,۰۴۴	۲,۵۶۸	۲,۹۱۷	۲,۷۵۷	۲,۷۹۵	نامنظم
۱۷	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۱,۹۱۷	۲,۱۱۶	۲,۶۶۱	۲,۸۳۱	۲,۴۶۴	نامنظم
۱۸	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۲۸	۱,۱۴۹	۱,۷۱۲	۲,۰۶۲	۲,۶۲۱	۲,۰۷۵	نامنظم
۱۹	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا دیگر اجزای گیاهان	۲۰	۱,۲۴۶	۱,۶۴۱	۲,۴۷۱	۲,۲۶۶	۱,۸۳۸	نامنظم
۲۰	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۱,۲۴۵	۱,۴۷۹	۱,۵۷۱	۲,۲۱۱	۱,۷۵۲	نامنظم

www.trademap.org

با نگاهی به ارقام جدول بالا درمی‌یابیم که میزان صادرات برزیل به ویژه در ده گروه کالایی عمده صادراتی، در سال‌های گذشته روندی نامنظم و نسبتاً افزایشی داشته است. به‌گونه‌ای که میزان صادرات این کشور در سال ۲۰۰۹ نسبت به سال ۲۰۰۵ میلادی، نزدیک به سی درصد رشد داشته است.

چین، آمریکا، آرژانتین، هلند، آلمان، ژاپن و انگلیس هفت کشور عمده‌ی واردکننده‌ی کالا از برزیل هستند و در مجموع ۴۶/۴ درصد از کالاهای صادراتی برزیل را وارد می‌کنند. ایران با واردات ۱/۲۱۸ میلیارد دلار کالا از برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی، در رتبه‌ی ۳۴ قرار دارد.

جدول شماره‌ی ۱۰ مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از برزیل و سهم آنها از صادرات

این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰: مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش واردات	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	چین	۲۰,۱۹۱	۱۳/۲
۲	آمریکا	۱۵,۷۴۰	۱۰/۳
۳	آرژانتین	۱۲,۷۸۵	۸/۴
۴	هلند	۸,۱۵۰	۵/۳
۵	آلمان	۶,۱۷۵	۴
۶	ژاپن	۴,۲۷۰	۲/۸
۷	انگلستان	۳,۷۲۷	۲/۴
۸	ونزوئلا	۳,۶۱۰	۲/۴
۹	هند	۳,۴۱۵	۲/۲
۱۰	بلژیک	۳,۱۳۸	۲/۱
۱۱	ایتالیا	۳,۰۱۶	۲
۱۲	فرانسه	۲,۹۴۹	۱/۹
۱۳	روسیه	۲,۸۶۹	۱/۹
۱۴	مکزیک	۲,۶۷۶	۱/۷
۱۵	اسپانیا	۲,۶۶۴	۱/۷
۱۶	شیلی	۲,۶۵۷	۱/۷
۱۷	کره جنوبی	۲,۶۲۲	۱/۷
۱۸	مناطق نامعین	۲,۶۱۴	۱/۷
۱۹	سنت لوییس	۲,۴۳۴	۱/۶
۲۰	عربستان سعودی	۱,۹۵۳	۱/۳

۳. واردات

برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی ۱۲۷/۶۴۷ میلیارد دلار واردات داشته است. اقلام عمده وارداتی برزیل شامل دیگ‌های بخار و آبگرم، سوخت‌های معدنی و نفت خام، ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و قطعات آنها، وسایل نقلیه زمینی، محصولات شیمیایی آلان، آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد، محصولات دارویی، کودهای شیمیایی، محصولات گوناگون شیمیایی و مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد می‌شود. واردات این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی، با ۲۶ درصد کاهش نسبت به سال پیش از آن، همراه بوده است.

جدول شماره ۱۱ اقلام مهم وارداتی برزیل از جهان و ارزش هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۹ - ۲۰۰۵ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱: اقلام مهم وارداتی و ارزش هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۹-۲۰۰۵
(میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
	کل محصولات	-	۷۳,۶۰۰	۹۱,۳۴۳	۱۲۰,۶۲۱	۱۷۳,۱۹۷	۱۲۷,۶۴۷	نامنظم
۱	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۱۱,۶۲۰	۱۳,۷۲۹	۱۸,۴۶۹	۲۵,۶۲۱	۲۱,۰۲۲	نامنظم
۲	سوخت‌های معدنی و نفت خام	۲۷	۱۳,۴۶۵	۱۷,۱۴۲	۲۲,۳۲۰	۳۴,۲۸۸	۱۸,۶۴۵	نامنظم
۳	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۱۰,۴۶۹	۱۲,۹۱۴	۱۴,۸۲۵	۱۹,۹۶۹	۱۵,۵۸۱	نامنظم
۴	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا	۸۷	۴,۲۴۵	۵,۶۷۳	۸,۲۶۴	۱۲,۸۷۴	۱۱,۴۵۶	نامنظم
۵	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۴,۳۳۸	۴,۸۰۱	۶,۳۷۷	۸,۴۱۲	۶,۹۷۰	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۶	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی و سینماتوگرافی	۹۰	۲.۸۸۸	۳.۵۰۴	۴.۵۶۴	۵.۹۸۹	۴.۸۷۴	نامنظم
۷	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۲.۸۸۹	۳.۴۰۹	۴.۲۲۴	۵.۷۶۰	۴.۷۹۰	نامنظم
۸	محصولات دارویی	۳۰	۲.۰۳۷	۲.۶۰۹	۳.۵۲۲	۴.۲۸۰	۴.۴۷۸	افزایشی
۹	کودهای شیمیایی	۳۱	۲.۲۶۵	۳.۳۵۶	۴.۵۲۸	۹.۳۰۴	۳.۹۰۳	نامنظم
۱۰	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۱.۴۰۰	۱.۳۷۵	۱.۹۰۶	۲.۶۰۵	۲.۴۱۶	نامنظم
۱۱	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۱.۰۳۷	۱.۲۷۹	۱.۸۳۳	۲.۸۱۳	۲.۳۹۹	نامنظم
۱۲	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۱.۵۳۳	۱.۸۳۵	۲.۳۷۳	۳.۳۴۰	۲.۲۹۴	نامنظم
۱۳	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها	۸۸	۹۶۸	۱.۲۳۴	۱.۹۱۸	۲.۸۸۱	۲.۲۱۳	نامنظم
۱۴	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۸۵۰	۱.۳۸۶	۱.۸۱۴	۳.۳۲۲	۲.۱۹۳	نامنظم
۱۵	غلات	۱۰	۸۷۹	۱.۲۸۷	۱.۸۲۵	۲.۳۶۸	۱.۷۶۸	نامنظم
۱۶	محصولات شیمیایی غیرآلی، ترکیبات آلی یا غیرآلی فلزات گرانبها	۲۸	۱.۰۲۱	۱.۱۶۶	۱.۴۳۳	۲.۵۲۵	۱.۶۶۱	نامنظم
۱۷	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۸۴۴	۱.۶۲۲	۲.۰۹۰	۲.۴۹۵	۱.۳۱۴	نامنظم
۱۸	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۶۵۴	۹۱۲	۱.۰۸۶	۱.۴۳۷	۱.۰۹۷	نامنظم
۱۹	عصاره‌های دباغی یا رنگ‌رزی، تانرها و مشتقات آنها	۳۲	۵۷۳	۶۴۶	۷۸۷	۹۸۴	۸۵۸	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۲۰	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۵۶۸	۶۶۳	۸۰۹	۹۷۵	۸۴۰	نامنظم
۲۱	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶	۷۹۳	۱,۴۸۵	۱,۵۸۸	۱,۵۴۰	۷۸۸	نامنظم
۲۲	محصولات صنعت آردسازی، مالت و نشاسته	۱۱	۲۱۹	۲۶۹	۴۸۷	۸۴۷	۷۷۰	نامنظم
۲۳	ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و دیگر آبزیان بدون ستون فقرات	۰۳	۲۸۸	۴۲۷	۵۴۳	۶۵۸	۶۸۹	افزایشی
۲۴	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره	۵۵	۲۵۱	۳۹۵	۶۱۰	۶۳۸	۶۷۲	افزایشی
۲۵	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۴۷۲	۵۹۷	۸۸۰	۹۶۹	۶۳۵	نامنظم
۲۶	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی	۱۵	۲۱۲	۲۹۷	۴۶۰	۷۴۳	۵۹۹	نامنظم
۲۷	مبل: مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تخت‌خواب و همانند	۹۴	۲۰۱	۲۷۳	۳۸۳	۵۷۸	۴۷۰	نامنظم
۲۸	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۲۷۸	۲۹۰	۴۲۶	۱,۵۴۶	۴۶۹	نامنظم
۲۹	لباس و متفرعات لباس، غیرکش‌باف یا غیرقلاب‌باف	۶۲	۱۵۵	۲۳۵	۳۱۹	۴۴۸	۴۶۳	افزایشی
۳۰	روغن‌های اسانس‌ی و شبه رزین‌ها (رزینوبیدها)	۳۳	۲۴۷	۳۱۳	۴۰۳	۴۳۳	۴۵۲	افزایشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۳۱	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۲۷۰	۳۱۸	۴۶۰	۵۸۰	۴۳۶	نامنظم
۳۲	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خریزه و همانند	۰۸	۲۱۹	۲۸۸	۳۳۴	۴۰۴	۴۲۴	افزایشی
۳۳	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۲۴۹	۲۷۷	۳۶۱	۵۵۱	۴۰۸	نامنظم
۳۴	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۲۲۵	۲۴۳	۴۲۷	۵۱۲	۳۸۸	نامنظم
۳۵	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانپه یا نیمه گرانپه	۷۱	۲۲۳	۳۲۶	۴۳۲	۵۴۵	۳۶۸	نامنظم
۳۶	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۱۲۹	۲۰۲	۳۳۴	۴۱۹	۳۶۲	نامنظم
۳۷	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۱۸۰	۲۴۶	۳۰۰	۳۲۲	۳۴۴	افزایشی
۳۸	پارچه‌های کش‌باف یا قلاب‌باف	۶۰	۲۹	۷۰	۲۵۵	۲۶۹	۳۳۹	افزایشی
۳۹	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان کننده	۳۴	۲۰۰	۲۲۳	۲۸۸	۳۸۴	۳۳۱	نامنظم
۴۰	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از دیگر اجزای گیاهان	۲۰	۱۴۸	۱۸۴	۲۴۳	۳۳۰	۳۲۳	نامنظم
۴۱	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۶۴	۱۲۲	۱۴۹	۲۲۲	۳۲۷	۳۲۳	نامنظم
۴۲	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷	۱۹۷	۱۸۸	۲۵۳	۴۶۰	۳۰۷	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۴۳	لباس و متفرعات لباس، کش‌باف یا قلاب‌باف	۶۱	۷۳	۱۱۲	۱۶۷	۲۴۶	۳۰۴	افزایشی
۴۴	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی و لوازم سفر	۴۲	۸۸	۱۳۳	۱۷۸	۲۷۷	۲۷۵	نامنظم
۴۵	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸	۱۱۴	۱۳۰	۲۱۲	۲۱۶	۲۷۴	افزایشی
۴۶	شیر و محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی	۰۴	۱۳۸	۱۷۱	۱۷۲	۲۳۲	۲۷۳	افزایشی
۴۷	پنبه	۵۲	۹۶	۲۲۱	۲۷۵	۴۷۴	۲۶۳	نامنظم
۴۸	لکوموتیوهای راه‌آهن یا تراموا، نواقل روی خط راه‌آهن و اجزا و قطعات آنها	۸۶	۲۲۱	۲۸۰	۲۲۰	۵۲۴	۲۶۰	نامنظم
۴۹	کشتی‌ها، قایق‌ها و شناورها	۸۹	۲۲	۲۴	۵۵	۷۲	۲۵۹	افزایشی
۵۰	محصولات عکاسی و سینماتوگرافی	۳۷	۲۴۹	۲۸۸	۲۸۵	۲۷۷	۲۵۵	نامنظم
۵۱	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۱۷۲	۲۰۰	۲۵۹	۳۱۱	۲۴۵	نامنظم
۵۲	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۱۰۹	۱۴۴	۱۷۵	۲۳۱	۲۴۴	افزایشی
۵۳	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۲۱۰	۲۱۳	۲۳۲	۲۷۴	۲۴۲	نامنظم
۵۴	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها، آنزیم‌ها	۳۵	۱۳۳	۱۵۲	۱۹۰	۲۵۱	۲۴۰	نامنظم

رتبه	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۵۵	محصولات سرامیکی	۶۹	۱۰۳	۱۰۷	۱۶۱	۲۳۵	۲۱۳	نامنظم
۵۶	پارچه‌های نسجی آغشته، اندوده، پوشانده یا مطبق شده	۵۹	۱۳۵	۱۵۵	۲۰۵	۲۵۷	۲۰۵	نامنظم
۵۷	مصنوعات گوناگون	۹۶	۹۶	۱۱۶	۱۵۲	۲۱۳	۱۹۴	نامنظم
۵۸	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۱۱۳	۱۳۲	۱۷۵	۱۹۴	۱۷۱	نامنظم
۵۹	آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۱۲۵	۱۳۵	۱۶۷	۲۱۰	۱۶۸	نامنظم
۶۰	محصولات تهیه شده از حیوانات	۰۵	۶۴	۷۳	۱۰۴	۱۶۴	۱۵۵	نامنظم

www.trademap.org

همان‌گونه که جدول بالا نشان می‌دهد، واردات کالا در بیشتر گروه‌های کالایی، به ویژه در ده گروه کالایی عمده وارداتی، روندی نامنظم داشته است. میزان واردات این کشور در سال ۲۰۰۹ نسبت به سال ۲۰۰۵ میلادی، بیش از ۷۳ درصد رشد داشته است.

کشورهای آمریکا، چین، آرژانتین، آلمان، ژاپن، کره جنوبی، نیجریه و ایتالیا هشت شریک عمده وارداتی برزیل (صادرکنندگان به برزیل) هستند. این کشورها ۵۹/۴ درصد از ارزش صادرات کالا به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی را در اختیار داشته‌اند.

ایران با صادرات نوزده میلیون دلار کالا به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی، در رتبه‌ی ۸۴ قرار دارد.

حضور آرژانتین در میان کشورهای عمده صادرکننده به برزیل، به دلیل عضویت هر دو کشور در موافقت‌نامه ترجیحات تعرفه‌ای مرکوسور است. اهمیت عضویت در موافقت‌نامه‌های ترجیحات تجاری و تعرفه‌ای با دیگر کشورها، در زمینه صادرات آرژانتین به برزیل به روشنی دیده می‌شود.

مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به برزیل و ارزش صادرات آن‌ها در سال ۲۰۰۹ میلادی در جدول شماره‌ی ۱۲ آمده است.

جدول ۱۲: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل واردات (درصد)
۱	آمریکا	۲۰,۱۸۳	۱۵/۸
۲	چین	۱۵,۹۱۱	۱۲/۵
۳	آرژانتین	۱۱,۲۸۱	۸/۸
۴	آلمان	۹,۸۶۶	۷/۷
۵	ژاپن	۵,۳۶۸	۴/۲
۶	کره جنوبی	۴,۸۱۸	۳/۸
۷	نیجریه	۴,۷۶۰	۳/۷
۸	ایتالیا	۳,۶۶۸	۲/۹
۹	فرانسه	۳,۶۲۵	۲/۸
۱۰	مکزیک	۲,۷۸۳	۲/۲
۱۱	شیلی	۲,۶۱۶	۲
۱۲	تایوان	۲,۴۱۳	۱/۹
۱۳	انگلیس	۲,۴۰۸	۱/۹
۱۴	هند	۲,۱۹۱	۱/۷
۱۵	سوئیس	۲,۰۶۰	۱/۶
۱۶	اسپانیا	۱,۹۵۵	۱/۵
۱۷	بولیوی	۱,۶۵۰	۱/۳
۱۸	کانادا	۱,۶۰۱	۱/۳

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل واردات (درصد)
۱۹	عربستان	۱,۵۹۷	۱/۳
۲۰	روسیه	۱,۴۱۲	۱/۱
۲۱	الجزایر	۱,۳۸۱	۱/۱
۲۲	تایلند	۱,۲۷۱	۱
۲۳	اوروگوئه	۱,۲۴۰	۱
۲۴	مالزی	۱,۲۲۶	۱
۲۵	بلژیک	۱,۱۵۴	۰/۹
۲۶	سوئد	۱,۱۰۶	۰/۹
۲۷	فنلاند	۱,۰۸۲	۰/۸
۲۸	اتریش	۹۹۵	۰/۸
۲۹	اندونزی	۹۸۷	۰/۸
۳۰	هلند	۹۷۲	۰/۸

www.trademap.org

۴. کشورهای عمده صادرکننده

در این بخش، کشورهای عمده‌ی صادرکننده به برزیل معرفی می‌شوند. این اطلاعات می‌تواند تصویر روشنی از رقبای بالقوه و رقبای کنونی در گروه‌های کالایی اصلی صادراتی به برزیل برای بازرگانان ایرانی فراهم کند. بر اساس آمار، شش کشور نخست در هر گروه کالایی، به طور میانگین بیش از شصت درصد کالاها را وارد کرده‌اند. در جداول ۱۳ تا ۳۲، شش کشور نخست صادرکننده و سهم هر کدام در بیست گروه کالایی اول ارائه شده در جدول شماره ۱۱ آمده است.

جدول ۱۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین دیگ‌های بخار و آبگرم در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۴,۸۶۷	۲۳/۲
۲	چین	۳,۲۱۵	۱۵/۳
۳	آلمان	۲,۶۸۶	۱۲/۸
۴	ژاپن	۱,۷۸۳	۸/۵
۵	ایتالیا	۱,۳۳۵	۶/۴
۶	فرانسه	۶۵۲	۳/۱
جمع کل واردات برزیل: ۲۱,۰۲۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین سوخت‌های معدنی و نفت خام در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	نیجریه	۴,۷۵۶	۲۵/۲
۲	آمریکا	۲,۰۸۹	۱۱/۱
۳	بولیوی	۱,۵۹۲	۸/۴
۴	عربستان	۱,۵۳۸	۸/۲
۵	الجزایر	۱,۳۶۳	۷/۲
۶	آرژانتین	۱,۳۱۵	۷
جمع کل واردات برزیل: ۱۸,۸۶۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	چین	۵,۲۸۰	۳۳/۹
۲	آمریکا	۱,۵۰۸	۹/۷
۳	کره جنوبی	۱,۴۹۲	۹/۶
۴	تایوان	۹۴۴	۶/۱
۵	آلمان	۸۰۸	۵/۲
۶	ژاپن	۷۶۹	۴/۹
جمع کل واردات برزیل: ۱۵,۵۸۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آرژانتین	۴,۳۴۹	۳۸
۲	آلمان	۱,۱۱۸	۹/۸
۳	کره جنوبی	۱,۱۰۶	۹/۷
۴	مکزیک	۱,۰۴۰	۹/۱
۵	ژاپن	۱,۰۰۴	۸/۸
۶	آمریکا	۵۲۸	۴/۶
جمع کل واردات برزیل: ۱۱,۴۵۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۷: مهم ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی آلی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱,۴۶۷	۲۱/۱
۲	چین	۱,۱۲۴	۱۶/۱
۳	آلمان	۸۸۳	۱۲/۷
۴	هند	۴۰۶	۵/۸
۵	سوئیس	۳۶۲	۵/۲
۶	مکزیک	۳۵۸	۵/۱
جمع کل واردات برزیل: ۶,۹۷۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۸: مهم ترین رقبای موجود در تامین آلات و دستگاه های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱,۲۸۲	۲۶/۳
۲	چین	۷۲۶	۱۴/۹
۳	آلمان	۶۱۳	۱۲/۶
۴	ژاپن	۳۸۱	۷/۸
۵	کره جنوبی	۳۲۲	۶/۶
۶	تایوان	۱۷۳	۳/۵
جمع کل واردات برزیل: ۴,۸۷۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱,۳۷۴	۲۸/۷
۲	آرژانتین	۶۲۱	۱۳
۳	آلمان	۴۶۶	۹/۷
۴	چین	۳۱۳	۶/۵
۵	تایوان	۲۰۳	۴/۲
۶	کره جنوبی	۱۹۶	۴/۱
جمع کل واردات برزیل: ۴,۷۹۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات دارویی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱,۰۲۶	۲۲/۹
۲	آلمان	۶۸۴	۱۵/۳
۳	سوئیس	۶۴۶	۱۴/۴
۴	فرانسه	۴۰۴	۹
۵	انگلستان	۲۱۱	۴/۷
۶	بلژیک	۱۹۴	۴/۳
جمع کل واردات برزیل: ۴,۴۷۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کودهای شیمیایی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	روسیه	۹۳۴	۲۳/۹
۲	آلمان	۵۱۰	۱۳/۱
۳	بلاروس	۴۹۶	۱۲/۷
۴	آمریکا	۴۰۲	۱۰/۳
۵	رژیم اشغالگر قدس	۲۹۵	۷/۶
۶	کانادا	۲۱۵	۵/۵
جمع کل واردات برزیل: ۳,۹۰۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات گوناگون شیمیایی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۷۴۷	۳۰/۹
۲	آلمان	۳۰۳	۱۲/۶
۳	انگلستان	۲۹۶	۱۲/۳
۴	آرژانتین	۲۷۲	۱۱/۲
۵	فرانسه	۸۹	۳/۷
۶	چین	۶۸	۲/۸
جمع کل واردات برزیل: ۲,۴۱۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۳۹۷	۱۶/۵
۲	چین	۳۵۲	۱۴/۷
۳	ژاپن	۲۸۸	۱۲
۴	آلمان	۲۴۱	۱۰
۵	انگلستان	۱۷۸	۷/۴
۶	ایتالیا	۱۴۷	۶/۱
جمع کل واردات برزیل: ۲,۳۹۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۳۶۹	۱۶/۱
۲	آرژانتین	۲۲۱	۹/۶
۳	مالزی	۱۷۵	۷/۶
۴	ژاپن	۱۷۴	۷/۶
۵	چین	۱۷۳	۷/۶
۶	تایلند	۱۵۸	۶/۹
جمع کل واردات برزیل: ۲,۲۹۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱,۱۰۳	۴۹/۹
۲	فرانسه	۳۲۰	۱۴/۵
۳	اسپانیا	۲۳۴	۱۰/۶
۴	روسیه	۹۲	۴/۱
۵	ایتالیا	۸۷	۳/۹
۶	بلژیک	۸۱	۳/۷
جمع کل واردات برزیل: ۲,۲۱۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین چدن، آهن و فولاد در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	چین	۳۴۱	۱۵/۶
۲	کره جنوبی	۱۷۳	۷/۹
۳	آمریکا	۱۵۹	۷/۲
۴	اتریش	۱۵۱	۶/۹
۵	آلمان	۱۰۱	۴/۶
۶	فرانسه	۸۱	۳/۷
جمع کل واردات برزیل: ۲,۱۹۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین غلات در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آرژانتین	۹۵۲	۵۳/۹
۲	پاراگوئه	۳۳۸	۱۹/۱
۳	اوروگوئه	۳۳۵	۱۸/۹
۴	کانادا	۸۰	۴/۵
۵	آمریکا	۵۳	۳
۶	لهستان	۶	۰/۳
جمع کل واردات برزیل: ۱,۷۶۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی غیرآلی، ترکیبات آلی یا غیرآلی فلزات گرانبها در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۵۴۵	۳۲/۸
۲	چین	۲۳۳	۱۴
۳	آلمان	۱۱۰	۶/۶
۴	آرژانتین	۱۰۰	۶
۵	اسپانیا	۹۴	۵/۷
۶	انگلستان	۹۳	۵/۶
جمع کل واردات برزیل: ۱,۶۶۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مس و مصنوعات از مس در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	شیلی	۹۷۲	۷۴
۲	پرو	۱۹۲	۱۴/۶
۳	چین	۳۹	۲/۹
۴	آلمان	۳۱	۲/۴
۵	آمریکا	۱۹	۱/۵
۶	سوئد	۶	۰/۵
جمع کل واردات برزیل: ۱,۳۱۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۳۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	کانادا	۱۷۲	۱۵/۶
۲	آمریکا	۱۵۷	۱۴/۳
۳	فنلاند	۹۸	۸/۹
۴	آلمان	۸۸	۸
۵	اتریش	۷۸	۷/۱
۶	آرژانتین	۶۳	۵/۷
جمع کل واردات برزیل: ۱,۰۹۷ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۳۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین عصاره‌های دباغی یا رنگرزی،
تان‌ها و مشتقات آنها در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۲۱۰	۲۴/۵
۲	آلمان	۱۱۴	۱۳/۳
۳	چین	۷۶	۸/۹
۴	مکزیک	۶۱	۷/۲
۵	هند	۵۵	۶/۵
۶	سوئیس	۵۰	۵/۹
جمع کل واردات برزیل: ۸۵۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

**جدول ۳۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی در
بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)**

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	چین	۲۷۱	۳۲/۳
۲	تایوان	۱۰۵	۱۲/۵
۳	اندونزی	۸۷	۱۰/۳
۴	هند	۷۶	۹/۱
۵	کره جنوبی	۶۱	۷/۳
۶	آمریکا	۴۰	۴/۸
جمع کل واردات برزیل: ۸۴۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

۴-۱. تحلیل مزیت‌های ایران در تامین کالاهای عمده وارداتی برزیل

بررسی کشورهای اصلی تامین‌کننده کالاهای مهم وارداتی برزیل (بیست فصل اول) نشان می‌دهد که ایران با وجود توانمندی صادرات کالاهای مورد بررسی، جزو تامین‌کنندگان اصلی هیچ یک از کالاهای مهم وارداتی برزیل نیست. بررسی توانمندی‌های ایران در تامین کالاهای مهم وارداتی برزیل، نشان می‌دهد که شرکت‌های ایرانی از ظرفیت گسترده‌ای در تامین نیازهای بازار این کشور برخوردار هستند.

شرکت‌های ایرانی تولیدکننده‌ی کالاهای ذیل فصل ۸۴ کتاب تعرفه (دیگ‌های بخار و آب‌گرم)، از توانمندی صادراتی گسترده‌ای برخوردارند. از این‌رو با برنامه‌ریزی برای حضور بلندمدت در بازار برزیل، سهم صادرات ایران به این کشور در این گروه کالایی، تا اندازه‌ی زیادی می‌تواند افزایش یابد. ایران در گروه کالایی ۸۷ (وسایل نقلیه زمینی) نیز از پتانسیل و ظرفیت بالایی برخوردار است و می‌تواند سهم بازار خود را تا حدود زیادی در این گروه کالایی افزایش دهد.

بررسی مزیت‌های ایران در صادرات کالاهای ذیل فصول ۵۷ (فرش و دیگر کفپوش‌ها)، ۳۹ (مواد پلاستیکی)، ۳۰ (محصولات دارویی) و ۳۸ (محصولات گوناگون شیمیایی)، نشان از ظرفیت‌های گسترده‌ی ایران، برای توسعه‌ی صادرات به بازار این کشور است.

بررسی برتری‌های صادراتی ایران در بیست فصل اول وارداتی برزیل نشان می‌دهد که شرکت‌های ایرانی، توانایی تامین بخش بزرگی از کالاهای ذیل هفت فصل شامل فصول ۲۹، ۳۰، ۳۸، ۳۹، ۵۷، ۸۴ و ۸۷ را دارند.

۵. سرمایه‌گذاری خارجی

امروزه برزیل دارای ثبات سیاسی مناسبی بوده و با بیش‌تر کشورهای جهان روابط دوستانه‌ای دارد. از این‌رو برزیل کشور مناسبی برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی است. بخش توسعه تجارت و وزارت روابط خارجی برزیل، مهم‌ترین نهاد تصمیم‌گیرنده در زمینه توسعه سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در این کشور است. این بخش با تشکیل اداره توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری در سفارت‌خانه‌های برزیل، در زمینه‌ی آگاهی‌رسانی تجاری

و معرفی زمینه‌های مناسب سرمایه‌گذاری اقدام می‌کند. هم‌اکنون ادارات توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری در پنجاه سفارت و کنسول‌گری برزیل در کشورهای جهان ایجاد شده‌اند. بر اساس اعلام مقامات برزیلی، سرمایه‌گذاران خارجی مجاز به فعالیت و سرمایه‌گذاری در زمینه‌های زیر هستند:

- ❖ صنایع خودروسازی.
- ❖ ایجاد، ترمیم و توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل.
- ❖ توسعه سیستم‌های آبیاری محصولات کشاورزی.
- ❖ ساخت خانه، آپارتمان و مسکن.
- ❖ توسعه شبکه برق و ارائه خدمات به مشترکین.
- ❖ تولید کود، سم و نیازمندی‌های کشاورزان.
- ❖ گسترش و بهبود فعالیت‌های کشاورزی و جنگل‌داری برای بهره‌برداری بهینه از زمین‌های مستعد.
- ❖ دامداری و دامپروری.
- ❖ خدمات مالی.
- ❖ فناوری اطلاعات.
- ❖ رسانه‌ها.
- ❖ مخابرات.
- ❖ گردشگری و سرگرمی.
- ❖ تولید محصولات غذایی.
- ❖ صنایع چاپ و تولید کاغذ.
- ❖ خدمات مدیریتی و مشاوره‌ای.

کل سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در برزیل تا پایان سال ۲۰۰۸ میلادی، برابر با ۲۸۷/۶۹۷ میلیارد دلار بوده است. جدول شماره‌ی ۳۳ میزان سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در برزیل در سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۳: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده در برزیل طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی

سال	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
میزان سرمایه‌گذاری خارجی (میلیارد دلار)	۱۸/۸۲۲	۳۴/۵۸۵	۴۵/۰۵۸

World Investment Report 2009

میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده توسط برزیل در دیگر کشورها، از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی در جدول شماره‌ی ۳۴ آمده است.

جدول ۳۴: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده توسط برزیل طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی

سال	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
میزان سرمایه‌گذاری خارجی (میلیارد دلار)	۲۸/۲۰۲	۷/۴۵۷	۲۰/۶۸۵

World Investment Report 2009

فصل ششم

وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

مناسبات اقتصادی و بازرگانی ایران با برزیل، بسیار جوان و نوپا است. در این فصل پیشینه روابط بازرگانی، آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری دو کشور در سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ میلادی بررسی می‌شود.

۱. پیشینه‌ی روابط بازرگانی ایران و برزیل



از عمر مناسبات اقتصادی ایران با برزیل چیزی نزدیک به بیست سال می‌گذرد. امروزه دو کشور با توجه به مناسبات نزدیک سیاسی، امکان افزایش هرچه بیش‌تر همکاری‌ها در زمینه‌های گوناگون صنعتی، خدماتی، بازرگانی و کشاورزی را دارند.

عضویت برزیل در شورای حکام آژانس بین‌المللی انرژی اتمی و سازمان جهانی تجارت، کمک بسیاری به ارتقای سطح روابط سیاسی دو کشور کرده است. راییه رای ممتنع در جلسه اخیر شورای حکام از سوی برزیل در مورد پرونده هسته‌ای ایران، گامی مهم در تحکیم روابط سیاسی و اقتصادی ایران و برزیل بود.

از سوی دیگر بالا بودن ارزش واردات ایران از این کشور و برخورداری برزیل از موقعیت ویژه به عنوان یکی از شرکای مهم تجاری ایران در بخش واردات، موجب شده که سران این کشور ارزش بالایی برای حفظ و گسترش روابط کنونی خود با ایران قایل باشند.

هر چند تاکنون فعالیت‌های دوجانبه‌ی نمایشگاهی و تجاری میان ایران و برزیل چشم‌گیر نبوده است، ولی با حضور پررنگ‌تر دو کشور در نمایشگاه‌های برگزار شده در ایران و برزیل، می‌توان به ارتقای سطح روابط بازرگانی دو کشور امیدوار بود.

۲. آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری

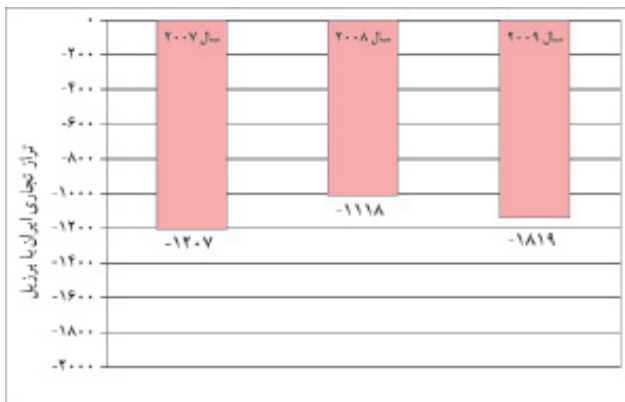
تراز تجاری ایران با برزیل در سال‌های گذشته با روند منفی همراه بوده است. تراز تجاری ایران با برزیل در سال ۲۰۰۷ میلادی برابر با ۱,۲۰۷ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۸ میلادی به میزان ۱,۱۱۸ میلیون دلار منفی بوده است. با افزایش واردات ایران در سال ۲۰۰۹ میلادی، تراز تجاری به منفی ۱,۸۱۹ میلیون دلار رسیده است. جدول شماره ۳۵ روند تراز تجاری ایران با برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۵: روند تراز تجاری ایران با برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

سال	ارزش صادرات	ارزش واردات	تراز تجاری	روند تغییر تراز تجاری
۲۰۰۷	۱۱	۱,۲۱۸	-۱,۲۰۷	به زیان ایران
۲۰۰۸	۱۵	۱,۱۳۳	-۱,۱۱۸	به زیان ایران
۲۰۰۹	۱۹	۱,۸۳۸	-۱,۸۱۹	به زیان ایران

www.trademap.org

نمودار شماره ۱ روند تراز تجاری ایران با برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۱: روند تراز تجاری ایران با برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

۳. صادرات ایران به برزیل

در سال ۲۰۰۷ میلادی ارزش صادرات ایران به برزیل برابر با یازده میلیون دلار بوده که در سال ۲۰۰۸ میلادی با رشدی در حدود ۳۶ درصد به پانزده میلیون دلار افزایش یافته است. میزان صادرات در سال ۲۰۰۹ میلادی نیز با رشد ۲۱ درصدی به نوزده میلیون دلار رسیده است. بنابراین، ارزش صادرات ایران به برزیل در طول دوره سه ساله ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی در حدود ۷۳ درصد رشد داشته است. در کل، میزان صادرات ایران به برزیل بسیار اندک است و رشد بیست و یا سی درصدی نیز، تغییر ناچیزی در ارزش مبادلات تجاری دو کشور ایجاد می‌کند.

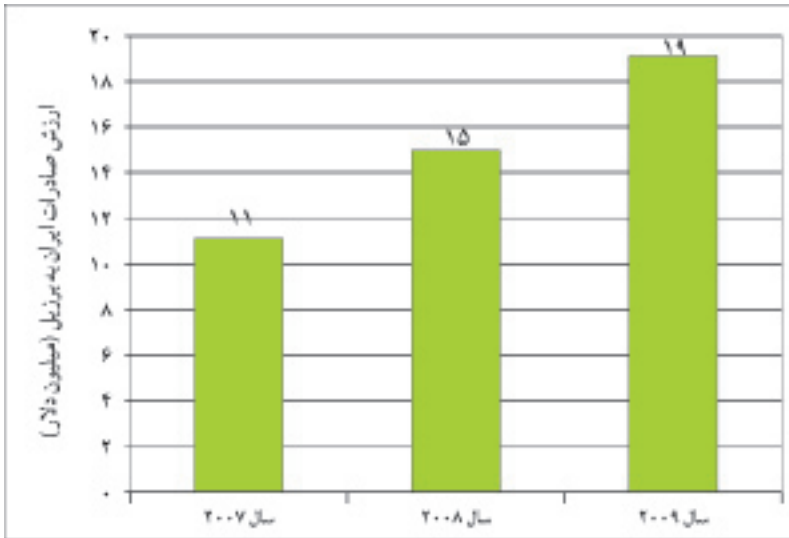
جدول شماره ۳۶ ارزش صادرات ایران به برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۶: ارزش صادرات ایران به برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی
(میلیون دلار)

سال	ارزش صادرات	نرخ رشد (درصد)
۲۰۰۷	۱۱	-
۲۰۰۸	۱۵	+۳۶
۲۰۰۹	۱۹	+۲۱

www.trademap.org

نمودار شماره ۲ ارزش صادرات ایران به برزیل در سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۲: ارزش صادرات ایران به برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

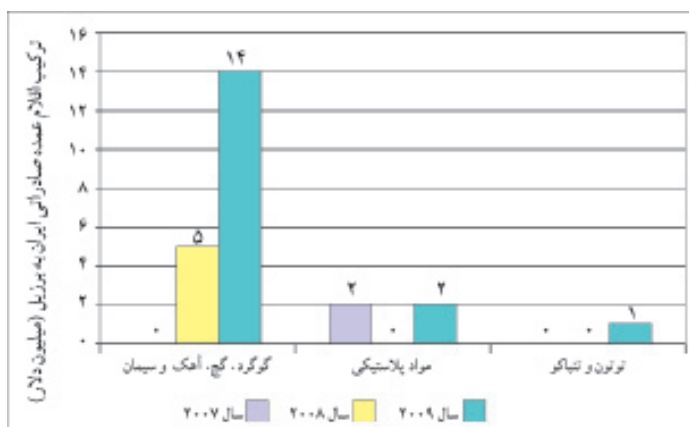
کل صادرات ایران به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی، شامل ۲۱ گروه کالایی و در سه سال گذشته دربرگیرنده‌ی ۳۱ گروه کالایی مندرج در جدول شماره‌ی ۳۷ می‌شود. اقلام عمده صادراتی ایران به برزیل در سه سال گذشته شامل گچ، آهک و سیمان، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده، میوه‌های خوراکی، وسایل نقلیه زمینی، محصولات شیمیایی غیرآلی، ترکیبات آلی یا غیرآلی فلزات گرانبه، فرش و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی و کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو، می‌شود.

جدول ۳۷: ترکیب صادرات ایران به برزیل طی دوره ۲۰۰۹-۲۰۰۷ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
	کل محصولات	-	۱۱	۱۵	۱۹	افزایشی
۱	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۰/۰۱	۵	۱۴	افزایشی
۲	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۰	۰/۳۵	۲	افزایشی
۳	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۲۴	۰	۰	۱	افزایشی
۴	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۲	۲	۰/۵۸	کاهشی
۵	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا	۸۷	۰/۳۸	۰/۵۰	۰/۴۶	نامنظم
۶	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۲۸	۷	۳	۰/۳۸	کاهشی
۷	فرش و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی	۵۷	۰/۵۰	۰/۶۰	۰/۳۱	نامنظم
۸	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۰	۰/۳۴	۰/۱۹	نامنظم
۹	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۰/۰۶	۰	۰/۰۶	نامنظم
۱۰	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۰	۰/۱۵	۰/۰۵	نامنظم
۱۱	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۰	۰	۰/۰۵	افزایشی
۱۲	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۰	۰	۰/۰۴	افزایشی
۱۳	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۴	کاهشی
۱۴	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۰/۱۲	۰/۰۴	۰/۰۳	کاهشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند صادرات
۱۵	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۴۴	۰/۰۰۸	۰/۰۶	۰/۰۲	نامنظم
۱۶	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۰	۰	۰/۰۲	افزایشی
۱۷	انگم‌ها، صمغ‌ها، رزین‌ها و دیگر شیره‌ها و عصاره نباتی	۱۳	۰/۰۰۲	۰/۱۱	۰/۰۱	نامنظم
۱۸	روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها (رزینوئیدها)	۳۳	۰	۰	۰/۰۰۴	افزایشی
۱۹	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۰/۰۰۵	۰/۰۴	۰/۰۰۴	نامنظم
۲۰	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷	۰/۰۴	۰	۰/۰۰۲	نامنظم
۲۱	دیگر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	نامنظم
۲۲	پارچه‌های تارپود باف مخصوص و پارچه‌های نسجی منگوله بافت	۵۸	۰	۰/۰۶	۰	نامنظم
۲۳	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶	۰	۰/۹۴	۰	نامنظم
۲۴	سوختهای معدنی و نفت خام	۲۷	۰/۱۴	۰	۰	کاهشی
۲۵	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان‌کننده	۳۴	۰/۰۲	۰	۰	کاهشی
۲۶	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۱	۰/۴۸	۰/۴۰	۰	کاهشی
۲۷	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از دیگر اجزای گیاهان	۲۰	۰/۰۷	۰/۱۴	۰	نامنظم
۲۸	قهوه، چای ماته و ادویه	۰۹	۰/۱۴	۰/۰۷	۰	کاهشی
۲۹	میل؛ میل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تخت‌خواب و همانند	۹۴	۰/۰۰۲	۰	۰	کاهشی
۳۰	مصنوعات گوناگون	۹۶	۰/۰۰۶	۰/۰۰۹	۰	نامنظم
۳۱	اشیای هنری، اشیای کلکسیون یا عتیقه	۹۷	۰	۰/۰۸	۰	نامنظم

نمودار شماره ۳ ترکیب اقلام مهم صادراتی ایران به برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را به صورت مقایسه‌ای نشان می‌دهد.



نمودار ۳: ترکیب صادرات ایران به برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

۴. تحلیل صادرات محصولات ایران به برزیل

در ادامه جایگاه و سهم ایران در صادرات هر یک از گروه‌های کالایی فوق به بازار برزیل تجزیه و تحلیل، و رقبای بالفعل و سهم آنها در هر یک از این گروه‌ها بررسی می‌شود.

۴-۱. گوگرد، گچ، آهک و سیمان

گوگرد، گچ، آهک و سیمان اولین گروه کالایی عمده صادراتی ایران به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی است. کشورهای آمریکا، کانادا، مراکش، روسیه، آرژانتین و الجزایر بیشترین ارزش صادرات این گروه از محصولات به برزیل را در اختیار دارند. این شش کشور ۵۸/۵٪ از بازار این گروه کالایی در بازار برزیل را به خود اختصاص داده‌اند.

ایران با صادرات چهارده میلیون دلاری از این گروه کالایی به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی، جایگاه هشتم و سهم بازار سه درصدی را در اختیار دارد.

جدول شماره‌ی ۳۸ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین گوگرد، گچ، آهک و سیمان در بازار برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین گوگرد، گچ، آهک و سیمان در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۶۷	۱۴/۴
۲	کانادا	۶۴	۱۳/۷
۳	مراکش	۵۴	۱۱/۴
۴	روسیه	۴۹	۱۰/۵
۵	آرژانتین	۲۲	۴/۶
۶	الجزایر	۱۸	۳/۹

جمع کل واردات برزیل: ۴۶۹ میلیون دلار

www.trademap.org

۲-۴. مواد پلاستیکی

مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، دومین گروه کالایی صادراتی ایران به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی است. آمریکا، آرژانتین، آلمان، چین، تایوان و کره جنوبی شش کشور عمده‌ی صادرکننده‌ی این گروه کالایی به برزیل هستند. این کشورها در مجموع نزدیک به دو سوم از این بازار یعنی ۶۶/۲ درصد سهم بازار را به خود اختصاص داده‌اند.

ایران با صادرات ۱/۶ میلیون دلاری به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی در این گروه کالایی، جایگاه ۴۸ و سهم بازار بسیار اندک و نزدیک به صفر را در اختیار دارد.

با توجه به جایگاه مناسب ایران در صنایع پتروشیمی و تولید مواد پلاستیکی و داشتن توانایی لازم برای افزایش میزان تولید و صادرات، امکان ارایه‌ی بیشتر این گروه کالایی مورد نیاز کشور برزیل، به عنوان یک فرصت مناسب در افق زمانی کوتاه‌مدت و میان‌مدت وجود دارد.

جدول شماره‌ی ۳۹ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن در بازار برزیل، در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱,۳۷۴	۲۸/۷
۲	آرژانتین	۶۲۱	۱۳
۳	آلمان	۴۶۶	۹/۷
۴	چین	۳۱۳	۶/۵
۵	تایوان	۲۰۳	۴/۲
۶	کره جنوبی	۱۹۶	۴/۱
جمع کل واردات برزیل: ۴.۷۹۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

۳-۴. توتون و تنباکو

توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده، سومین گروه کالایی صادراتی ایران به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی است. کشور هند به تنهایی بیش از یک چهارم سهم بازار یعنی ۲۷ درصد از صادرات توتون و تنباکو به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی را به خود اختصاص داده است. ترکیه، کلمبیا، ایتالیا، مالای و یونان در رده‌های بعدی صادرات این گروه کالایی به برزیل قرار دارند.

ایران با صادرات ۱/۲ میلیون دلار توتون و تنباکو به برزیل، رتبه‌ی سیزدهم و سهم بازار ۱/۷ درصدی را در اختیار دارد.

جدول شماره‌ی ۴۰ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده در بازار برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۴۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	هند	۱۸	۲۷
۲	ترکیه	۹	۱۲/۷
۳	کلمبیا	۷	۱۰/۲
۴	ایتالیا	۷	۹/۸
۵	مالاوی	۵	۷
۶	یونان	۴	۵/۸

جمع کل واردات برزیل: ۶۷ میلیون دلار

www.trademap.org

۴-۴. میوه‌های خوراکی

میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و همانند، چهارمین گروه کالایی صادراتی ایران به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی است. کشورهای آرژانتین، شیلی، ترکیه، اسپانیا، پرتغال و آمریکا به ترتیب جایگاه‌های اول تا ششم را در صادرات این محصولات به برزیل در اختیار دارند. این شش کشور در مجموع نزدیک به سه چهارم سهم بازار یعنی ۷۴/۶ درصد از صادرات این گروه کالایی به برزیل را به خود اختصاص داده‌اند.

سهم صادرات ایران به برزیل در این گروه کالایی، ۰/۱ درصد و ارزش صادرات آن در حدود ۵۸۱ هزار دلار است، که رتبه هجدهم را در این گروه کالایی به خود اختصاص داده است.

با توجه به تنوع آب و هوایی، خاک حاصل‌خیز و پرورش انواع میوه‌ها در گستره‌ی جغرافیایی کشور، در صورت بازاریابی مناسب و ارزیابی محصولات با کیفیت و ویژگی‌های مورد نظر واردکنندگان برزیلی، می‌توان سهم بازار کشور را در این گروه کالایی تا حد زیادی افزایش داد.

جدول شماره‌ی ۴۱ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و همانند در بازار برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۴۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آرژانتین	۲۰۶	۴۸/۶
۲	شیلی	۸۷	۲۰/۶
۳	ترکیه	۲۹	۶/۷
۴	اسپانیا	۲۸	۶/۷
۵	پرتغال	۲۳	۵/۴
۶	آمریکا	۱۹	۴/۶
جمع کل واردات برزیل: ۴۲۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

۴-۵. سایر محصولات

با این حال صادرات ایران به برزیل در دیگر گروه‌های کالایی، به ویژه بیست گروه کالایی اول از ارزش بالا و قابل توجهی برخوردار نیست. ولی ایران در بیش‌تر این گروه‌های کالایی، برتری‌های نسبی، پتانسیل‌ها و قابلیت‌های مناسب را برای صادرات در سال‌های پیش‌رو داراست. ایران با تدوین برنامه صادراتی مدون و اجرایی مناسب، می‌تواند سهم صادرات خود در کالاهایی مانند وسایل نقلیه زمینی، محصولات شیمیایی غیر آل، فرش و سایر کفپوش‌ها از مواد نسج، محصولات شیمیایی آل و دیگر های بخار و آبگرم را به برزیل بهبود بخشد.

جداول شماره‌ی ۴۲ تا ۵۷ مهم‌ترین رقبا در تامین دیگر گروه‌های کالایی صادراتی ایران به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهند.

جدول ۴۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آرژانتین	۴,۳۴۹	۳۸
۲	آلمان	۱,۱۱۸	۹/۸
۳	کره جنوبی	۱,۱۰۶	۹/۷
۴	مکزیک	۱,۰۴۰	۹/۱
۵	ژاپن	۱,۰۰۴	۸/۸
۶	آمریکا	۵۲۸	۴/۶
جمع کل واردات برزیل: ۱۱,۴۵۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی غیرآلی، ترکیبات آلی یا غیرآلی فلزات گرانبها در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۵۴۵	۳۲/۸
۲	چین	۲۳۳	۱۴
۳	آلمان	۱۱۰	۶/۶
۴	آرژانتین	۱۰۰	۶
۵	اسپانیا	۹۴	۵/۷
۶	انگلستان	۹۳	۵/۶
جمع کل واردات برزیل: ۱,۶۶۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین فرس و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱۰	۲۴/۵
۲	هند	۱۰	۲۳/۴
۳	چین	۷	۱۵/۹
۴	بلژیک	۳	۷
۵	آرژانتین	۲	۴/۷
۶	آلمان	۲	۴/۱
جمع کل واردات برزیل: ۴۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۳۶۹	۱۶/۱
۲	آرژانتین	۲۲۱	۹/۶
۳	مالزی	۱۷۵	۷/۶
۴	ژاپن	۱۷۴	۷/۶
۵	چین	۱۷۳	۷/۶
۶	تایلند	۱۵۸	۶/۹
جمع کل واردات برزیل: ۲,۲۹۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین دانه و میوه‌های روغن دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	پاراگوئه	۴۵	۲۹/۱
۲	آمریکا	۱۸	۱۱/۵
۳	آلمان	۱۰	۶/۶
۴	فرانسه	۹	۶/۱
۵	شیلی	۹	۵/۷
۶	آرژانتین	۷	۴/۷
جمع کل واردات برزیل: ۱۵۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی آلی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۱.۴۶۷	۲۱/۱
۲	چین	۱.۱۲۴	۱۶/۱
۳	آلمان	۸۸۳	۱۲/۷
۴	هند	۴۰۶	۵/۸
۵	سوئیس	۳۶۲	۵/۲
۶	مکزیک	۳۵۸	۵/۱
جمع کل واردات برزیل: ۶.۹۷۰ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین چدن، آهن و فولاد در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	چین	۳۴۱	۱۵/۶
۲	کره جنوبی	۱۷۳	۷/۹
۳	آمریکا	۱۵۹	۷/۲
۴	اتریش	۱۵۱	۶/۹
۵	آلمان	۱۰۱	۴/۶
۶	فرانسه	۸۱	۳/۷
جمع کل واردات برزیل: ۲.۱۹۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۴۱	۱۶/۹
۲	ایتالیا	۳۵	۱۴/۱
۳	چین	۳۳	۱۳/۳
۴	آلمان	۳۲	۱۳/۱
۵	اسپانیا	۲۴	۹/۷
۶	آرژانتین	۱۴	۵/۶
جمع کل واردات برزیل: ۲۴۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین دیگ‌های بخار و آبگرم در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۴.۸۶۷	۲۳/۲
۲	چین	۳.۲۱۵	۱۵/۳
۳	آلمان	۲.۶۸۶	۱۲/۸
۴	ژاپن	۱.۷۸۳	۸/۵
۵	ایتالیا	۱.۳۳۵	۶/۴
۶	فرانسه	۶۵۲	۳/۱
جمع کل واردات برزیل: ۲۱.۰۲۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین فرآورده‌های خوراکی گوناگون در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۶۲	۲۵/۴
۲	آرژانتین	۳۵	۱۴/۳
۳	هلند	۲۷	۱۱
۴	فرانسه	۲۰	۸/۳
۵	آلمان	۱۳	۵/۳
۶	اوروگوئه	۱۱	۴/۵
جمع کل واردات برزیل: ۲۴۴ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آرژانتین	۴۳	۳۹/۱
۲	پاراگوئه	۱۵	۱۳/۷
۳	چین	۱۴	۱۲/۸
۴	آمریکا	۹	۸/۵
۵	آلمان	۴	۳/۹
۶	بولیوی	۴	۳/۶
جمع کل واردات برزیل: ۱۰۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین شیشه و مصنوعات شیشه‌ای در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۸۶	۲۱
۲	چین	۷۸	۱۹
۳	مکزیک	۶۱	۱۴/۹
۴	آلمان	۲۴	۶
۵	فرانسه	۲۴	۵/۸
۶	هند	۱۷	۴/۱
جمع کل واردات برزیل: ۴۰۸ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین انگم‌ها، صمغ‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و عصاره‌های نباتی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آمریکا	۲۱	۲۴/۱
۲	انگلستان	۱۲	۱۳/۷
۳	فرانسه	۱۰	۱۱/۶
۴	آلمان	۸	۹/۴
۵	هند	۶	۷/۲
۶	چین	۵	۵/۱
جمع کل واردات برزیل: ۸۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها (رزینویدها) در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آرژانتین	۱۱۸	۲۶/۱
۲	آمریکا	۹۷	۲۱/۵
۳	فرانسه	۷۵	۱۶/۷
۴	آلمان	۲۲	۴/۹
۵	مکزیک	۲۱	۴/۶
۶	اسپانیا	۱۹	۴/۱
جمع کل واردات برزیل: ۴۵۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	چین	۵.۲۸۰	۳۳/۹
۲	آمریکا	۱.۵۰۸	۹/۷
۳	کره جنوبی	۱.۴۹۲	۹/۶
۴	تایوان	۹۴۴	۶/۱
۵	آلمان	۸۰۸	۵/۲
۶	ژاپن	۷۶۹	۴/۹
جمع کل واردات برزیل: ۱۵.۵۸۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی در بازار برزیل (سال ۲۰۰۹)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به برزیل (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در برزیل (درصد)
۱	آرژانتین	۱۴۴	۴۶/۸
۲	چین	۸۶	۲۸
۳	بولیوی	۱۷	۵/۶
۴	کانادا	۱۴	۴/۷
۵	شیلی	۷	۲/۳
۶	هلند	۷	۲/۲
جمع کل واردات برزیل: ۳۰۷ میلیون دلار			

www.trademap.org

۵. واردات ایران از برزیل

واردات ایران از برزیل در سال ۲۰۰۷ میلادی برابر با ۱,۲۱۸ میلیون دلار بوده است. این میزان واردات در سال ۲۰۰۸ میلادی به ۱,۱۳۳ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۹ میلادی به بیش از ۱,۸۳۸ میلیون دلار افزایش یافته است. ارزش واردات ایران از برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی نسبت به سال پیش از آن، با رشدی به میزان ۶۶ درصد همراه بوده است.

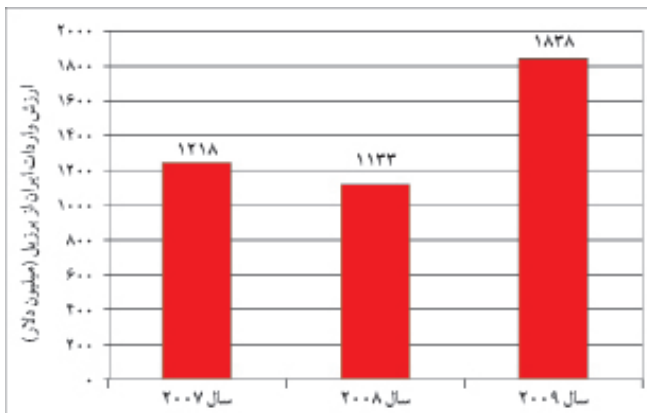
جدول شماره ۵۸ ارزش واردات ایران از برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۵۸: ارزش واردات ایران از برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

سال	ارزش واردات	نرخ رشد (درصد)
۲۰۰۷	۱,۲۱۸	-
۲۰۰۸	۱,۱۳۳	-۷
۲۰۰۹	۱,۸۳۸	+۶۲

www.trademap.org

نمودار شماره ۴ ارزش واردات ایران از برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۴: ارزش واردات ایران از برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

اقدام وارداتی ایران از برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی شامل ۵۵ گروه کالایی و در مجموع سه سال گذشته شامل ۶۹ گروه کالایی می‌شود. جدول شماره ۵۹ ترکیب اقلام وارداتی ایران از برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۵۹: ترکیب اقلام وارداتی ایران از برزیل طی دوره ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
	کل محصولات	-	۱.۸۳۸	۱.۱۳۳	۱.۲۱۸	کاهشی
۱	گوشت و احشای خوراکی	۰۲	۲۰۸	۳۳۸	۳۵۴	افزایشی
۲	غلات	۱۰	۴۳۶	۹۱	۲۸۳	نامنظم
۳	قند و شکر و شیرینی	۱۷	۳۰۱	۱۶۱	۱۷۸	نامنظم
۴	آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی و خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۱۷۷	۹۰	۱۳۱	نامنظم
۵	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۱۱۱	۲۳	۴۹	نامنظم
۶	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی	۱۵	۲۹۵	۱۸۴	۳۹	کاهشی
۷	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۲۴	۱۳	۱۸	۳۹	افزایشی
۸	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۶۱	۶۶	۳۱	نامنظم
۹	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۱۹	۱۶	۲۰	نامنظم
۱۰	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۱۶	۱۳	۱۷	نامنظم
۱۱	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۲۸	۲۳	۷	۱۴	نامنظم
۱۲	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۳	۳	۱۲	افزایشی
۱۳	سنگ فلز، جوش و خاکستر	۲۶	۳۹	۵۳	۸	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۱۴	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها، آنزیم‌ها	۳۵	۳	۴	۶	افزایشی
۱۵	ماشین آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۷	۶	۵	کاهشی
۱۶	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۱	۱	۴	افزایشی
۱۷	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۶	۱۴	۴	نامنظم
۱۸	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی و سینماتوگرافی	۹۰	۳	۶	۴	نامنظم
۱۹	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۰/۵۲	۰/۷۵	۲	افزایشی
۲۰	محصولات دارویی	۳۰	۰/۳۵	۰/۳۰	۱	نامنظم
۲۱	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۲	۱	۱	کاهشی
۲۲	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۰/۴۷	۰/۸۰	۱	افزایشی
۲۳	قهوه، چای ماته و ادویه	۰۹	۰/۰۵	۰/۰۹	۱	افزایشی
۲۴	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۴۴	۰/۰۰۶	۰/۲۴	۱	افزایشی
۲۵	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۶	۱۴	۰/۸۸	نامنظم
۲۶	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۰/۶۲	۰/۸۱	۰/۶۴	نامنظم
۲۷	محصولات عکاسی و سینماتوگرافی	۳۷	۰/۱۹	۰	۰/۶۲	نامنظم
۲۸	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۰/۲۹	۰/۰۵	۰/۴۹	نامنظم
۲۹	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از دیگر اجزای گیاهان	۲۰	۰/۳۹	۰	۰/۰۴	نامنظم
۳۰	کالاهای دسته‌بندی نشده (سایر کالاها)	۹۹	۰/۰۵	۰/۱۳	۰/۱۹	افزایشی
۳۱	عصاره‌های دباغی یا رنگ‌رزی، تانن‌ها و مشتقات آنها	۳۲	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۱۸	افزایشی

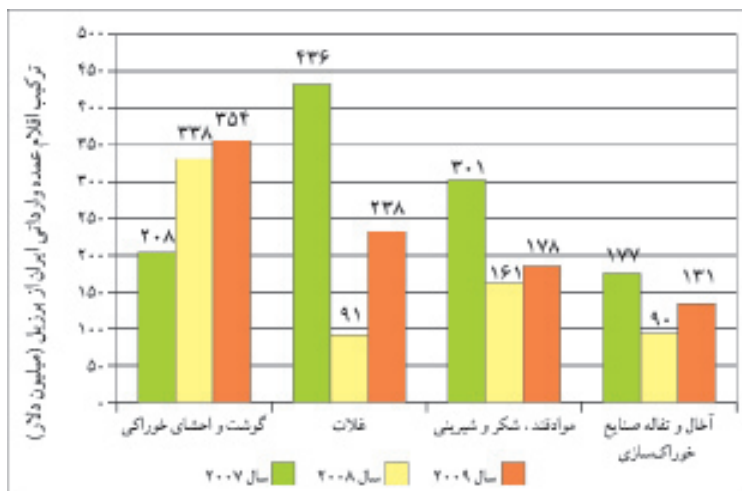
ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۳۲	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها	۷۱	۰/۲۱	۰/۲۲	۰/۱۲	نامنظم
۳۳	مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تخت‌خواب و همانند	۹۴	۰/۴۹	۱	۰/۱	نامنظم
۳۴	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۰/۰۹	۰/۳۱	۰/۱	نامنظم
۳۵	کفش، گتر و اشیای همانند و اجزای این اشیا	۶۴	۰/۰۶	۰/۱۲	۰/۰۸	نامنظم
۳۶	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۰/۱۶	۰/۲۶	۰/۰۸	نامنظم
۳۷	روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها (رزینوئیدها)	۳۳	۰/۳۸	۰/۱۳	۰/۰۷	کاهشی
۳۸.	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۱	۰/۱۳	۰/۰۹	۰/۰۷	کاهشی
۳۹	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آنها	۸۸	۹۸	۱۴	۰/۰۷	کاهشی
۴۰	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۰/۸۳	۱	۰/۰۵	نامنظم
۴۱	فرآورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف‌داران یا سایر آبزیان بدون ستون فقرات	۱۶	۰/۱۳	۰	۰/۰۴	نامنظم
۴۲	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۰/۴۱	۰/۹۹	۰/۰۳	نامنظم
۴۳	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹	۰	۰	۰/۰۳	افزایشی
۴۴	شیر و محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی	۰۴	۰/۵۴	۰	۰/۰۲	نامنظم
۴۵	آلات موسیقی؛ اجزا و قطعات و متفرعات این آلات	۹۲	۰	۰/۰۱	۰/۰۲	افزایشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۴۶	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان‌کننده	۳۴	۰/۰۰۳	۰/۱۲	۰/۰۱	نامنظم
۴۷	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۰۱	نامنظم
۴۸	مصنوعات گوناگون	۹۶	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۰۱	کاهشی
۴۹	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۰/۰۷	۰/۱۹	۰/۰۰۸	نامنظم
۵۰	نمد و پارچه‌های نبافته؛ نخ‌های ویژه؛ ریسمان و طناب	۵۶	۰	۰	۰/۰۰۶	افزایشی
۵۱	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی و لوازم سفر	۴۲	۰	۰	۰/۰۰۴	افزایشی
۵۲	محصولات سرامیکی	۶۹	۰/۴۲	۰/۱۴	۰/۰۰۲	کاهشی
۵۳	انگم‌ها، صمغ‌ها، رزین‌ها و دیگر شیره‌ها و عصاره‌های گیاهی	۱۳	۰	۰	۰/۰۰۲	افزایشی
۵۴	سوختهای معدنی و نفت خام	۲۷	۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	افزایشی
۵۵	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	نامنظم
۵۶	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیریکسره	۵۵	۰/۱۸	۰	۰	کاهشی
۵۷	نیکل و مصنوعات از نیکل	۷۵	۰/۰۲	۱	۰	نامنظم
۵۸	فرش و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی	۵۷	۰	۰/۰۰۷	۰	نامنظم
۵۹	پارچه‌های نسجی آغشته، اندوده، پوشانده یا مطبق شده	۵۹	۰	۰/۰۰۲	۰	نامنظم
۶۰	لباس و متفرعات لباس، کشفاف یا قلاب باف	۶۱	۰	۰/۰۰۸	۰	نامنظم
۶۱	لباس و متفرعات لباس، غیرکشفاف یا غیرقلاب‌باف	۶۲	۰/۰۱	۰	۰	کاهشی
۶۲	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۰/۲۴	۰	۰	کاهشی
۶۳	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۰/۰۰۸	۰	۰	کاهشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	روند واردات
۶۴	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸	۰/۱۴	۰/۰۲	۰	کاهشی
۶۵	محصولات تهیه شده از حیوانات	۰۵	۰	۰/۰۱	۰	نامنظم
۶۶	سرب و مصنوعات از سرب	۷۸	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰	نامنظم
۶۷	روی و مصنوعات از روی	۷۹	۰	۰/۰۰۱	۰	نامنظم
۶۸	لکوموتیوهای راه آهن یا تراموا، نواقل روی خط راه آهن و اجزا و قطعات آنها	۸۶	۱	۰/۴۳	۰	کاهشی
۶۹	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۰	۰۰/۰۰۳	۰	نامنظم

www.trademap.org

نمودار شماره ۵ ترکیب اقلام مهم وارداتی ایران از برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۵: ترکیب اقلام وارداتی ایران از برزیل طی سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۰۹ میلادی (میلیون دلار)

۶. اجلاس‌های اقتصادی و تجاری مشترک

برخی از نشست‌های مشترک اقتصادی و تجاری برگزار شده میان ایران و برزیل عبارتند از:

- ❖ همایش بررسی فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری ایران و کشورهای آمریکای لاتین در هتل آزادی تهران در اسفندماه ۱۳۸۵.
- ❖ تأسیس کمیته اقتصادی در انجمن دوستی ایران و برزیل و فعالیت آن در زمینه آشنایی بازرگانان دو کشور با توانمندی‌ها و امکانات موجود در تجارت دو کشور.
- ❖ برگزاری همایش بررسی فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری میان ایران و کشورهای آمریکای لاتین در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در آذرماه ۱۳۸۶.

۷. موافقت‌نامه‌های تجاری و یادداشت تفاهم‌های همکاری

تاکنون موافقت‌نامه‌ای در زمینه‌های تجاری و اقتصادی بین دو کشور به امضا نرسیده است. برخی از برنامه‌های پیش‌رو جهت توسعه همکاری‌های ایران و برزیل عبارتند از:

- ❖ امضای موافقت‌نامه تجارت آزاد.
- ❖ امضای موافقت‌نامه تجارت ترجیحی.
- ❖ امضای موافقت‌نامه کشتی‌رانی.
- ❖ استفاده از مناطق آزاد تجاری دو کشور.
- ❖ امضای یادداشت تفاهم همکاری‌های بازرگانی میان ITPO و APEX.

۸. دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه

مهم‌ترین دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه دو کشور ایران و برزیل شامل موارد زیر می‌شود:

- ❖ سفر هیات تجاری ۴۵ نفره متشکل از بازرگانان و صاحبان صنایع و سرمایه به سرپرستی معاون اقتصادی وزارت خارجه برزیل، مدیرکل توسعه تجارت خارجی وزارت خارجه و دبیر اتاق تجارت خارجی برزیل به تهران، در شهریور ماه ۱۳۸۰.
- ❖ سفر هیات تجاری به سرپرستی جناب آقای شریعتمداری وزیر وقت بازرگانی ایران

- ❖ به برزیل، برای شرکت در نشست آنکتاد در خردادماه ۱۳۸۳.
- ❖ اعزام هیات بلندپایه به سرپرستی آقای حداد عادل رییس وقت مجلس ایران به منطقه آمریکای لاتین از جمله برزیل در بهمن ماه ۱۳۸۴.
- ❖ پذیرش هیات برزیلی به سرپرستی وزیر خارجه این کشور در تهران در سال ۱۳۸۷ شمسی.
- ❖ اعزام هیات تجاری به سرپرستی آقای نهبوندیان، رییس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران و انجام مذاکرات کارشناسی با مسوولین سازمان توسعه تجارت برزیل (APEX)، در اردیبهشت ماه ۱۳۸۸.

۹. فعالیت‌های نمایندگانی و هیات‌های تجاری

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، ابزار موثری برای معرفی و بازاریابی محصولات ایرانی در بازارهای جهانی است. این اقدام می‌تواند راهکار مطلوبی برای بازاریابی کالاهای ایرانی در بازار برزیل باشد. با توجه به اهمیت آگاهی‌رسانی و تبلیغات درباره‌ی کالاها، توانمندی‌ها و پتانسیل‌های ایران، هیات‌های تجاری مختلفی بین دو کشور مبادله شده است.

بر اساس برنامه‌ریزی‌هایی که سازمان توسعه تجارت و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها انجام داده‌اند، شرکت‌ها و تجار ایرانی تنها در یک نمایشگاه بین‌المللی در سال ۱۳۸۷ شمسی، شرکت نموده‌اند. جدول شماره‌ی ۶۱، جزئیات این نمایشگاه را نشان می‌دهد.

جدول ۶۱: نمایندگانی کشورهای برزیل که شرکت‌ها و تجار ایرانی در آن حضور داشته‌اند (۱۳۸۷ شمسی)

ردیف	عنوان نمایشگاه	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	مجری
۱	نمایشگاه اختصاصی ایران	برزیل	دی ماه ۱۳۸۷	شرکت سهامی نمایندگانی بین‌المللی ایران

www.tpo.ir

بر اساس اطلاعات سازمان توسعه تجارت و شرکت سهامی نمایندگانی بین‌المللی ایران و بر اساس برنامه‌ریزی‌هایی که این مجموعه‌ها و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها کرده‌اند، چندین هیات تجاری ایران طی سال‌های ۱۳۸۸-۱۳۸۵ شمسی از کشور برزیل بازدید

کرده‌اند. جدول شماره‌ی ۶۲ مشخصات و تاریخ اعزام هیات‌های تجاری ایران به برزیل را نشان می‌دهد.

جدول ۶۲: هیات‌های تجاری اعزام شده به برزیل طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۸ شمسی

ردیف	محل اعزام	تاریخ اعزام	مجری
۱	برزیل	خردادماه ۱۳۸۷	سازمان توسعه تجارت ایران
۲	برزیل	دی ماه ۱۳۸۷	اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
۳	برزیل	خردادماه ۱۳۸۸	سازمان بازرگانی استان اصفهان
۴	برزیل	خردادماه ۱۳۸۸	اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
۵	برزیل	آبان ماه ۱۳۸۸	انجمن دوستی ایران و برزیل
۶	برزیل	آذرماه ۱۳۸۸	دفتر بازرگانی اروپا و آمریکا (سازمان توسعه تجارت)

www.tpo.ir

۸-۱. پیشنهاد مشارکت شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های برزیل

بر اساس تجارب حضور ایران در نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی، کالاهای صادراتی ایران به برزیل و توانمندی‌های موجود در کشورمان، پیشنهاد می‌شود که در سال‌های آینده، افزون بر برگزاری همایش‌ها و سمینارهای مشترک اقتصادی و بازرگانی میان دو کشور، برنامه‌ریزی مناسبی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی زیر در کشور برزیل فراهم شود.

- ❖ نمایشگاه اختصاصی کالاهای ایرانی.
- ❖ نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی.
- ❖ نمایشگاه محصولات کشاورزی و فرآورده‌های غذایی.
- ❖ نمایشگاه تجهیزات و مواد ساختمانی.
- ❖ نمایشگاه اختصاصی ماشین‌آلات کشاورزی.

- ❖ نمایشگاه اختصاصی محصولات شیمیایی و پتروشیمی.
- ❖ نمایشگاه اختصاصی محصولات و فرآورده‌های دارویی و بهداشتی.

۸-۲. زمان‌های مناسب برای اعزام هیات تجاری به برزیل

بهترین زمان برای مسافرت به برزیل به ویژه شهر سائوپائولو به عنوان قلب اقتصادی و تجاری این کشور، ماه‌های آوریل، می، اکتبر و نوامبر است. در این هنگام از سال، آب و هوای برزیل بسیار مناسب است. از سوی دیگر در برخی از ایام سال، از جمله فصل تابستان از ۲۲ دسامبر تا ۲۱ مارس (فصول گرم سال) و ۲۲ ژوئن تا ۲۱ سپتامبر (زمستان خیلی سرد)، به دلیل شرایط بد آب و هوایی، اعزام هیات تجاری با کارایی مطلوب همراه نیست. گفتنی است که فصل تعطیلات در کشور برزیل از دسامبر تا فوریه است.

بنابراین بهترین زمان برای اعزام هیات‌های تجاری و بازاریابی به برزیل، ماه‌های ژانویه تا فوریه است.

فصل هفتم

زیرساخت‌های صادراتی و راهکارهای بازاریابی

در این فصل زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های موجود در کشور برای صادرات محصولات به برزیل و راهکارهای بازاریابی ایران برای حضور در این کشور بررسی می‌شود. بررسی وضعیت خطوط جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی، روابط و مبادلات بانکی، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش رو در بازار برزیل و پیشنهادهای و راهکارهای اجرایی برای بازاریابی در این کشور، مهم‌ترین موضوعات مورد بررسی هستند.

۱. زیرساخت‌های حمل و نقل

در این بخش وضعیت خطوط جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی موجود میان دو کشور، به عنوان زیرساخت‌های کلیدی جهت ارسال کالا و محموله‌های تجاری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۱. جاده‌ای

با توجه به موقعیت جغرافیایی دو کشور و قرار گرفتن در قاره‌های آسیا و آمریکای جنوبی با فاصله‌ی جغرافیایی بسیار دور، امکان برقرار ارتباط زمینی یا جاده‌ای میان ایران و برزیل وجود ندارد.

۱-۲. ریلی

با توجه به موقعیت جغرافیایی دو کشور، امکان ارتباط ریلی نیز مانند ارتباط جاده‌ای غیرممکن است.

۳-۱. دریایی

در حال حاضر به دلیل حجم کم مبادلات، خطوط مستقیم دریایی میان ایران و برزیل وجود ندارد. ترانزیت محصولات بیش تر از طریق شرکت‌های واسطه و خطوط دریایی دیگر کشورها انجام می‌شود. راه دریایی میان دو کشور از آب‌های اقیانوس‌های هند و اطلس و نیز جنوب قاره‌ی آفریقا و آب‌های بین‌المللی در نزدیکی کشور آفریقای جنوبی می‌گذرد.

هم‌اکنون بنادر جنوبی ایران که در تجارت بین‌المللی کالا با کشورهای مختلف جهان از جمله برزیل فعالیت دارند، شامل موارد زیر می‌شوند:

❖ بندر ماهشهر (بندر امام خمینی).

❖ بندر بوشهر.

❖ بندر خرمشهر.

❖ بندر شهید باهنر.

❖ بندر آبادان.

❖ بندر عسلویه.

❖ بندر شهید رجایی.

❖ بندر چابهار.

از سوی دیگر، برزیل با توجه به خط ساحلی گسترده‌ی خود با اقیانوس اطلس، دارای تعداد بسیار فراوانی بندر و پایانه‌ی بندری است. برخی از این بنادر که در تجارت با ایران نیز مشارکت دارند، عبارتند از:

❖ **Rio de janeiro**

❖ **Sao Paulo**

❖ **Natal**

❖ **Olinda**

❖ **Amapa**

❖ **Pelotas**



۴-۱. هوایی

میان فرودگاه‌های ایران و برزیل پرواز مستقیم وجود ندارد.

در حال حاضر شرکت هواپیمایی فرانسوی ایر فرانس^۱ هر روز در مسیر تهران-پاریس-سائوپولو و همچنین شرکت هواپیمایی هلندی KLM هر روز در مسیر تهران-آمستردام-سائوپولو به صورت غیرمستقیم پرواز دارند.

۲. روابط بانکی

در سال‌های گذشته روابط بانکی مستقیمی میان بانک‌های ایران و برزیل وجود داشته است. بر اساس اطلاعاتی که صندوق ضمانت صادرات ایران ارائه کرده، شش بانک موجود در جدول شماره ۶۳، بانک‌های مورد پذیرش ایران برای فعالیت‌های اقتصادی و مبادلات مالی در برزیل هستند. بدیهی است که بانک‌های نام برده شده در جدول ۶۳، بانک‌هایی هستند که برای پوشش ریسک معاملات تا سقف معین، مورد پذیرش صندوق هستند. ولی این امر ارتباط کارگزاری و بین بانکی بانک‌های ایرانی با دیگر بانک‌های برزیلی را محدود نخواهد کرد.

جدول ۶۳: بانک‌های برزیلی مورد پذیرش ضمانت صادرات ایران

رتبه	نام بانک	ردیف
B	Banco Bradesco S.A	۱
B	Banco Itau BBA S.A	۲
B	Banco Santander S.A	۳
C	Banco Safra	۴
C	Banco do Brasil	۵
C	HSBC Bank Brasil-Banco Multiplo	۶

www.egfi.org

1. AirFrance

۳. تحلیل راهبردی

یکی از مدل‌های اصلی برای تحلیل، ارزیابی و انتخاب راهبرد، مدل تجزیه و تحلیل SWOT است. در این مدل بر اساس یک الگوی منطقی، ابتدا نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توسعه روابط تجاری ایران و برزیل شناسایی شده و سپس متناسب با موقعیت کنونی راهبردهایی برای تعامل با وضعیت موجود با هدف رشد مبادلات تجاری، به ویژه صادرات ایران به برزیل پیشنهاد شده است.

۳-۱. زمینه‌ها و دلایل انتخاب راهبردها

راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات محصولات ایران به برزیل بر اساس زمینه‌ها و دلایل زیر انتخاب و معرفی شده‌اند:

- ❖ سند چشم‌انداز بیست‌ساله و برنامه‌ی پنج‌ساله چهارم توسعه کشور.
 - ❖ رسالت یا ماموریت‌های سازمان توسعه تجارت.
 - ❖ چشم‌انداز توسعه صادرات غیرنفتی کشور.
 - ❖ اهداف راهبردی توسعه صادرات ایران به کشورهای منطقه.
 - ❖ پیشینه‌ی روابط اقتصادی و بازرگانی ایران و برزیل در سال‌های گذشته.
 - ❖ نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توسعه صادرات ایران به برزیل.
- جدول شماره‌ی ۶۴، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات ایران به برزیل را با استفاده از مدل تحلیل SWOT نشان می‌دهد.

جدول ۶۴: نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات ایران به برزیل

<p>O۱: ارتقای روابط سیاسی و اقتصادی ایران با کشورهای آمریکای لاتین از جمله برزیل.</p> <p>O۲: موقعیت جغرافیایی و راهبردی ایران برای دستیابی برزیل به کشورهای منطقه‌ی آسیای میانه و قفقاز.</p> <p>O۳: دسترسی ایران و برزیل به آب‌های آزاد و مزیت‌های ترانزیت دریایی.</p> <p>O۴: امکان بهره‌گیری از تجارب کشورهای عضو مرکوسور، در گذر از اقتصاد دولتی به اقتصاد خصوصی.</p> <p>O۵: افزایش تقاضا برای ماشین‌آلات کشاورزی و مواد غذایی در برزیل.</p> <p>O۶: افزایش رشد اقتصادی و سطح درآمد مردم برزیل.</p> <p>O۷: حمایت برزیل از ایران در صحنه‌های سیاسی بین‌المللی از جمله پرونده هسته‌ای ایران.</p> <p>O۸: وجود روحیه‌ی استکبارستیزی در دولت و مردم دو کشور.</p>	<p>فرصت‌ها (O)</p>
<p>T۱: افزایش شدت رقابت در بازار صادراتی برزیل و حضور رقبای قدرتمند آسیایی، اروپایی و آمریکایی در این بازار.</p> <p>T۲: عدم وجود موافقت‌نامه تجارت آزاد میان دو کشور.</p> <p>T۳: عدم وجود موافقت‌نامه تجارت ترجیحی میان دو کشور.</p> <p>T۴: عدم تطبیق مشترکات اجتماعی و فرهنگی مردم دو کشور.</p> <p>T۵: عدم آشنایی بازرگانان برزیلی با تنوع و کیفیت محصولات ایرانی.</p> <p>T۶: عدم انعقاد موافقت‌نامه بازرگانی بین دو کشور.</p> <p>T۷: تحریم بانکی و کشتی‌رانی ایران توسط شورای امنیت سازمان ملل متحد.</p> <p>T۸: عضویت برزیل و عدم عضویت ایران در سازمان جهانی تجارت و وجود تعرفه‌های ترجیحی برای کشورهای عضو.</p> <p>T۹: فشارهای سیاسی و اقتصادی (تحریم‌ها) شورای امنیت و برخی از کشورها در جهت محدود کردن مبادلات تجاری با ایران.</p> <p>T۱۰: نبود ارتباط اثربخش با اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی و محدودیت دسترسی به بازار داخلی این اتحادیه‌ها.</p> <p>T۱۱: طولانی بودن فاصله‌ی جغرافیایی بین دو کشور.</p>	<p>تهدیدها (T)</p>

<p>۵۱: توجه ویژه‌ی دولت به گسترش صادرات غیرنفتی در تدوین چشم‌انداز بیست‌ساله و برنامه‌ی پنجم توسعه کشور.</p> <p>۵۲: وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب در تولید نفت خام، فرآورده‌های نفتی، مواد پلاستیکی، دیگ‌های بخار و آبگرم، وسایل نقلیه، محصولات شیمیایی آلی و غیرآلی مورد نیاز بازار برزیل.</p> <p>۵۳: بازار بزرگ و پرجاذبه ایران برای برزیلی‌ها.</p> <p>۵۴: وجود ردیف‌های اعتباری و مشوق‌های صادراتی مناسب جهت افزایش سهم صادرات ایران به کشورهای آمریکای لاتین از جمله برزیل.</p>	<p>نقاط قوت (S)</p>
<p>۱W: محدود بودن گستره کالاهای صادراتی و سهم بسیار اندک ایران از بازار برزیل.</p> <p>۲W: نبود مرکز تجاری ایران در برزیل جهت راهنمایی و اراییه‌ی خدمات اطلاعاتی و بازرگانی به تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی.</p> <p>۳W: عدم آگاهی و شناخت کامل به کلیه نیازها و سلیقه بازار برزیل.</p> <p>۴W: عدم برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی کالاهای ایرانی در برزیل.</p> <p>۵W: فعال نبودن اتاق مشترک بازرگانی میان دو کشور.</p> <p>۶W: نبود شعب بانک‌های ایرانی در برزیل.</p> <p>۷W: عدم امضای موافقت‌نامه‌های مختلف از جمله تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری خارجی و پرهیز از دریافت مالیات مضاعف میان دو کشور.</p> <p>۸W: نبود خطوط هوایی مستقیم میان ایران و برزیل.</p> <p>۹W: عدم وجود روابط بانکی مناسب میان بانک‌های دو کشور.</p> <p>۱۰W: حضور رایزن بازرگانی ایران در برزیل.</p>	<p>نقاط ضعف (W)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ بهره‌گیری از توانمندی‌های صادراتی کشور برای صادرات محصولات مورد نیاز کشور برزیل مانند نفت خام، فرآورده‌های نفتی، مواد پلاستیکی، دیگ‌های بخار و آبگرم، وسایل نقلیه، محصولات شیمیایی آلی و غیرآلی. ❖ تلاش برای افزایش سهم بازار کالاهای ایرانی با توجه به روابط تجاری دوستانه و نزدیک میان دو کشور. ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و برزیل. ❖ بهره‌گیری از ردیف‌های اعتباری و مشوق‌های صادراتی جهت تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی کشور به برزیل. 	<p>راهبردهای SO</p>

- ❖ تقویت جایگاه کالاهای ایرانی در ذهن مشتریان برزیلی از راه تبلیغات.
- ❖ برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی کالاهای ایرانی در برزیل برای افزایش نگاه مثبت به محصولات ایرانی.
- ❖ شناسایی کالاهای مزیت‌دار داخلی مورد نیاز بازار برزیل برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی ایران.
- ❖ توسعه و گسترش همکاری‌های اثربخش ایران با اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی.
- ❖ افزایش توان رقابتی و تلاش در جهت ایجاد سهم بازار مناسب با تکیه بر صدور فرش، آجیل و خشکبار، ماشین‌آلات کشاورزی، محصولات پلاستیکی و ...

راهنمای ST

- ❖ تدوین برنامه‌ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات در رسانه‌های جمعی برزیل برای افزایش شناخت کالاهای ایرانی در میان مصرف‌کنندگان این کشور.
- ❖ تلاش برای ارایه‌ی محصولات باکیفیت به بازار برزیل به منظور تقویت جایگاه و سهم بازار ایران با توجه به تقاضای روبه‌رشد مصرف در این کشور.
- ❖ ایجاد مرکز تجاری ایران در یکی از شهرهای تجاری برزیل.
- ❖ امضای موافقت‌نامه بازرگانی.
- ❖ تدوین برنامه جامع بازاریابی جهت دستیابی به سهم بازار مناسب در بازار بزرگ و رو به رشد برزیل.
- ❖ تقویت توانایی‌های بازاریابی و تبلیغاتی شرکت‌های ایرانی به منظور بهره‌گیری از ارتقای روابط سیاسی و اقتصادی دو کشور.

راهنمای WO

- ❖ اعزام رایزن بازرگانی به برزیل.
- ❖ تلاش برای تقویت روابط بانکی و بیمه‌ای موجود میان دو کشور.
- ❖ ارایه‌ی تسهیلات به بازرگانان برزیلی برای حضور در بازار و نمایشگاه‌های ایران.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی میان دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دوجانبه.
- ❖ تلاش در جهت تقویت روابط بانکی میان دو کشور.

راهنمای WT

- ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و برزیل.
- ❖ انعقاد موافقت‌نامه بازرگانی.
- ❖ اعزام رایزن بازرگانی به برزیل.
- ❖ راه‌اندازی مرکز تجاری ایران در برزیل.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی میان دو کشور.
- ❖ افزایش تبلیغات کالاهای ایرانی در رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون و مطبوعات برزیل.
- ❖ تلاش در جهت تقویت روابط بانکی میان دو کشور.

۲-۳. راهبردهای پیشنهادی جهت توسعه صادرات

با بررسی جدول شماره‌ی ۶۴ راهبردها به‌طور خلاصه، در دو بخش راهبردهای ترکیبی و راهبردهای مرتبط با هر موقعیت، به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

۱-۲-۳. راهبردهای ترکیبی

راهبردهای ترکیبی توسعه‌ی صادرات ایران به برزیل عبارتند از:

- ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و برزیل.
- ❖ انعقاد موافقت‌نامه بازرگانی.
- ❖ اعزام رایزن بازرگانی به برزیل.
- ❖ راه‌اندازی مرکز تجاری ایران در برزیل.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی میان دو کشور.
- ❖ افزایش تبلیغات کالاهای ایرانی در رسانه‌های جمعی به ویژه تلویزیون و مطبوعات برزیل.
- ❖ تلاش در جهت تقویت روابط بانکی میان دو کشور.

۲-۲-۳. راهبردهای مرتبط با هر موقعیت

راهبردهای موقعیتی توسعه‌ی صادرات ایران به برزیل عبارتند از:

❖ راهبردهای SO

- ❖ بهره‌گیری از توانمندی‌های صادراتی کشور برای صادرات محصولات مورد نیاز کشور برزیل مانند نفت خام، فرآورده‌های نفتی، مواد پلاستیکی، دیگ‌های بخار و آبگرم، وسایل نقلیه، محصولات شیمیایی آلی و غیر آلی.
- ❖ تلاش برای افزایش سهم بازار کالاهای ایرانی با توجه به روابط تجاری دوستانه و نزدیک میان دو کشور.
- ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و برزیل.
- ❖ بهره‌گیری از ردیف‌های اعتباری و مشوق‌های صادراتی جهت تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی کشور به برزیل.

❖ راهبردهای ST

- ❖ تقویت جایگاه کالاهای ایرانی در ذهن مشتریان برزیلی از راه تبلیغات.
- ❖ برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی کالاهای ایرانی در برزیل برای افزایش نگاه مثبت به محصولات ایرانی.
- ❖ شناسایی کالاهای مزیت‌دار داخلی مورد نیاز بازار برزیل برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی ایران.
- ❖ توسعه و گسترش همکاری‌های اثربخش ایران با اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی.
- ❖ افزایش توان رقابتی و تلاش در جهت ایجاد سهم بازار مناسب با تکیه بر صدور فرش، آجیل و خشکبار، ماشین‌آلات کشاورزی، محصولات پلاستیکی و ...

❖ راهبردهای WO

- ❖ تدوین برنامه‌ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات در رسانه‌های جمعی برزیل برای افزایش شناخت کالاهای ایرانی در میان مصرف‌کنندگان این کشور.
- ❖ تلاش برای ارایه‌ی محصولات باکیفیت به بازار برزیل به منظور تقویت جایگاه و سهم بازار ایران با توجه به تقاضای روبه‌رشد مصرف در این کشور.
- ❖ ایجاد مرکز تجاری ایران در یکی از شهرهای تجاری برزیل.
- ❖ امضای موافقت‌نامه بازرگانی.

- ❖ تدوین برنامه جامع بازاریابی جهت دستیابی به سهم بازار مناسب در بازار بزرگ و رو به رشد برزیل.
- ❖ تقویت توانایی‌های بازاریابی و تبلیغاتی شرکت‌های ایرانی به منظور بهره‌گیری از ارتقای روابط سیاسی و اقتصادی دو کشور.

❖ راهبردهای WT

- ❖ اعزام رایزن بازرگانی به برزیل.
- ❖ تلاش برای تقویت روابط بانکی و بیمه‌ای موجود میان دو کشور.
- ❖ ارایه‌ی تسهیلات به بازرگانان برزیلی برای حضور در بازار و نمایشگاه‌های ایران.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی میان دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دوجانبه.
- ❖ تلاش در جهت تقویت روابط بانکی میان دو کشور.

۴. راهکارهای پیشنهادی برای بازاریابی و توسعه‌ی بازار

ایران و برزیل دو کشور دارای روابط بازرگانی، سیاسی و فرهنگی دوسویه بوده و زمینه‌ی گسترش هرچه بیش‌تر روابط بازرگانی را دارند. روابط تجاری ایران و برزیل در سال‌های گذشته همواره تحت تاثیر ارزش بیشتر صادرات برزیل به ایران بوده است.

نزدیک به سه چهارم صادرات ایران به برزیل یعنی ۷۴ درصد صادرات را گوگرد، گچ، آهنک و سیمان تشکیل می‌دهد، این وضعیت نشان‌دهنده پایین بودن تنوع کالاهای صادراتی ایران به برزیل است. میزان صادرات برزیل به ایران در سال ۲۰۰۹ میلادی، برابر با ۱/۸۳۸ میلیارد دلار بوده است. صادرات ایران به برزیل در سال ۲۰۰۹ میلادی، در حدود نوزده میلیون دلار بوده است. این وضعیت مبادلات تجاری میان دو کشور، تراز تجاری منفی ۱/۸۱۹ میلیارد دلار را برای ایران به همراه داشته است.

ارایه‌ی اطلاعات مناسب از بخش‌های مختلف بازار برزیل به تجار ایرانی، معرفی کالاهای جدید و مزیت‌دار داخلی و تنوع مبادلات تجاری، زمینه توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری دو طرف و افزایش سهم صادرات محصولات غیرنفتی ایران به برزیل را فراهم می‌سازد.

به‌طور کلی از میان گروه‌های کالایی صادراتی ایران به برزیل، سه گروه کالایی گوگرد،

گچ، آهک و سیمان، مواد پلاستیکی و توتون و تنباک، نزدیک به نود درصد صادرات را تشکیل می‌دهند. در واقع این سه گروه کالایی، مزیت‌های صادراتی ایران به برزیل هستند. بنابراین لزوم توجه و برنامه‌ریزی جهت افزایش کمی و کیفی صادرات این گروه‌های کالایی بیش از پیش نمایان می‌شود. از سوی دیگر سیاست تنوع‌گرایی و تقویت صادرات محصولات مستعد و دارای مزیت‌های رقابتی، از جمله دیگ‌های بخار و آبگرم، وسایل نقلیه زمینی، محصولات شیمیایی آلی و فرش به این کشور نیز، باید پیگیری شود.

با توجه به اهمیت عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری در تسهیل صادرات و کاهش تعرفه‌های ورود به بازارهای هدف صادراتی، پیشنهاد می‌شود ایران با برزیل موافقت‌نامه بازرگانی، تجارت آزاد و تجارت ترجیحی امضا کند. این امر می‌تواند باعث افزایش رقابت در بازار داخلی و افزایش توان صادراتی کشور شود.

برزیل در حال حاضر با بسیاری از کشورهای جهان به ویژه کشورهای آمریکای جنوبی، موافقت‌نامه همکاری اقتصادی و تجاری دارد.

کشورهای جهان، با انعقاد موافقت‌نامه‌های تجاری با دیگر کشورها، کالاهای صادراتی را با تعرفه گمرکی نزدیک به صفر به بازار هدف صادر می‌کنند. عدم عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری موثر، موجب شده تا امکان ورود آسان‌تر به بازارهای هدف صادراتی و استفاده از تعرفه‌های ترجیحی برای صادرکنندگان ایرانی فراهم نباشد.

در ادامه به برخی از پیشنهادها و راهکارهای اجرایی برای افزایش میزان مبادلات تجاری و اقتصادی دو کشور ایران و برزیل اشاره می‌شود:

- ❖ تلاش در جهت افزایش صادرات خدمات فنی و مهندسی به عنوان یکی از مناسب‌ترین گزینه‌های صادرات به برزیل.
- ❖ امضای موافقت‌نامه‌ی بازرگانی با برزیل.
- ❖ امضای موافقت‌نامه‌ی تجارت ترجیحی با برزیل.
- ❖ تقویت روابط میان بانک‌ها و نهادهای مالی دو کشور.
- ❖ گسترش زیرساخت‌های حمل‌ونقل دریایی و هوایی به منظور افزایش تبادلات تجاری و اقتصادی.

- ❖ امضای موافقت‌نامه گمرکی میان ایران و برزیل با توجه به عضویت برزیل و عدم عضویت ایران در سازمان جهانی تجارت، به منظور بهره‌مندی شرکت‌های ایرانی از تعرفه‌های ترجیحی.
- ❖ تشکیل و برگزاری کمیسیون‌های مشترک به صورت سالانه در برزیل و ایران به منظور شناسایی فرصت‌های اقتصادی و تجاری دو کشور
- ❖ گسترش همکاری‌های میان دو کشور در بخش سرمایه‌گذاری و امضای موافقت‌نامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری.
- ❖ تشکیل اتاق بازرگانی میان دو کشور.
- ❖ اعزام رایزن بازرگانی به برزیل.
- ❖ دعوت از بازرگانان و توزیع‌کنندگان عمده برزیل به ایران و بالعکس.
- ❖ ایجاد فروشگاه‌های دائمی کالا با توجه به جاذبه‌های گردشگری در برزیل.
- ❖ مشارکت هرچه بیش‌تر در نمایشگاه‌های بین‌المللی دو کشور.
- ❖ دادن اعتبار از سوی بانک توسعه صادرات ایران.
- ❖ فعال نمودن اجلاس کمیسیون مشترک دو کشور.
- ❖ انجام دیدار و مذاکره از سوی مسوولین عالی‌رتبه‌ی تجاری و اقتصادی دو کشور.
- ❖ رایزنی مقامات دو کشور پیرامون موافقت‌نامه‌های رفع موانع غیرتعرفه‌ای.
- ❖ حضور فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی برزیل از جمله نمایشگاه‌های ماشین‌آلات کشاورزی، فرآورده‌های غذایی، محصولات شیمیایی و پتروشیمی و ...
- ❖ تلاش در جهت افزایش جذب گردشگران متقابل با توجه به وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب گردشگری در هر دو کشور.
- ❖ اعزام هیات تجاری و صنعتی صنایع مزیت‌دار ایران به برزیل به منظور ارتقای سطح روابط تجاری.
- ❖ کمک به بخش خصوصی ایران جهت ایجاد یک مرکز تجاری در کشور برزیل.
- ❖ برگزاری همایش‌های فرصت‌های تجاری ایران و برزیل.
- ❖ آشنا نمودن بازرگانان برزیلی با تولیدات صنعتی و پتانسیل‌های خدمات فنی و مهندسی ایران از طریق مشارکت مستمر و فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی برزیل و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی ایران در برزیل.

- ❖ برگزاری نمایشگاه اختصاصی کالاهای مختلف ایرانی در کشور برزیل.
- ❖ آسان‌سازی صدور روادید برای تاجران و فعالان اقتصادی دو کشور.

بخش سوم پیوست‌ها



جدول ۶۵: سایت‌های اینترنتی وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های مهم برزیل

سایت اینترنتی	نام وزارت یا سازمان
www.brasil.gov.br	دولت برزیل
www.receita.fazenda.gov.br	گمرک برزیل
www.fazenda.gov.br	وزارت امور اقتصادی
www.emaer.fab.mil.br	وزارت هوانوردی
www.mc.gov.br	وزارت ارتباطات
www.minc.gov.br	وزارت فرهنگ
www.mec.gov.br	وزارت آموزش و ورزش
www.mma.gov.br	وزارت محیط زیست، منابع آب و منطقه آمازون
www.seap.gov.br	وزارت مدیریت فدرال و تغییرات استانی
www.mre.gov.br	وزارت روابط خارجی
www.saude.gov.br	وزارت بهداشت
www.mdic.gov.br	وزارت صنعت، تجارت و گردشگری
www.mj.gov.br	وزارت دادگستری
www.mtb.gov.br	وزارت کار
www.transportes.gov.br	وزارت ترابری
www.mme.gov.br	وزارت معادن و انرژی
www.mar.br	وزارت نیروی دریایی
www.mpo.gov.br	وزارت برنامه‌ریزی و بودجه

www.mpas.gov.br	وزارت همکاری و بیمه اجتماعی
www.met.gov.br	وزارت علوم و فناوری
www.eme.mil.br	وزارت ارتش
www.agricultura.gov.br	وزارت کشاورزی
www.desenvolvimento.gov.br	وزارت توسعه، صنعت و تجارت
www.mds.gov.br	وزارت توسعه اجتماعی و مبارزه با گرسنگی
www.transportes.gov.br	وزارت حمل و نقل
www.ubrafe.com.br	انجمن سازمان‌دهندگان نمایشگاه‌های تجاری
www.ampro.com.br	انجمن توسعه بازاریابی
www.abeoc.org.br	انجمن سازمان‌دهندگان رویدادهای نمایشگاهی
www.abraccef.org.br	انجمن مراکز نمایشگاهی و اطلاع‌رسانی
www.bndes.gov.br	اطلاعات تجارت خارجی برزیل

www.brasil.gov.br

جدول ۶۶: بانک‌های مهم

پایگاه اینترنتی	نام بانک	ردیف
www.bcb.gov.br	Banco Central do Brasil	۱
www.bancobrazil.com.br	Bank of Brazil	۲
www.bndes.gov.br	Barazilian Development Bank	۳
www.cef.gov.br	Caixa Economica Federal	۴
www.brdesco.com.br	Bradesco	۵
www.itau.com.br	Itau	۶
www.unibanco.com.br	Unibanco	۷
www.bancoreal.com.br	ABN AMRO REAL	۸
www.santander.com.br	Santander	۹

www.bcb.gov.br

جدول ۶۷: برخی از روزنامه‌ها و مجلات اقتصادی و بازرگانی

پایگاه اینترنتی	نام نشریه	ردیف
www.brazzilmag.com	Brazzil Magazine	۱
www.amanha.com.br	Amanha	۲
www.cartacapital.com.br	Carta Capital	۳
www.suma.com.br	Suma Economica	۴
www.expressao.com.br	Expressao	۵

www.world-newspapers.com

جدول ۶۸: فهرست چند شرکت مهم صنعتی، تجاری و بازرگانی برزیل

Acesita	
Steel	زمینه فعالیت
www.acesita.com.br	پایگاه اینترنتی

Lojas Americanas	
Retail	زمینه فعالیت
www.americanas.com.br	پایگاه اینترنتی

Habib's	
Restaurants	زمینه فعالیت
www.habibs-restaurant.com	پایگاه اینترنتی

Aracruz Celulose

Paper	زمینه فعالیت
www.aracruz.com.br	پایگاه اینترنتی

Azul Brazilian Airlines

Airlines	زمینه فعالیت
www.voearul.com.br	پایگاه اینترنتی

B2W Varejo

Retail	زمینه فعالیت
www.b2winc.com	پایگاه اینترنتی

Bombril

Consumer products	زمینه فعالیت
www.bombril.com.br	پایگاه اینترنتی

Braskem

Energy and petrochemicals	زمینه فعالیت
www.braskem.com.br	پایگاه اینترنتی

Busscar

Automakers and parts	زمینه فعالیت
www.busscar.com.br	پایگاه اینترنتی

CEMIG

Utilities and infrastructure	زمینه فعالیت
www.cemig.com.br	پایگاه اینترنتی

Cosan

Petrochemicals	زمینه فعالیت
www.cosan.com.br	پایگاه اینترنتی

Cyrela Brazil Realty

Construction and building materials Real estate	زمینه فعالیت
www.brazilrealty.com.br	پایگاه اینترنتی

Duratex

Wood and paper	زمینه فعالیت
www.duratex.com.br	پایگاه اینترنتی

Embratel

Telecommunications	زمینه فعالیت
www.embratel.com.br	پایگاه اینترنتی

Estrela

Toys	زمینه فعالیت
www.estrela-brasil.com	پایگاه اینترنتی

Grendene

Apparel, footwear and textiles

زمینه فعالیت

www.grendene.com.br

پایگاه اینترنتی

Grupo Abril

Media and entertainment

زمینه فعالیت

www.abril.com.br

پایگاه اینترنتی

Vale

Mining

زمینه فعالیت

www.vale.com

پایگاه اینترنتی

WEG Industries

Industrial equipment and machinery

زمینه فعالیت

www.weg.net

پایگاه اینترنتی

Universo Online

Internet service provider

زمینه فعالیت

www.uol.com.br

پایگاه اینترنتی

Petrobras

Energy and petrochemicals

زمینه فعالیت

www.petrobras.com.br

پایگاه اینترنتی

MRS Logística

Transportation	زمینه فعالیت
www.mrs.com.br	پایگاه اینترنتی
www.brazilcompany.com	

جدول ۶۹: فهرست چند شرکت بیمه‌ای تجاری مهم

A MARITIMA CIA SEGUROS GERAIS

سائوپولو	شهر
۵۵-۱۱-۲۱۴۱۴۴۴	تلفن
۵۵-۱۱-۲۱۴۳۹۲۰	دورنگار

BALOISE ATLANTICA CIA BRAS SEGUROS

سائوپولو	شهر
۵۵-۱۱-۲۸۴۱۷۸۴	تلفن
۵۵-۱۱-۲۸۴۶۱۵۶	دورنگار

BANCRED SEGURADORA S/A

ریودوژانیرو	شهر
۵۵-۲۱-۲۲۴۳۹۱۷	تلفن
۵۵-۲۱-۲۲۱۲۷۹۴	دورنگار

BANESTES SEGUROS S/A

ویتوریا	شهر
۵۵-۲۷-۳۲۲۰۸۱۱	تلفن
۵۵-۲۷-۳۲۲۰۸۱۱	دورنگار

BLUE LIFE SEGURADORA S/A

سائوپولو	شهر
۵۵-۱۱-۲۵۸۰۰۲۲	تلفن
۵۵-۱۱-۲۵۸۱۷۰۱	دورنگار

CENTAURO SEGURADORA S/A

کوریتیبایا	شهر
۵۵-۴۱-۲۳۳۵۲۲۰	تلفن
۵۵-۴۱-۲۳۳۴۳۴۶	دورنگار

www.brazilcompany.com

جدول ۷۰: فهرست هتل‌های مهم

شهر	درجه	نام هتل	ردیف
RIO DE JANEIRO	۵ ستاره	SOFITEL	۱
Brasília	۵ ستاره	Brasília	۲
Ceará	۵ ستاره	Fortaleza	۳
پرانا	۵ ستاره	Foz do Iguacu	۴
Buzios	۴ ستاره	Buzios	۵
Fernado de Noronha	۴ ستاره	Fernando de Noronha	۶
Goiânia	۴ ستاره	Goiania	۷
Aracaju	۳ ستاره	Aracaju	۸
میناس گریس	۳ ستاره	Belo Horizonte	۹
جزیره سنت کاترینا	۳ ستاره	Florianopolis	۱۰

جزیره کوماندا توبا	۳ ستاره	Ilha de Comandatuba	۱۱
سالوادور	۳ ستاره	Ilheus	۱۲
Joao Pessoa	۳ ستاره	Joao Pessoa	۱۳
پرانا	۳ ستاره	Curitiba	۱۴

www.southtravels.com

جدول ۷۱: فهرست بیمارستان‌های چند شهر مهم برزیل

شهر	نام شرکت	ردیف
سائوپولو	Beneficencia Portuguesa Hospital	۱
فلورینا پولیس	Ultralitho Centro Médico	۲
پورتو آگره	Santa Casa Complexo Hospitalar	۳
بنگو	Prosaúde Hospital de Clínicas	۴
سائوپولو	Irmandade da Santa Casa de Misericórdia	۵
میناس گریس	Hospital Vera Cruz	۶
سائوپولو	Hospital Santa Catarina	۷
سائوپولو	Hospital Samaritano	۸
سائوپولو	Hospital Paulistano	۹
سائوپولو	Hospital Israelita Albert Einstein	۱۰
سائوپولو	Hospital do Cancer	۱۱
پرانا	Hospital de Clinicas da UFPR	۱۲

www.pacificprime.com

جدول ۷۲: فهرست چند آژانس املاک

ردیف	نام آژانس	شهر	تلفن
۱	Foot in the sand	Caraguatatuba	۵۵-۱۲-۳۸۸۳۱۷۵۸
۲	Brazil4RealEstate	Itapevi	۵۵-۱۱-۹۲۱۳۷۲۰۴
۳	home in brazil	porto alegre	۵۵-۵۱-۹۱۲۸۳۷۶۷
۴	CONSULTORIA JURIDICA	RIO DE JANEIRO	۵۵-۵۱-۲۵۳۷۷۰۱۵
۵	Brazil Estates	Rio, Salvador	۵۵-۲۱-۸۲۰۲۰۵۹۵

www.property-abroad.com

جدول ۷۳: اطلاعات سفارتخانه برزیل در ایران

سفارت برزیل در ایران

نشانی: زعفرانیه، خیابان ولیعصر (عج)، خیابان شهید فلاحی، خیابان یکتا، شماره ۲۶.
تلفن: ۰۱-۲۲۷۵۳۱۰۸-۲۱ - (۰۰۹۸)
دورنگار: ۰۰۹۸ - ۲۱ - ۲۲۷۴۴۰۰۹
آقای آنتونیو لوئیز اسپینولا سالگادو^۱ سفیر کنونی برزیل در ایران است.

www.mfa.gov.ir

جدول ۷۴: اطلاعات سفارتخانه ایران در برزیل

سفارت ایران در برزیل

نشانی:
SES AVE.DAS NACOES LOTE 31 70900-421-, BRASILIA DF, 61
تلفن: ۰۵۵) ۶۱ ۳۲۴۲۵۹۱۵
۰۵۵) ۶۱ ۳۲۴۲۵۱۲۴
۰۵۵) ۶۱ ۳۹۸۶۵۷۲۰
دورنگار: ۰۵۵) ۶۱ ۳۲۴۴۹۶۴۰
آقای محسن شاطرزاده یزدی، سفیر کنونی ایران در برزیل است.
پست الکترونیکی: webiran@webiran.org.br
سایت اینترنتی: www.webiran.org.br

www.mfa.gov.ir

1. H.E. Mr. Antonio Luis Espinola Salgado

منابع و ماخذ

۱. سایت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
www.iccim.org
۲. سایت اطلاعات جامع کشورها
www.indexmundi.com
۳. سایت اطلاعات جغرافیایی کشورها
www.worldatlas.com
۴. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه‌ی مبادلات جهانی
www.trademap.org
۵. سایت اطلاع‌رسانی در خصوص وضعیت اقتصادی کشورهای جهان
www.traveldocumentsystems.com
۶. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه بهره‌برداری از اینترنت در جهان
www.internetworldstats.com
۷. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه دستمزدها
www.payscale.com
۸. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه شرکت‌های خارجی فعال در جهان
www.businessmonitor.com
۹. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه آرایه کمک‌های مالی آمریکا به سایر کشورها
www.usig.org
۱۰. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه مالیات و تبدیل ارزها
www.internationaltaxreview.com
۱۱. سایت اطلاع‌رسانی سازمان جهانی تجارت
www.wto.org
۱۲. سایت اطلاع‌رسانی نحوه پراکندگی جمعیت در کشورها
www.citypopulation.de
۱۳. سایت اطلاع‌رسانی نحوه راه‌اندازی کسب و کار جدید
www.doingbusiness.org
۱۴. سایت بانک مرکزی برزیل
www.bcb.gov.kw
۱۵. سایت دولت برزیل
www.brasil.gov.br
۱۶. سایت سازمان توسعه تجارت ایران
www.tpo.ir
۱۷. سایت صندوق ضمانت صادرات وزارت بازرگانی
www.egfi.org
۱۸. سایت کتاب زرد کشورهای جهان
www.yellowpagesworld.com
۱۹. سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران
www.irica.gov.ir
۲۰. سایت مرکز تجارت بین‌المللی
www.intracen.org

فهرست کتب منتشره از سری کتاب‌های راهنمای تجارت با کشورها

۱. راهنمای تجارت با ترکیه

۲. راهنمای تجارت با هنگ‌کنگ

۳. راهنمای تجارت با اندونزی

۴. راهنمای تجارت با قرقیزستان

۵. راهنمای تجارت با غنا

۶. راهنمای تجارت با برزیل

۷. راهنمای تجارت با اوکراین

۸. راهنمای تجارت با قزاقستان

۹. راهنمای تجارت با پاکستان

۱۰. راهنمای تجارت با چین

۱۱. راهنمای تجارت با کنیا

۱۲. راهنمای تجارت با کره جنوبی

۱۳. راهنمای تجارت با مکزیک

۱۴. راهنمای تجارت با عراق

۱۵. راهنمای تجارت با گرجستان

۱۶. راهنمای تجارت با سوریه

۱۷. راهنمای تجارت با عربستان سعودی

۱۸. راهنمای تجارت با ارمنستان

۱۹. راهنمای تجارت با ترکمنستان

۲۰. راهنمای تجارت با ازبکستان

۲۱. راهنمای تجارت با روسیه

۲۲. راهنمای تجارت با امارات متحده عربی

۲۳. راهنمای تجارت با ژاپن

۲۴. راهنمای تجارت با ونزوئلا

۲۵. راهنمای تجارت با کشور تونس

۲۶. راهنمای تجارت با تاجیکستان

۲۷. راهنمای تجارت با مالزی

۲۸. راهنمای تجارت با آذربایجان

۲۹. راهنمای تجارت با هند

۳۰. راهنمای تجارت با عمان

۳۱. راهنمای تجارت با قطر

۳۲. راهنمای تجارت با آفریقای جنوبی

۳۳. راهنمای تجارت با سنگال

۳۴. راهنمای تجارت با لبنان

۳۵. راهنمای تجارت با کویت

۳۶. راهنمای تجارت با بلاروس

۳۷. راهنمای تجارت با الجزایر