



**TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**Thị trường
Mỹ Latinh**

THỊ TRƯỜNG BRAZIL

ĐỐI TÁC THƯƠNG MẠI LỚN NHẤT CỦA VIỆT NAM Ở CHÂU MỸ LATINH

Thành phố Hồ Chí Minh 2024

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.
hochiminhcity.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 01/GP - XBBT -
STTTT, ngày 03/01/2024
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG BRAZIL

09 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG BRAZIL

24 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ BRAZIL

42 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ BRAZIL

43 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG BRAZIL

45 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

46 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI BRAZIL

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Brazil và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản chi tiết, doanh nghiệp truy cập website <http://itpc.hochiminhcity.gov.vn>.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



BỘ CÔNG THƯƠNG



MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



International
Trade
Centre



WORLD TRADE
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,
Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Đại sứ quán Brazil tại thủ đô Hà Nội trong quá trình
thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG BRAZIL



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG BRAZIL



Thủ tướng Phạm Minh Chính phát biểu Việt Nam và Brazil đang đứng trước những cơ hội lớn để hướng tới tầm vóc quan hệ cao hơn trong tương lai.

VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI

Tên đầy đủ: Cộng hòa Liên bang Brazil
(Republica Federativa do Brasil)

Thủ đô: Brasilia

Quốc khánh Brazil: 7/9/1822

Tổng thống: Ông Luiz Inacio Lula da Silva

Vị trí địa lý: Brazil nằm ở đông nam châu Mỹ La tinh, giáp Đại Tây Dương. Lãnh thổ Brazil tiếp giáp với các quốc gia và vùng lãnh thổ là Argentina, Bolivia, Colombia, Guiana thuộc Pháp, Guyana, Paraguay, Peru, Suriname, Uruguay và Venezuela. Lãnh thổ nước này trải dài trên 4 múi giờ khác nhau. Brazil còn có một đường bờ biển dài 7.367 km tiếp giáp với Đại Tây Dương. Brazil trải dài 4.772 km từ Bắc xuống Nam; 4.331 km từ Đông sang Tây. Brazil có thể được phân chia thành Brazil cao nguyên ở phía Nam và Brazil sông Amazon ở phía Bắc.



Diện tích: 8.515.770 km². Trong đó:

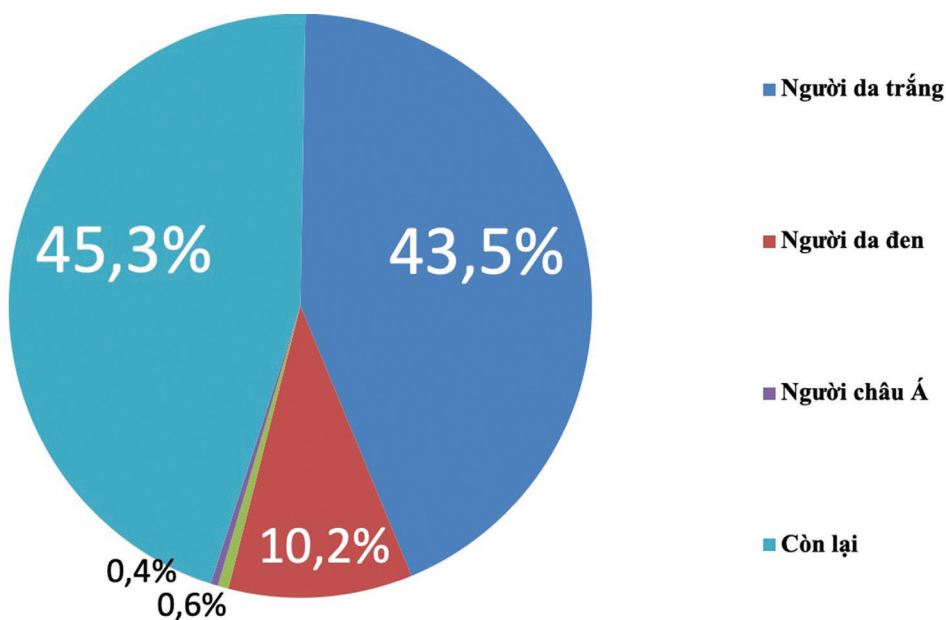
- Diện tích đất liền chiếm: 8.358.140 km²
- Diện tích nước, sông ngòi chiếm: 157.630 km²

Dân số: 220.051.512 (số liệu cập nhật 2023)

Tài nguyên thiên nhiên: nhôm, bô-xít, berili, vàng, quặng sắt, mangan, niken, niobi, photphat, platin, tantali, thiếc, các nguyên tố đất hiếm, urani, dầu mỏ, thủy điện, gỗ.

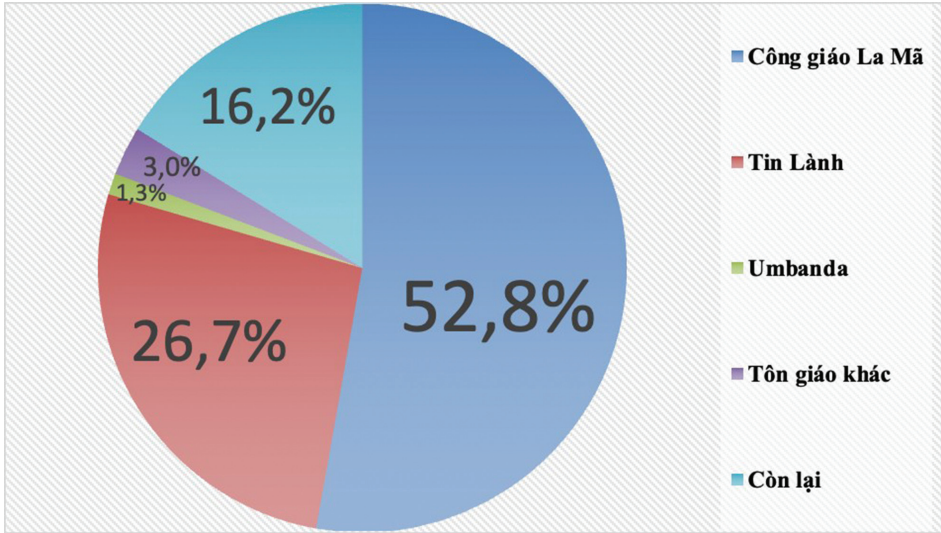
Dân tộc: Người da trắng 43,5%, người da đen 10,2%, người bản địa 0,6%, người châu Á 0,4%, còn lại (số liệu ước tính năm 2022)

Cơ cấu dân tộc
(Số liệu ước tính năm 2022)



Tôn giáo: Công giáo La Mã 52,8%, Tin lành 26,7%, người theo giáo phái người Mỹ gốc Phi/Umbanda 1,8%, tôn giáo khác 3%, còn lại 1,4% (số liệu ước tính năm 2023)

**Cơ cấu tôn giáo
(Số liệu ước tính năm 2023)**



Ngôn ngữ: Tại Brazil ngôn ngữ chính thức và được sử dụng rộng rãi nhất là tiếng Bồ Đào Nha. Ngoài ra còn có tiếng Đức, tiếng Ý, tiếng Nhật, tiếng Anh và một số lượng lớn các ngôn ngữ Amerindian được sử dụng tại Brazil.

Đơn vị tiền tệ: đồng Real (BRL)

TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Brazil là một nền kinh tế hàng đầu ở Mỹ Latinh. Nền kinh tế Brazil với ngành nông nghiệp là chủ chốt và được chính phủ đầu tư phát triển tốt, còn ngành công nghiệp mỏ, sản xuất và dịch vụ của nền kinh tế Brazil vượt trội hơn các nền kinh tế khác của Nam Mỹ và đang mở rộng sự hiện diện của mình trên thị trường quốc tế.

Brazil là quốc gia giàu tài nguyên thiên nhiên như sắt, mangan, niken, niobi, photphat, platin, tantal, thiếc, các nguyên tố đất hiếm, urani, dầu mỏ, thủy điện, gỗ, tài nguyên nước...; Brazil đứng đầu thế giới về sản xuất đường mía, cà phê, chiếm 1/2 sản lượng cà phê thế giới và là một trong những quốc gia có nền chăn nuôi phát triển nhất thế giới. Khoa học kỹ thuật, công nghệ của Brazil đạt trình độ cao trong nhiều lĩnh vực sản xuất, nghiên cứu ứng dụng có nền công nghiệp hàng không, quân sự, cơ khí, chế tạo... khá phát triển.

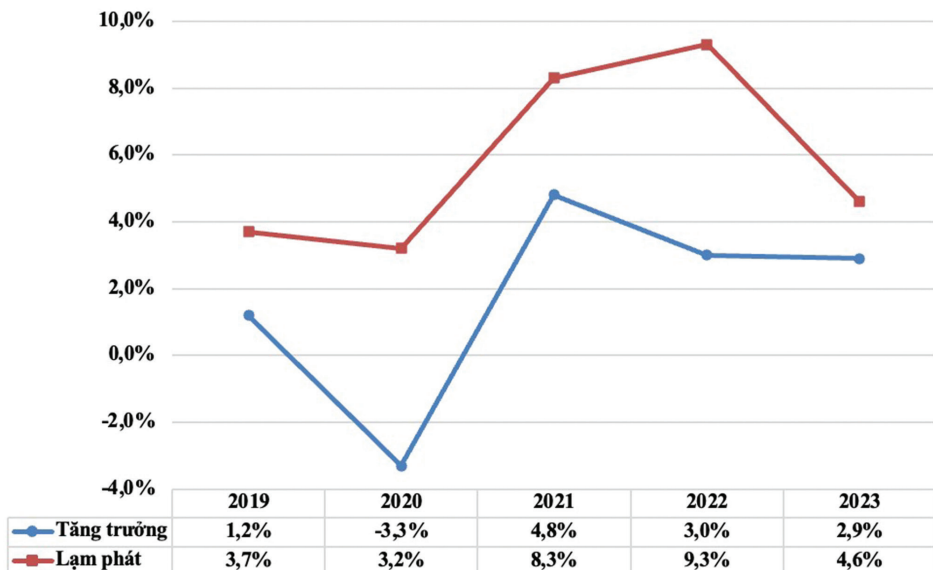
Một phần lớn dân số và hoạt động kinh tế tập trung ở vùng đông nam Brazil, bao gồm các tiểu bang São Paulo, Rio de Janeiro và Minas Gerais. Các tiểu bang này theo truyền thống đóng vai trò là động lực tăng trưởng kinh tế thông qua các ngành công nghiệp cạnh tranh như sản xuất, sản xuất nông nghiệp, khai thác mỏ và năng lượng. São Paulo là thủ đô tài chính của đất nước và là trung tâm chính cho hoạt động kinh doanh quốc tế.

Tổng thống Brazil Luiz Inacio Lula da Silva cho biết sẽ tiếp tục nỗ lực thực hiện các chính sách đổi mới, trong đó chú trọng cải cách thuế theo hướng đơn giản hóa và hiện đại hơn. GDP của quốc gia Nam Mỹ này trong năm 2023 tăng 2,9%, cao hơn so mức dự báo 2,4% trước đó.

Năm 2023 cũng ghi nhận mức thặng dư thương mại cao kỷ lục của Brazil, với hơn 98,8 tỷ USD, tăng 60,6% so mức năm 2022. Theo Bộ Thương mại Brazil, thành tựu này đạt được chủ yếu nhờ xu hướng giảm mạnh nhập khẩu, trong khi xuất khẩu tăng trưởng tốt. Kim ngạch xuất khẩu của Brazil năm qua đạt mức kỷ lục 399,6 tỷ USD, tăng 1,7% so với năm 2022, trong khi nhập khẩu đạt 240,8 tỷ USD, giảm tới 11,7%. Các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Brazil gồm ngô, đậu tương thô và quặng kim loại, với điểm đến chủ yếu là Trung Quốc, Liên minh châu Âu (EU), Mỹ và nước láng giềng Argentina. Chính phủ Brazil kỳ vọng, mức thặng dư thương mại năm 2024 sẽ đạt khoảng 94,4 tỷ USD, vượt xa mức dự báo khoảng 69 tỷ USD do các công ty tư vấn tài chính quốc tế đưa ra.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG BRAZIL



THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Thị trường Brazil là một thị trường kinh doanh đầy thách thức, một phần là do môi trường pháp lý ở đây phức tạp. Vào tháng 6 năm 2023, quốc gia này đã ban hành các quy định mới về giá chuyển nhượng nhằm giảm khả năng đánh thuế hai lần đối với các công ty đa quốc gia chuyển lợi nhuận về chính quốc. Cải cách này sẽ có hiệu lực trong năm 2024.

➤ Hệ thống thuế phức tạp

Nếu quốc gia xuất khẩu vào Brazil không có ký kết hiệp định thương mại tự do, Brazil sẽ áp dụng mức thuế và thuế quan cao đối với hàng hóa và dịch vụ nhập khẩu từ các thị trường nhập khẩu đó. Hơn nữa, Brazil áp dụng thuế, phí liên bang, tiểu bang và địa phương đối với hàng nhập khẩu, có thể làm tăng gấp đôi chi phí của các sản phẩm nhập

khẩu tại Brazil. Mặc dù luật đơn giản hóa thuế dự kiến sẽ được Quốc hội Brazil thông qua vào cuối năm nay, nhưng cho đến khi luật được triển khai, hệ thống thuế sẽ vẫn còn phức tạp. Giai đoạn triển khai có thể sẽ bắt đầu vào năm 2026 và kéo dài đến năm 2032. Điều quan trọng cần lưu ý là nếu được thông qua, cải cách thuế sẽ đơn giản hóa đáng kể các quy định về thuế đối với tất cả các công ty kinh doanh tại Brazil. Tuy nhiên, sự phức tạp hiện tại của hệ thống thuế trong nước của Brazil, bao gồm nhiều loại thuế chồng chéo và tranh chấp thuế giữa các tiểu bang khác nhau, đặt ra thách thức cho tất cả các công ty hoạt động và xuất khẩu sang Brazil.

Kinh doanh tại Brazil đòi hỏi phải có kiến thức sâu rộng về môi trường địa phương. Nhà kinh doanh tại Brazil sẽ đối mặt với chi phí trực tiếp và gián tiếp cao khi kinh doanh, thường được gọi bằng tiếng Bồ Đào Nha là “Custo Brasil” hoặc “Chi phí Brazil”.

➤ Rào cản phi thuế quan

Ở Brazil, những rào cản phi thuế quan có thể là một trong những yếu tố gây khó khăn cho các doanh nghiệp và cá nhân trong quá trình nhập khẩu và xuất khẩu. Dưới đây là một số rào cản phi thuế quan chính ở Brazil:



Cảng Santos - một trong những cảng biển xuất nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của Brazil và khu vực Nam Mỹ.

- **Thuế nhập khẩu (Imposto de Importação):** Đây là loại thuế áp dụng khi hàng hóa nhập khẩu vào Brazil. Thuế nhập khẩu có thể được áp dụng theo mức độ khác nhau tùy thuộc vào loại hàng hóa và nước xuất xứ.

- **Thuế giá trị gia tăng (Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI):** Đây là loại thuế áp dụng cho các hàng hóa sản xuất trong nước cũng như nhập khẩu. Mức thuế IPI có thể thay đổi tùy thuộc vào danh mục sản phẩm và mức độ công nghiệp hóa của sản phẩm.
- **Thuế tiêu thụ (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços - ICMS):** Đây là loại thuế áp dụng khi hàng hóa được lưu thông trong Brazil. Mức thuế ICMS cũng có thể thay đổi tùy thuộc vào bang và loại hàng hóa.
- **Phí bảo vệ chống phóng xạ (Taxa de Controle e Fiscalização Ambiental - TCFA):** Đây là một loại phí áp dụng cho hàng hóa có liên quan đến vấn đề môi trường.

Những rào cản này có thể làm tăng chi phí và thời gian cho các hoạt động nhập khẩu và xuất khẩu ở Brazil, và do đó, các doanh nghiệp thường cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng và tuân thủ các quy định pháp lý để giảm thiểu các rủi ro và chi phí không cần thiết.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Brazil là thị trường tiêu thụ lớn nhất khu vực Nam Mỹ với quy mô dân số lên đến 220 triệu người. Trung bình mỗi năm, Brazil nhập khẩu hơn 236 tỷ USD hàng hóa, trong đó có 30% hàng hóa đến từ khu vực Châu Á.

Hiện Brazil là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại khu vực Nam Mỹ, ngược lại Việt Nam cũng là đối tác thương mại lớn nhất của Brazil tại Đông Nam Á. Brazil là thị trường rất lớn và rất tiềm năng cho hàng hóa Việt, bởi đây là thị trường có tiêu chuẩn không quá khắt khe và thị hiếu người dân rất đa dạng. Do vậy, nhiều mặt hàng có thế mạnh của Việt Nam có thể được tiếp nhận tại thị trường này.

Tính đến thời điểm hiện tại, Brazil tiếp tục duy trì vị trí đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại khu vực Mỹ Latinh. Năm 2023, trao đổi thương mại hai nước Việt Nam - Brazil đạt 7,11 tỷ USD, tăng 5% so với năm 2022.

➤ Các lĩnh vực tiềm năng của thị trường đối với doanh nghiệp Việt Nam

Lĩnh vực công nghiệp: (ngoài điện thoại) các mặt hàng như máy tính, sản phẩm sắt thép, sản phẩm cao su, xơ sợi dệt, nguyên phụ liệu dệt may, giày da.

Mặt hàng tiêu dùng: giày dép, túi xách, va li, dù...

Nông sản: fillet cá tra, tôm.

Nhu cầu nhập khẩu các mặt hàng tiêu dùng tại Brazil sẽ tăng trưởng ổn định. Nhu cầu

tiêu dùng của người tiêu dùng Brazil rất cao nên đây là sẽ lợi thế đối với các mặt hàng thời trang nhập khẩu với giá thành tốt như hàng giày dép, dệt may.

Brazil là một trong những nhà sản xuất nông sản lớn của thế giới nhưng đa phần là xuất khẩu sản phẩm thô và nguyên liệu chế biến. Chính phủ đang định hướng đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm chủ lực là các sản phẩm chăn nuôi và ngũ cốc. Trong khi, đánh bắt và nuôi trồng thủy sản chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng và thị hiếu ưa thích thủy sản của người dân vì một phần đang tập trung phát triển ngành chăn nuôi và chế biến thịt (thịt bò, gà, heo và cừu) nên giá cả các sản phẩm thủy sản tươi sống ở Brazil cao hơn nhiều so với thịt. Đây có thể là một lợi thế trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào thị trường này. Mức tiêu thụ cá của người Brazil hiện chỉ bằng 50% so với khuyến cáo của WTO. Bộ nông nghiệp Brazil cho biết 60% hàng thủy sản đều nhập khẩu từ các quốc gia khác.

Mặt hàng tôm đông lạnh Việt Nam chưa được nhập khẩu vào Brazil, trong khi nhu cầu tiêu thụ tôm của người dân tăng gấp 4 lần so với năng lực sản xuất trong nước. Theo đánh giá thì ngành tôm Brazil giảm 40% sản lượng do ảnh hưởng của bệnh đốm trắng nên chỉ có Ecuador xuất khẩu tôm sang Brazil.

Về nhập khẩu, các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam từ Brazil tăng mạnh trong đầu năm 2024, trong đó phải kể đến các mặt hàng nguyên phụ liệu phục vụ sản xuất, ngô, chất dẻo nguyên liệu, các chế phẩm thực phẩm khác, thức ăn gia súc và nguyên liệu... Nguyên nhân nhập khẩu tăng là để đáp ứng nhu cầu sản xuất trong nước và phục vụ sản xuất để xuất khẩu. Các sản phẩm nhập khẩu từ Brazil đạt chất lượng tốt và ổn định, đồng thời giá rất cạnh tranh và hàng hóa dồi dào, đáp ứng tốt nhu cầu về nguyên phụ liệu cho sản xuất trong nước.

YÊU CẦU CHỨNG TỪ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

Các nhà xuất khẩu nước ngoài và các nhà nhập khẩu Brazil phải đăng ký với Ban thư ký ngoại thương (SECEX). Tùy thuộc vào sản phẩm, chính quyền Brazil có thể yêu cầu bổ sung thêm chứng từ. Việc nhập một số sản phẩm nhập khẩu vào Brazil phải được sự cho phép của các cơ quan chức năng của Brazil có thẩm quyền về quản lý nhập khẩu và thương mại hóa các mặt hàng này. Hàng hóa yêu cầu phải có giấy phép nhập khẩu được sự chấp thuận của một hoặc hơn 16 cơ quan chức năng, bao gồm chủ yếu là các bộ hoặc cơ quan quản lý. Thông thường, các giấy phép này được yêu cầu bởi chi nhánh của bộ kinh tế trước khi giao hàng, nhưng trong một số trường hợp nhất định, các giấy phép này có thể được lấy sau khi vận chuyển hàng hóa, nhưng các loại giấy này phải cung cấp trước khi thông quan.

➤ Cấp phép tự động

Theo quy định chung, các mặt hàng nhập khẩu của Brazil phải tuân theo quy trình "cấp phép hàng nhập khẩu tự động". Thủ tục này yêu cầu nhà nhập khẩu Brazil phải nộp các thông tin liên quan đến từng mặt hàng nhập khẩu, bao gồm mô tả hàng hoá cũng như mã số thuế quan của hàng hoá, số lượng, giá trị từng chuyến hàng, chi phí vận chuyển,...



Thông tin này sẽ được sử dụng với mục đích chuẩn bị làm tờ khai nhập khẩu (ở đây gọi là DI). Sau đó, tất cả các thông tin sẽ được nhập vào hệ thống máy tính của các cơ quan thuế quan Brazil được gọi là SISCOMEX. Bộ Ngoại thương Brazil (SECEX) là cơ quan chính phủ có trách nhiệm cấp phép nhập khẩu. Những mặt hàng nhất định và quy trình nhập khẩu sẽ phải tuân theo các yêu cầu đặc biệt, được hoàn thành trước khi thông quan. Dưới đây là một danh sách các yêu cầu đặc biệt:

- Giấy chứng nhận của Bộ nông nghiệp Brazil đối với các mặt hàng nhập khẩu như thịt và các loại thực phẩm, hải sản, sữa và chất dẫn xuất sữa, trứng và mật ong, hoa quả và một vài sản phẩm từ động thực vật khác.

- Cơ quan bảo vệ môi trường Brazil có thể đưa ra các quyết định liên quan đến việc nhập khẩu các mặt hàng cao su tự nhiên, tổng hợp và nhân tạo
- Việc đăng ký công ty hoặc sản phẩm có thể bắt buộc đối với việc nhập khẩu chất amiăng liều lượng lớn, hoá chất nông nghiệp, dược phẩm, nước hoa và mỹ phẩm và các sản phẩm có liên quan đến y tế.

➤ **Cấp phép phi tự động (LI)**



Mặt hàng thủy sản của Việt Nam đang có đa xuất khẩu tốt và tăng trưởng ổn định tại thị trường Brazil.

Bất cứ khi nào hàng hóa nhập khẩu phải tuân theo chế độ cấp phép phi tự động (LI), nhà nhập khẩu phải cung cấp thông tin liên quan đến từng chuyến hàng cho các cơ quan thuế quan của Brazil hoặc là trước khi vận chuyển hàng hóa hoặc trước khi thông quan. Những thông tin bắt buộc bao gồm mô tả hàng hóa cũng như mã số thuế quan của hàng hóa, số lượng, giá trị chuyến hàng, chi phí vận chuyển ...

➤ **Lưu ý hàng hóa trước khi thông quan**

Hàng hóa nhập khẩu theo chế độ được khấu trừ thuế, cũng như hàng nhập khẩu tới các khu thương mại tự do và Ủy ban nhà nước về khoa học và phát triển công nghệ.

➤ Lưu ý trước khi vận chuyển hàng hoá

Những mặt hàng tuân theo chế độ kiểm soát đặc biệt từ SECEX hoặc những mặt hàng cần có giấy chứng nhận của các cơ quan nhà nước Brazil khác. Những mặt hàng này bao gồm: hàng hoá đã qua sử dụng nói chung, những mặt hàng muốn được hưởng giảm thuế nhập khẩu, những mặt hàng nhập khẩu không có quy trình thanh toán từ nhà nhập khẩu cho nhà xuất khẩu - ví dụ hàng mẫu, hàng biếu tặng, nhập khẩu tạm thời, dược phẩm chữa bệnh tâm lý, các sản phẩm dùng cho con người hoặc cho mục đích nghiên cứu vệ sinh; vũ khí và các sản phẩm có liên quan, sản phẩm phóng xạ và các thành phần kim loại hiếm trên trái đất, dầu thô, chiết xuất dầu thô hoặc các chiết xuất dầu khí khác, huyết thanh chống hemophilic, các dược phẩm có huyết thanh, các sản phẩm có hại cho môi trường sống, ví dụ chất CFC, máy thư tín, máy bán tem, máy bay...

Ngay sau khi đã nhập thông tin vào hệ thống máy tính của SISCOMEX liên quan đến một chuyến hàng cụ thể, hệ thống SISCOMEX sẽ chỉ ra hàng hoá thuộc danh mục theo quy trình cấp phép tự động hay phi tự động.

Tùy thuộc vào sản phẩm, các cơ quan chức năng của Brazil có thể yêu cầu bổ sung thêm tài liệu. Ví dụ, bộ y tế tại Brazil kiểm soát tất cả các sản phẩm có thể ảnh hưởng đến cơ thể con người, bao gồm dược phẩm, vitamin, mỹ phẩm và thiết bị hay dụng cụ y tế. Đối với các sản phẩm như vậy khi nhập khẩu và muốn bán tại Brazil thì công ty nước ngoài nhập khẩu vào Brazil phải thành lập một đơn vị sản xuất hoặc văn phòng địa phương tại Brazil, hoặc công ty nước ngoài chỉ định một nhà phân phối Brazil được các cơ quan chức năng của Brazil ủy quyền nhập khẩu và phân phối các sản phẩm y tế. Các sản phẩm như vậy phải được đăng ký với cơ quan quản lý y tế của Brazil, ANVISA.

Việc nhập khẩu một số sản phẩm vào Brazil phải tuân theo giấy phép do các cơ quan chức năng của Brazil cấp, nơi quản lý việc nhập khẩu và thương mại hóa các mặt hàng này. Hàng hóa yêu cầu giấy phép nhập khẩu phải được một hoặc nhiều trong số 16 cơ quan chức năng, chủ yếu bao gồm các bộ hoặc cơ quan quản lý, chấp thuận. Thông thường, các giấy phép này phải được yêu cầu trước khi vận chuyển, nhưng trong một số trường hợp, chúng có thể được xin sau khi vận chuyển hàng hóa, nhưng trước khi thông quan.

THUẾ NHẬP KHẨU

Ở Brazil, nhập khẩu phải chịu một số loại thuế và phí, thường được thanh toán trong quá trình thông quan. Có 03 loại thuế chiếm phần lớn chi phí nhập khẩu:

- Thuế nhập khẩu (viết tắt là II)

- Thuế sản phẩm công nghiệp (IPI)
- Thuế lưu thông hàng hóa và dịch vụ (ICMS)

Ngoài các loại thuế này, còn có một số loại thuế và phí nhỏ hơn áp dụng cho hàng nhập khẩu. Lưu ý rằng hầu hết các loại thuế được tính trên cơ sở lũy kế.

Ngoài các loại thuế này, một số loại thuế và phí nhỏ hơn được áp dụng cho hàng nhập khẩu. Lưu ý rằng hầu hết các loại thuế được tính theo cơ sở tích lũy.

Vào ngày 1 tháng 1 năm 1995, Brazil và các đối tác Thị trường chung Nam Mỹ (Mercosur) là Argentina, Paraguay và Uruguay đã triển khai Thuế quan đối ngoại chung Mercosur (CET). Mỗi quốc gia duy trì một danh sách ngoại lệ riêng cho các mặt hàng chịu thuế.

Năm 1995, Brazil đã triển khai Danh mục chung Mercosur, được gọi là Danh mục Comum do Mercosur (NCM), phù hợp với Hệ thống hài hòa (HS) để phân loại thuế quan.

➤ **Thuế nhập khẩu (II)**

II là thuế theo sản phẩm cụ thể do liên bang quy định, được đánh trên cơ sở giá thành, bảo hiểm và cước phí (CIF) đối với hàng hóa nhập khẩu và được đánh giá trong quá trình thông quan.

Hàng nhập khẩu phải chịu một số loại thuế và phí tại Brazil, thường được thanh toán trong quá trình thông quan.

➤ **Thuế sản phẩm công nghiệp (IPI)**

IPI là thuế liên bang đánh vào hầu hết các sản phẩm sản xuất trong nước và nhập khẩu. Thuế này được đánh giá tại điểm bán đối với hàng hóa sản xuất trong nước và tại điểm thông quan đối với hàng nhập khẩu. Thuế sản phẩm công nghiệp là một phần trong nỗ lực của chính phủ liên bang nhằm hỗ trợ các nhà sản xuất trong nước, thuế suất IPI giữa hàng hóa nhập khẩu và sản xuất trong nước trong cùng một danh mục sản phẩm có thể khác nhau. Thuế IPI là thuế chuyển tiếp, được đánh giá tại mỗi điểm bán và do đó không được coi là chi phí cho nhà nhập khẩu, vì giá trị được ghi có lại cho nhà nhập khẩu khi bán cho người dùng cuối.

Cơ quan chức năng Brazil đánh thuế suất IPI bằng cách xác định mức độ thiết yếu của sản phẩm đối với người dùng cuối của Brazil. Nhìn chung, thuế suất IPI dao động từ 0%-15%. Trong trường hợp nhập khẩu, thuế được tính trên giá trị CIF của sản phẩm cộng với thuế nhập khẩu. Thuế suất IPI của sản phẩm tỷ lệ thuận với thuế suất thuế nhập khẩu của sản phẩm đó. Tương tự như thuế giá trị gia tăng ở châu Âu, thuế IPI đối với các sản phẩm trải qua nhiều giai đoạn chế biến được giảm để bù đắp cho thuế IPI đã trả ở mỗi giai đoạn. Hàng xuất khẩu của Brazil được miễn thuế IPI.

➤ Thuế lưu thông hàng hóa và dịch vụ (ICMS)

ICMS là thuế giá trị gia tăng của chính quyền tiểu bang áp dụng cho cả hàng nhập khẩu và sản phẩm trong nước. Thuế ICMS đối với hàng nhập khẩu được đánh giá theo giá trị theo giá CIF, cộng với thuế nhập khẩu, cộng với IPI. Mặc dù người nhập khẩu phải trả thuế ICMS để thông quan sản phẩm nhập khẩu, nhưng đây không nhất thiết là khoản chi phí đối với người nhập khẩu vì giá trị đã trả là khoản tín dụng cho người nhập khẩu. Khi sản phẩm được bán cho người dùng cuối, người nhập khẩu sẽ ghi nợ thuế ICMS, khoản thuế này được bao gồm trong giá cuối cùng của sản phẩm và do người dùng cuối thanh toán.



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính tọa đàm với doanh nghiệp Brazil nhằm trao đổi về cơ hội hợp tác đầu tư, kết nối kinh doanh và cùng nhau tạo ra những giá trị mới và động lực tăng trưởng mới để thúc đẩy, nâng tầm quan hệ hợp tác kinh tế Việt Nam – Brazil.

Trên thực tế, thuế chỉ được trả cho giá trị gia tăng, thuế thường được chuyển cho người mua vì nó được bao gồm trong giá tính cho hàng hóa. Thuế ICMS phải trả cho chính quyền tiểu bang dựa trên thuế thu được từ doanh số bán hàng của một công ty, trừ đi thuế đã trả khi mua nguyên liệu thô và hàng hóa trung gian. Thuế ICMS được đánh vào cả giao dịch trong tiểu bang, liên tiểu bang và được đánh giá trên mọi lần chuyển nhượng hoặc di chuyển hàng hóa. Mức thuế khác nhau giữa các tiểu bang nhưng trong hầu hết các trường hợp là từ 17%-19%. Đối với các hoạt động di chuyển liên tiểu bang, thuế sẽ được đánh giá theo mức thuế áp dụng cho tiểu bang đích. Một số lĩnh vực của

nền kinh tế, chẳng hạn như khai thác mỏ, điện, nhiên liệu lỏng và khí đốt tự nhiên có thể được miễn thuế ICMS. Hầu hết hàng xuất khẩu của Brazil đều được miễn.

➤ Thuế và các chi phí khác được tính thêm

- Thuế lưu kho: 0,65% giá CIF đối với thời hạn 15 ngày.
- Chi phí bốc xếp hàng tại cảng Santos: 100 USD/container.
- Thuế hàng hải thương mại: 25% chi phí chuyên chở đường biển (không áp dụng cho hàng chuyên chở đường hàng không).
- Đóng góp bắt buộc cho liên minh những người môi giới hải quan: 2,2% giá CIF với mức đóng góp tối thiểu là 71 USD và giá trần là 160 USD.
- Phí sử dụng SISCOMEX: 30 USD.
- Phí chuyên chở hàng hoá thông thường: 35 USD.

CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN MẮC VÀ ĐÁNH DẤU



Bộ luật bảo vệ khách hàng của Brazil yêu cầu rằng nhãn sản phẩm phải cung cấp cho người tiêu dùng thông tin chính xác, dễ đọc về số lượng, thành phần, giá cả, thời hạn sử dụng, nguồn gốc và những tác dụng phụ đối với sức khỏe và sự an toàn của người tiêu dùng. Thông tin ghi trên nhãn bằng tiếng Bồ Đào Nha là bắt buộc đối với tất cả các

sản phẩm nhập khẩu. Trên nhãn ghi kích thước sản phẩm theo đơn vị hệ mét hoặc đơn vị hệ mét tương đương.

NHẬP CẢNH TẠM THỜI

Vào năm 2022, Chính phủ Brazil (GOB) đã rút khỏi chương trình ATA Carnet. Từ năm 2000, GOB đã cho phép nhập khẩu tạm thời các sản phẩm được sử dụng trong thời gian định trước và sau đó tái xuất khẩu. Theo chương trình nhập khẩu tạm thời của Brazil, II và IPI được sử dụng để xác định thuế nhập khẩu tạm thời. Các sản phẩm phải được sử dụng để sản xuất các hàng hóa khác và liên quan đến việc thanh toán tiền thuế hoặc phí thuế từ nhà nhập khẩu địa phương cho nhà xuất khẩu quốc tế.

Có những quy định rất nghiêm ngặt về việc nhập hàng hóa đã qua sử dụng vào Brazil. Một ví dụ về các sản phẩm thuộc chương trình này là việc nhập khẩu tạm thời các máy công cụ. Ví dụ trong bảng dưới đây cho thấy các loại thuế phải nộp tỷ lệ thuận với thời gian sản phẩm nhập khẩu sẽ ở lại Brazil. Điều này cũng áp dụng cho việc nhập khẩu tạm thời các vật dụng cá nhân.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

GOB đã bãi bỏ hầu hết các lệnh cấm nhập khẩu với một số ngoại lệ nhất định. Nhìn chung, việc nhập khẩu hàng tiêu dùng đã qua sử dụng bị cấm. Hàng hóa vốn đã qua sử dụng chỉ được phép khi không có mặt hàng tương tự được sản xuất tại địa phương - chẳng hạn như phụ tùng máy bay đã qua sử dụng. Hàng tái chế vẫn được coi là hàng đã qua sử dụng.

VĂN HÓA VÀ TẬP QUÁN KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG BRAZIL

➤ Văn hóa kinh doanh

Người mua Brazil thường quan tâm đến dịch vụ hậu mãi do nhà xuất khẩu cung cấp. Người Brazil rất tự hào về đất nước, ngôn ngữ và nền văn hóa độc đáo của họ. Vì thế khi làm việc với đối tác Brazil tránh đưa ra các so sánh với các quốc gia và nền văn hóa khác.

➤ Cách chào hỏi trong kinh doanh

Ở Brazil người ta thường gọi nhau bằng tên và rất hiếm khi gọi nhau bằng họ. Khác với các nơi khác là thường có danh xưng được đặt trước tên. Ví dụ: Dr. hoặc Seu dùng cho đàn ông và Dra. hoặc Dona dùng cho phụ nữ. Lưu ý khi làm việc đối tác Brazil là danh xưng “Dr” được sử dụng ở đây không phải để chỉ học hàm tiến sĩ (PhD) mà ở Brazil “Dr” được sử dụng để thể hiện sự tôn trọng đối với vị trí cấp bậc, đẳng cấp trong xã hội. Khi làm việc ở đây bạn nên sử dụng tiếng Bồ Đào Nha vì đây là một loại ngôn ngữ rất thông dụng, với các đại từ như là “o Senhor” để chỉ đàn ông và “a Senhora” để chỉ đàn bà.

Người Brazil thường chào hỏi nhau với những cái bắt tay khá lâu để thể hiện quan hệ thân thiện. Người Brazil bắt tay cả khi đến lẫn khi đi. Họ có thể chạm vào cánh tay hoặc khuỷu tay và thường vỗ vào lưng nhau. Vì vậy nếu làm việc với người Brazil thì đừng quên phong tục này. Người Brazil thường đứng gần nhau khi nói chuyện và xếp hàng. Vì vậy, nếu là người nước ngoài đến đất nước này thì đừng tỏ ra khó chịu hay cố ý dân khoảng cách nếu không muốn bị coi là bất lịch sự. Nếu thấy một người Brazil quen ở xa đưa tay vẫy chào là tốt nhất, đừng hô lớn.

➤ Cách xác lập cuộc hẹn trong kinh doanh

Để có thể xác lập một cuộc hẹn trong kinh doanh thì bạn có thể bắt đầu gửi email cho đối tác Brazil và sau đó gọi điện thoại cho họ. Bạn nên gọi điện cho thư ký của đối tác để sắp xếp một cuộc gặp trực tiếp sau này. Một cuộc họp thường phải lên lịch trước vài tuần và xác nhận bằng văn bản trước vài ngày. Khi làm việc với đối tác bạn nên nói tiếng Bồ Đào Nha hoặc có thông dịch viên đi kèm khi gặp gỡ. Lần gặp đầu tiên với đối tác sẽ trở nên thuận lợi hơn nếu một người quen thay mặt bạn giới thiệu bạn cho đối tác.

Danh thiếp thường được trao đổi vào đầu cuộc họp khi diễn ra phần giới thiệu. Trao đổi danh thiếp là một phần trong kinh doanh. Bạn hãy mang theo một số danh thiếp được viết bằng tiếng Bồ Đào Nha cũng như tiếng Anh.

Các cuộc họp tại Brazil có thể diễn không theo một thể thức nào đó là chuyện bình thường. Tại Brazil trong quá trình họp có thể có sự gián đoạn liên tục trong chương trình nghị sự khi mọi người đưa ra ý tưởng khi họ nghĩ ra.

➤ Đàm phán trong kinh doanh

Người Brazil thường đánh giá cao con người và những mối quan hệ thông qua công việc kinh doanh. Người Brazil rất coi trọng những mối quan hệ làm ăn lâu dài. Vì vậy khi giao dịch với đối tác Brazil, tốt hơn hết là bạn cần phải có một người trung gian không

chỉ giúp cho việc tạo lập mối quan hệ, mà còn giúp bạn giải quyết các tình huống xảy ra, từ đó tạo được lòng tin đối với đối tác của mình.

Nhân các dịp hội nghị hay hội chợ, đây là dịp đầu tiên người Brazil là sẽ tìm kiếm đối tác. Các cuộc trao đổi về công chuyện hợp tác đầu tiên vì thế thường diễn ra ở khách sạn, nhà hàng hay bên lề của hội nghị và hội chợ. Sau lần gặp đầu tiên này thường là bữa ăn trưa với nhau và mức độ sang trọng của bữa trưa đó là dấu hiệu về mức độ thiện chí và sẵn sàng hợp tác. Nếu bạn được mời thì bạn nên để ý đến điều đó, còn nếu bạn là người mời thì cũng vậy.



Azul Linhas Aéreas Brasileiras S/A (Azul Brazilian Airlines; hay đơn giản là Azul) là một hãng hàng không của Brazil có trụ sở chính tại Barueri, một vùng ngoại ô của São Paulo.

Lần gặp và trao đổi công chuyện thứ hai sẽ diễn ra tại trụ sở đối tác Brazil. Cuộc trao đổi thường bắt đầu bằng việc chào hỏi rất tử mỉ và đầy đủ. Bạn luôn nhớ là khi đàm phán là một chuyện, thỏa thuận bằng văn bản lại là chuyện khác và phải đến khi ấy bạn mới có thể biết là hai bên đã nhất trí, thỏa thuận được với nhau hay không. Vì thế, văn bản được soạn thảo và kiểm soát rất chi tiết. Để đàm phán thành công, bạn nên tiến dần từng bước, cái gì dễ thỏa thuận thì trao đổi trước, không được tạo ấn tượng dồn ép hoặc gây áp lực. Người Brazil rất nhạy cảm và dị ứng chuyện đó, thường coi đó là xúc phạm và khi đó thì rất khó có thể tiếp tục hợp tác được với nhau.

Người Brazil có xu hướng dành thời gian để đàm phán một thỏa thuận. Quá trình ra quyết định có thể diễn ra chậm vì người Brazil cảm thấy cần phải biết họ đang làm ăn với ai trước khi họ có thể làm việc cùng nhau.

Trong lúc đàm phán kinh doanh, bạn đừng cảm thấy xúc phạm khi đối tác dừng ngang cuộc trò chuyện để bắt điện thoại. Điều này không liên quan gì đến việc đối tác không quan tâm bạn. Trong văn hóa Brazil, bạn phải nhìn thẳng vào mắt người khác. Nếu bạn không nhìn thẳng, bạn sẽ bị hiểu lầm là đang có gì đó muốn che giấu. Đối với người Brazil, điều quan trọng là phải thảo luận đầy đủ mọi việc và dành thời gian để đi tới một kết luận thỏa mãn.

Ngoài ra, bạn không nên rời đi quá nhanh sau khi cuộc họp kết thúc. Sau khi làm ăn kết thúc, bạn phải có động tác chào tạm biệt theo phong cách Brazil. Khi mới gặp gỡ cũng như chia tay, bắt tay là thông lệ cho tất cả những người doanh nhân.

➤ **Ngôn ngữ trong giao tiếp kinh doanh**

Tại Brazil tiếng Anh không phải là ngôn ngữ phổ biến và khi giao dịch với những người bên ngoài các trung tâm thương mại lớn, việc sử dụng tiếng Bồ Đào Nha là cực kỳ hữu ích. Trong giao dịch kinh doanh tại Brazil khuyến nghị bạn nên thuê phiên dịch viên cho chuyến thăm công tác và có thể tạo điều kiện để ký hợp đồng với một phiên dịch viên.

Về ngôn ngữ, bạn rất ít khi nghe được từ "không" ("não") thốt lên từ người Brazil. Người Brazil có xu hướng ngoại giao hơn là đối đầu. Khi nghe họ nói "có thể" ("talvez"), hoặc "có khả năng" ("potencialmente") thì có nghĩa là "không".

➤ **Cách tặng quà cho đối tác**

Tại Brazil thì quà tặng thường không được coi là đặc biệt quan trọng trong việc thiết lập mối quan hệ kinh doanh. Do đó, trong những lần gặp mặt đầu tiên không nên tặng quà cho đối tác, chỉ nên tặng quà ở những lần gặp gỡ thứ 2 thứ 3 trở về sau. Một món quà nhỏ với thư ký của đối tác Brazil có thể là một điểm cộng trong mắt đối tác về bạn.

Những món quà rất đắt tiền hoặc xa xỉ có thể được coi là hối lộ. Hơn nữa, việc tặng quà trong một cuộc họp kinh doanh chính thức được coi là hành vi không tốt. Những món quà phù hợp bao gồm một chai rượu ngon, sách cà phê hoặc một cây bút có thương hiệu.

Trong lần đầu tiên đến thăm một công ty, có thể có thông lệ tặng quà, thường là các mặt hàng khuyến mại không có giá trị vật chất lớn. Những món quà đắt tiền có thể bị hiểu nhầm là hối lộ và không được chào đón.

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Người Brazil là một trong những quốc gia ăn mặc thời trang nhất trên thế giới, Trong kinh doanh người Brazil rất coi trọng bề ngoài trang phục. Ở Brazil, một

người bình thường rất quan tâm đến vẻ ngoại hình của mình, đặc biệt là trong lúc kinh doanh.

Với nam giới, tốt nhất là bạn hãy mang theo một vài bộ vest tối màu và áo sơ mi dài tay được thiết kế riêng trong chuyến công tác của bạn đến Brazil. Đừng quên mang theo cà vạt và đánh bóng giày của bạn!

Phụ nữ nên mặc những bộ quần áo hoặc váy công sở được may đo vừa vặn khi kinh doanh ở Brazil. Mặt khác, hãy mang đôi giày bít mũi với phần gót bán cao. Về họa tiết, bạn nên tránh thất nơ, xếp nếp, hoa văn hay kiểu cách, chỉ cần màu trơn là đủ. Ngoài ra, hãy chú ý đến các chi tiết như móng tay và răng nhưng hãy tiết chế sử dụng mỹ phẩm.

Đương nhiên, thời tiết nóng ở Brazil là yếu tố cần phải xem xét khi chọn trang phục. Trong thời tiết nóng, bạn có thể mặc các loại trang phục với chất liệu vải nhẹ và sợi tự nhiên như bông và vải lanh. Tùy vào bạn đang làm trong lĩnh vực gì, nhưng ở vùng nhiệt đới phía bắc của Brazil, thông thường bạn không cần mặc áo khoác và có thể xắn tay áo lên.

Một số lời khuyên khác là không mặc áo sơ mi ngắn tay đặc biệt là khi kết hợp với cà vạt và không mặc kết hợp màu vàng với xanh lá cây vì đây là màu quốc kỳ Brazil.

Đối với các dịp kinh doanh không chính thức ở Brazil, bạn nên mặc vest màu tối (cho trường hợp tiếp khách, ăn tối trang trọng, v.v.). Quần jean thông minh kết hợp với chiếc áo sơ mi chất lượng tốt và áo blazer sẽ giúp bạn tạo ấn tượng với đối tác trong những dịp xã giao. Hãy nhớ rằng ở Brazil, sự thành đạt của doanh nhân phải thể hiện ở bề ngoài nghĩa là phải trông thật thành đạt trong mọi lúc, mọi thời điểm. Nếu các đối tác kinh doanh Brazil của bạn bắt gặp bạn mặc quần áo cũ hoặc có ngoại hình không đẹp trong thời gian rỗi thì điều đó sẽ ảnh hưởng đến giao dịch kinh doanh tiếp theo của bạn.

➤ Những lưu ý khác

Khi nói chuyện với người Brazil cần tránh bàn luận về chính trị, vấn đề phân biệt chủng tộc hoặc tầng lớp. Cũng không nên phê phán những vấn đề của đất nước họ. Những người Brazil là những người ham mê bóng đá cuồng nhiệt và họ bàn luận về vấn đề này rất sôi nổi, tuy nhiên khi nói về bóng đá thì không nên nhắc tới Argentina.

Khi gọi điện thoại cho đối tác, trước tiên bạn cần nhớ là phải hỏi thăm sức khỏe, gia đình sau đó mới đề cập đến công việc. Hành động này cho thấy rằng bạn quan tâm đến đối tác với tình cảm giữa con người với con người, chứ không phải là xem họ như một phương tiện để làm ăn.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ BRAZIL



Hội thảo Thương mại Việt Nam – Brazil.

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA BRAZIL

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2023 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2022 thì Brazil đứng thứ 26 về xuất khẩu và hạng 26 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Brazil đứng thứ 35 về xuất khẩu và 12 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Brazil là 53,2, giảm 0,3 điểm so với năm ngoái, là nền kinh tế đứng thứ 124 trong năm 2024. Brazil được xếp hạng thứ 26 trong số 32 quốc gia ở khu vực châu Mỹ, và có chỉ số tự do kinh tế tương đối thấp hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. Nền kinh tế Brazil còn được xem là nền kinh tế “gần như không tự do”. (Nguồn: Heritage)

Brazil là một trong những cường quốc về khai khoáng, nông nghiệp và sản xuất trên thế giới, đồng thời quốc gia này còn có ngành dịch vụ phát triển nhanh chóng và mạnh mẽ. Brazil được xem là nhà sản xuất hàng đầu của nhiều loại khoáng sản, bao gồm

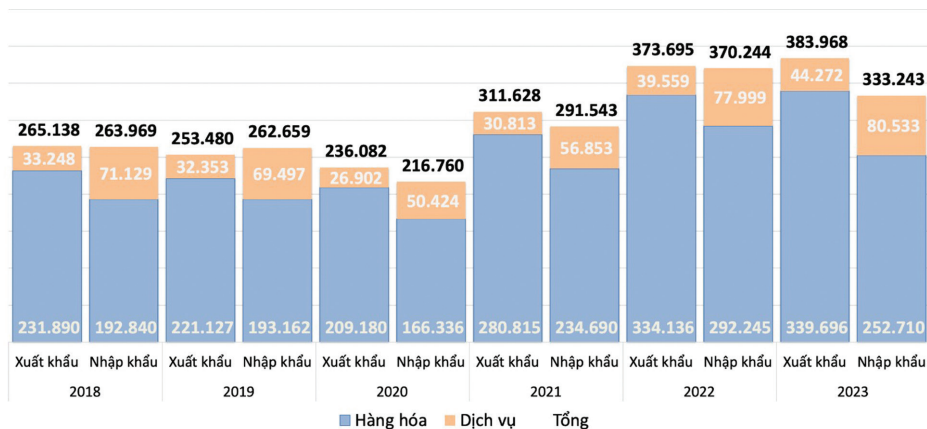
quặng sắt, thiếc, bauxite (quặng nhôm), mangan, vàng, thạch anh, kim cương và các loại đá quý khác, đồng thời là nơi xuất khẩu số lượng lớn thép, ô tô, đồ điện tử và các loại đá quý khác. hàng tiêu dùng.

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Brazil năm 2023 đạt gần 339,70 tỷ USD và nhập khẩu đạt 252,71 tỷ USD, thặng dư 86,99 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2023, Brazil xuất khẩu 44,27 tỷ USD, nhập khẩu đạt 80,53 tỷ USD, thâm hụt 36,26 tỷ USD.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Brazil giai đoạn 2018 - 2023

(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



Tổng cán cân thương mại của Brazil hầu như luôn đạt thặng dư trong suốt giai đoạn 2018 – 2023 (trừ năm 2019 có sự sụt giảm và thâm hụt với gần 9,18 tỷ USD); trong đó, mức thặng dư lớn nhất rơi vào năm 2023 (50,73 tỷ USD). Nói riêng về hàng hóa, cán cân của Brazil luôn ở mức dương; còn về dịch vụ, cán cân thương mại luôn duy trì ở trạng thái thâm hụt.

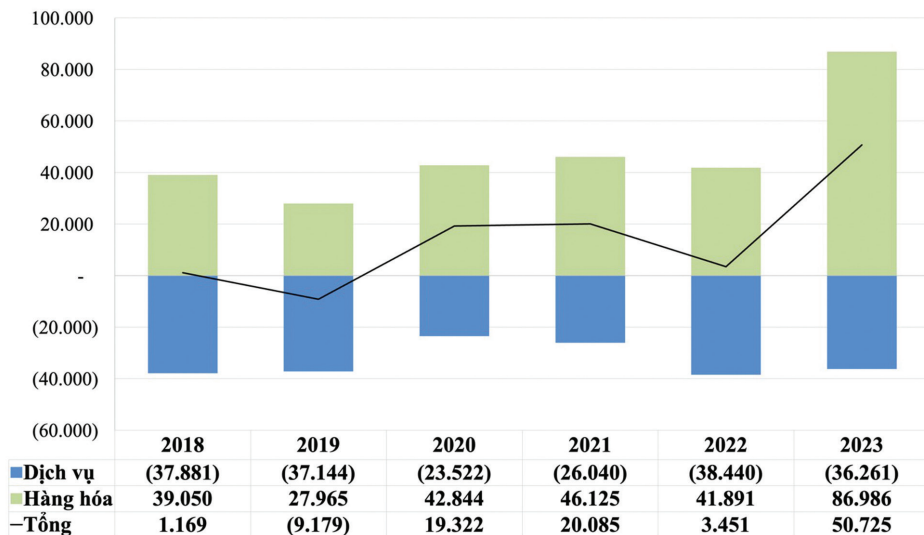


Chợ ở São Paulo, được gọi là Mercadão de São Paulo.

Cán cân thương mại của Brazil giai đoạn 2018 – 2023

(Nguồn: WTO)

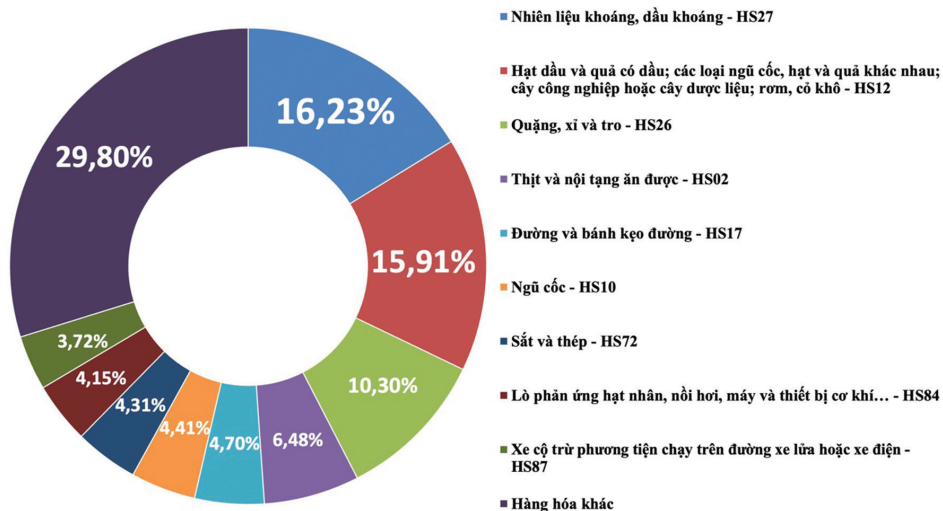
ĐVT: triệu USD



Năm 2023, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Brazil được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Brazil năm 2023

(Nguồn: Trademap)

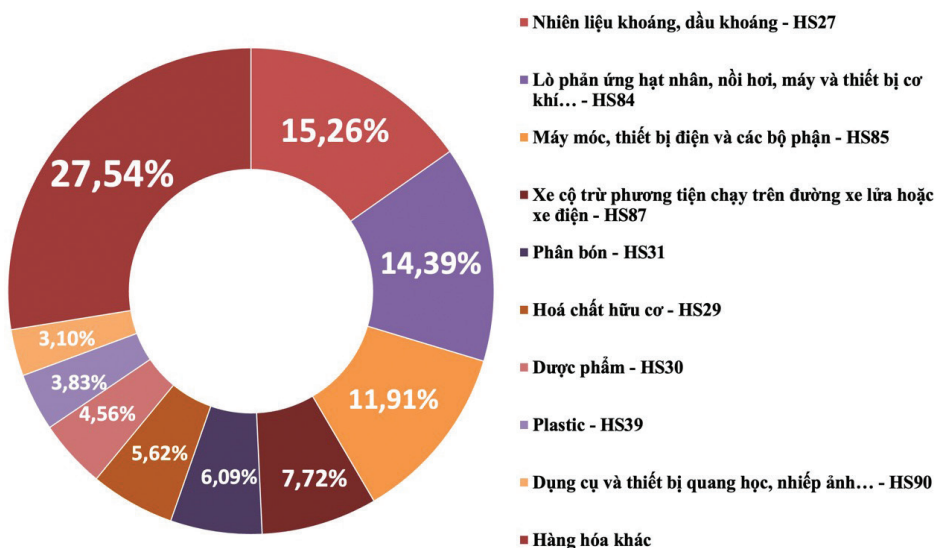


Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Brazil bao gồm:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 16,23% tổng lượng xuất khẩu)
2. Hạt dầu và quả có dầu; các loại ngũ cốc, hạt và quả khác nhau; cây công nghiệp hoặc cây dược liệu; rơm, cỏ khô (chiếm 15,91% tổng lượng xuất khẩu)
3. Quặng, xỉ và tro (chiếm 10,30% tổng lượng xuất khẩu)
4. Thịt và nội tạng ăn được (chiếm 6,48% tổng lượng xuất khẩu)
5. Đường và bánh kẹo đường (chiếm 4,70% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Brazil năm 2023

(Nguồn: Trademap)

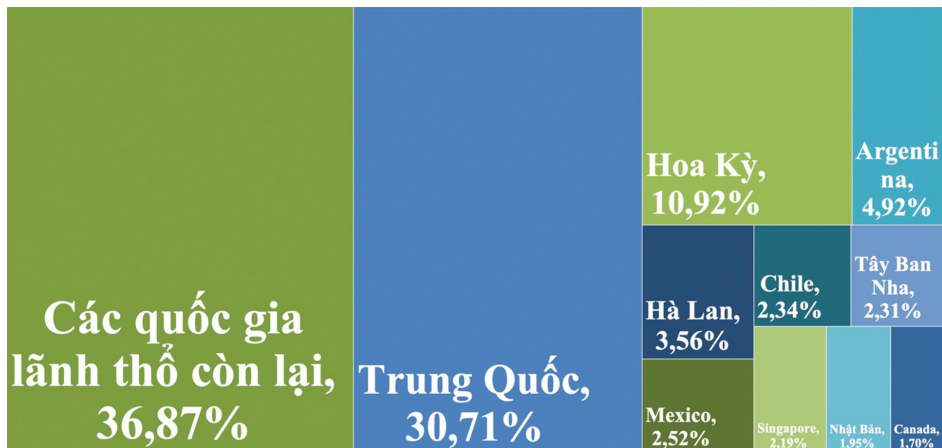


Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Brazil nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 15,26% tổng lượng nhập khẩu).
2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 14,39% tổng lượng nhập khẩu).
3. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 11,91% tổng lượng nhập khẩu).
4. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 7,72% tổng lượng nhập khẩu).
5. Phân bón (chiếm 6,09% tổng lượng nhập khẩu).

Các thị trường xuất khẩu chính của Brazil năm 2023

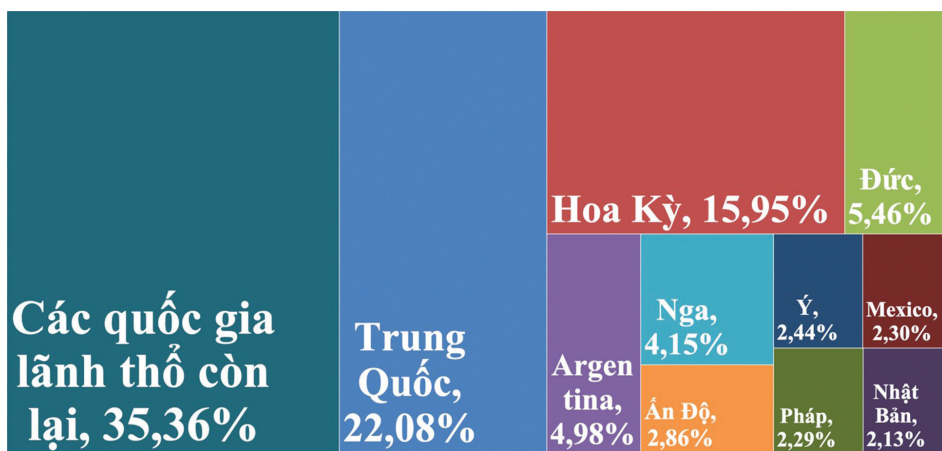
(Nguồn: Trademap)



Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 63,13% sản phẩm xuất khẩu từ Brazil được đưa vào: Trung Quốc (30,71% tổng sản phẩm toàn cầu), Hoa Kỳ (10,92%), Argentina (4,92%), Hà Lan (3,56%), Mexico (2,52%), Chile (2,34%), Tây Ban Nha (2,31%), Singapore (2,52%), Nhật Bản (1,95%) và Canada (1,70%).

Các thị trường nhập khẩu chính của Brazil năm 2023

(Nguồn: Trademap)



Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia lãnh thổ cho thấy 64,64% sản phẩm nhập khẩu vào Brazil có xuất xứ từ: Trung Quốc (22,08% tổng sản phẩm toàn cầu), Hoa Kỳ (15,95%), Đức (5,46%), Argentina (4,98%), Nga (4,15%), Ấn Độ (2,86%), Ý (2,44%), Mexico (2,30%), Pháp (2,29%) và Nhật Bản (2,13%).

ĐẶC ĐIỂM CHÍNH CỦA THỊ TRƯỜNG BRAZIL

Brazil là một quốc gia liên bang lớn bao gồm 26 tiểu bang cộng với 1 quận liên bang. Với hơn 220 triệu người, Brazil cung cấp một thị trường hàng hóa và dịch vụ rộng lớn. Tầng lớp trung lưu của quốc gia này đang mở rộng nhanh chóng, dẫn đến sức mua tăng lên và nhu cầu ngày càng tăng đối với nhiều loại sản phẩm. Nền kinh tế Brazil là nền kinh tế thị trường tự do đã tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu và sở thích của người tiêu dùng Brazil.



Một đặc điểm nổi bật khác của thị trường Brazil là sự hiện diện đáng kể trên nền tảng kỹ thuật số. Việc sử dụng Internet đã tăng đều đặn ở nhiều quốc gia như Brazil, với nhiều người dùng truy cập web thông qua thiết bị di động.

CƠ CẤU VÀ ĐỘ TUỔI NGƯỜI TIÊU DÙNG

Brazil là một quốc gia của những người trẻ tuổi, vì 35,2% người Brazil ở độ tuổi 24 trở xuống và hơn một nửa dân số dưới 35 tuổi (Báo cáo dữ liệu, 2022). Độ tuổi trung bình là 34,3 tuổi. Quốc gia này có dân số khoảng 214,7 triệu người, trong đó 49,1% là nam giới và 50,9% là nữ giới. Số lượng hộ gia đình ở Brazil đang tăng lên. Theo dữ liệu mới nhất do Liên hợp quốc cung cấp (2019), 12% hộ gia đình chỉ có một người, 47% hộ gia đình có hai hoặc ba người, 32% hộ gia đình có bốn hoặc năm người và 9% hộ gia đình có sáu người trở lên.

XU HƯỚNG VÀ HÀNH VI TIÊU DÙNG TẠI BRAZIL

Kể từ cuộc suy thoái và đại dịch Covid-19, thói quen chi tiêu đã thay đổi. Ngày nay, người Brazil có xu hướng tiết kiệm nhiều nhất có thể khi đi mua sắm. Điều kiện kinh tế đã khiến phần lớn người Brazil tìm cách chi tiêu ít hơn. Ngoài ra, mặc dù người tiêu dùng thường trung thành với các thương hiệu yêu thích của mình, nhưng họ chỉ làm như vậy nếu giá cả phù hợp.

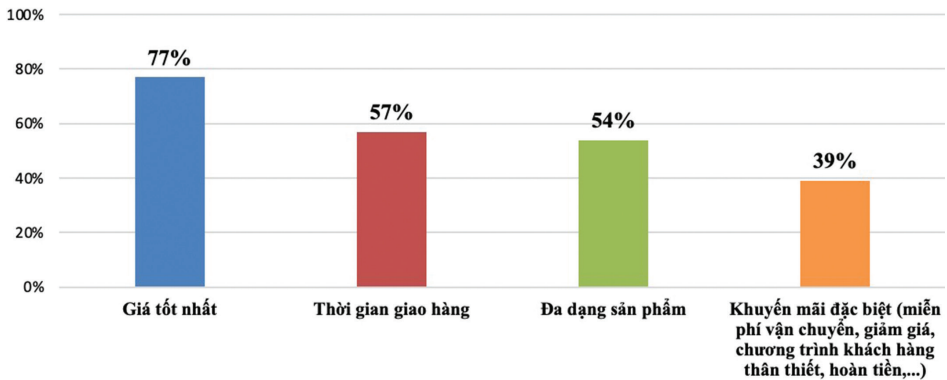
Theo kết quả khảo sát 19% người tiêu dùng tìm kiếm xung quanh để tìm các nhà bán lẻ bán sản phẩm của một thương hiệu cụ thể với giá thấp hơn và 14% chờ giảm giá. Người Brazil có xu hướng nghiên cứu sản phẩm và tìm kiếm các ưu đãi trước khi mua hàng. Để tiết kiệm tiền, người tiêu dùng Brazil thường mua sắm tại các chuỗi cửa hàng giảm giá phổ biến. Tuy nhiên, họ vẫn mong đợi những sản phẩm chất lượng. Hơn nữa, khách hàng yêu cầu dịch vụ bán hàng và hỗ trợ khách hàng chất lượng cao. Dịch vụ hỗ trợ khách hàng trực tuyến rất hữu ích trong việc duy trì liên lạc với khách hàng, nhưng khách hàng mong đợi phản hồi nhanh khi họ liên hệ với các công ty qua mạng xã hội, vì họ chủ yếu hy vọng sẽ nhận được phản hồi trong vòng chưa đầy một giờ. Người tiêu dùng có nhiều quyền truy cập vào thông tin hơn bao giờ hết và họ có thể sẽ tìm kiếm thông tin đáng tin cậy về các thương hiệu và sản phẩm để hỗ trợ quyết định mua hàng. Hơn nữa, danh tiếng và mức độ phổ biến của thương hiệu quan trọng hơn trước đối với người tiêu dùng Brazil trung bình hiện nay. Mọi người có xu hướng chi tiền cho trải nghiệm nhiều như họ chi cho sản phẩm. Ngoài ra, người Brazil chi một khoản tiền đáng kể cho các sản phẩm điện tử và làm đẹp, và quốc gia này là một trong những thị trường lớn nhất về các sản phẩm làm đẹp trên thế giới. Theo FGV (Fundação Getulio Vargas), chỉ số niềm tin của người tiêu dùng đạt 78,6 vào tháng 4 năm 2022, mức cao nhất kể từ tháng 8 năm 2021, sau khi công bố các biện pháp chống lạm phát và do cường độ của đại dịch Covid-19 giảm bớt.

Mặc dù người Brazil thường trung thành với thương hiệu (một phần ba người tiêu dùng trung thành với các thương hiệu yêu thích của họ), nhưng có một điều đáng lưu ý - 19% tìm kiếm xung quanh để tìm các nhà bán lẻ bán sản phẩm của thương hiệu đó với giá thấp hơn và 14% chờ giảm giá. Điều quan trọng cần lưu ý là 60% người Brazil sẽ không quay lại mua một thương hiệu đắt tiền hơn sau khi họ đã chuyển đổi.

➤ Xu hướng mua sắm trực tuyến và thương mại điện tử

Cuộc cách mạng kỹ thuật số đã ảnh hưởng đáng kể đến hành vi của người tiêu dùng ở nhiều quốc gia, chẳng hạn như Brazil. Thương mại điện tử đã có sự tăng trưởng đáng kể, được thúc đẩy bởi sự gia tăng thâm nhập internet, gia tăng sử dụng điện thoại thông minh, nhiều quyền truy cập hơn và cơ sở hạ tầng hậu cần được cải thiện ở các khu vực thành thị. Các công ty hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ thương mại bán lẻ nên cân nhắc thiết lập sự hiện diện trực tuyến mạnh mẽ và tối ưu hóa nền tảng thương mại điện tử của họ để đáp ứng nhu cầu mua sắm trực tuyến ngày càng tăng.

Người Brazil cho biết có bốn lý do chính để mua sắm qua thương mại điện tử:



Brazil có thị trường thương mại điện tử lớn nhất và phát triển nhất ở Mỹ Latinh, xếp thứ 15 trên thế giới về doanh số thương mại điện tử vào năm 2021 (ecommerceDB). Năm 2021, dân số đã chi 26 tỷ đô la cho các sản phẩm được bán trực tuyến (ecommerceDB). Thị trường này tăng trưởng 22,2% vào năm 2022 (LABS). Người tiêu dùng Brazil chịu ảnh hưởng đáng kể từ các bình luận trên mạng xã hội, vì vậy nếu có nhiều đánh giá tiêu cực về một sản phẩm trên mạng xã hội, họ sẽ cân nhắc không mua hàng. Thương mại điện tử đang phát triển đều đặn và người tiêu dùng Brazil mua hàng trực tuyến thường xuyên hơn là mua hàng tại cửa hàng. Thay vì trả ngay, người Brazil thích trả góp khi

mua hàng. Tùy chọn thanh toán đó củng cố sức mua của người tiêu dùng và do đó thúc đẩy giá trị giao dịch trung bình trên mỗi khách hàng. Ba phần tư người tiêu dùng thường thanh toán theo đợt, trung bình sáu lần thanh toán cho mỗi lần mua và một phần ba người tiêu dùng sẽ không mua hàng nếu cửa hàng không cung cấp tùy chọn thanh toán theo đợt.

4 công ty thương mại điện tử hàng đầu tại Brazil là:

1. Mercado Livre
2. Americanas.com
3. OLX
4. Magazine Luiza

Đầu năm 2022, Mercado Livre – hoạt động tại Brazil của gã khổng lồ thương mại điện tử Argentina Mercado Libre – là trang web thương mại điện tử được truy cập nhiều nhất tại Brazil. Americanas.com, trước đây do công ty B2W Digital kiểm soát trước khi công ty này sáp nhập với Americanas S.A. vào tháng 7 năm 2021, xếp thứ hai, trong khi hoạt động tại Brazil của OLX xếp thứ ba. Sau những xếp hạng này là Magazine Luiza, một nhà bán lẻ truyền thống được thành lập tại vùng nông thôn của tiểu bang São Paulo vào cuối những năm 1950. Về tổng doanh thu, Magazine Luiza thực sự có tổng doanh thu trực tuyến lớn nhất trong số các nhà bán lẻ tại Brazil vào năm 2021 và doanh số bán hàng trực tuyến chiếm hơn 70% tổng doanh số bán lẻ của Magazine Luiza.

➤ **Tiêu dùng cá nhân tăng**

Tiêu dùng cá nhân đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của Brazil. Khi tầng lớp trung lưu mở rộng và thu nhập khả dụng tăng lên, tiêu dùng cá nhân tiếp tục tăng. Điều này đặt ra nhiều thách thức và cơ hội cho các công ty bán lẻ, hàng tiêu dùng và dịch vụ. Hiểu được sở thích, nhu cầu và sức mua của người tiêu dùng Brazil là rất quan trọng để phát triển các chiến lược tiếp thị hiệu quả và điều chỉnh sản phẩm và dịch vụ theo nhu cầu cụ thể của họ.

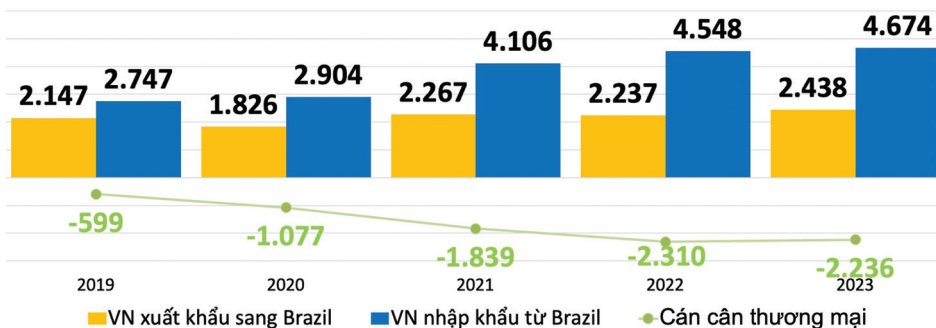
➤ **Ảnh hưởng của giá cả với người tiêu dùng Brazil**

Giá vẫn là yếu tố chính ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng tại Brazil. Nhiều người tiêu dùng rất quan tâm đến giá cả và tích cực tìm kiếm các chương trình giảm giá, khuyến mại và giá cả cạnh tranh. Điều này có thể là do các yếu tố như bất bình đẳng thu nhập, thuế cao và lịch sử lạm phát cao. Các công ty phải cân nhắc kỹ lưỡng các chiến lược định giá, đưa ra mức giá cạnh tranh mà không ảnh hưởng đến chất lượng. Cân bằng khả năng chi trả với giá trị là yếu tố quan trọng để thu hút và giữ chân người tiêu dùng Brazil.

Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Brazil giai đoạn 2019 - 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

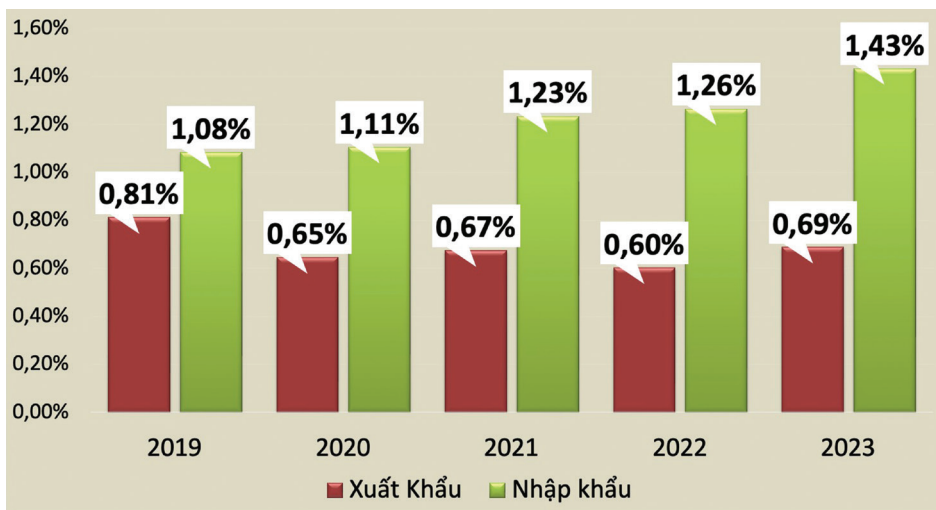
ĐVT: triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Brazil so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2019 - 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: triệu USD



Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 18 vào thị trường Brazil và là đối tác đứng thứ 27 nhập khẩu hàng hóa từ Brazil.

Theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2023 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Brazil đạt 7,11 tỷ USD, giảm 4,82% so

với năm 2022. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Brazil đạt 2,44 tỷ USD, tăng 8,96% so với năm 2022, chiếm 0,69% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Brazil đạt 4,67 tỷ USD, tăng 2,78% so với cùng kì, chiếm 1,43% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Trong suốt giai đoạn 2019 - 2023, cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam luôn trong tình trạng thâm hụt hơn 599 triệu USD; trong đó, mức thâm hụt lớn nhất rơi vào năm 2022 với giá trị là 2,31 tỷ USD. Kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có xu hướng tăng dần trong cả giai đoạn, với tỷ lệ tăng trung bình là 15,12% mỗi năm. Tương tự, kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn từ năm 2018 đến năm 2022 có giá trị tăng dần qua từng năm với tỷ lệ trung bình là 4,2%.

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG BRAZIL

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Brazil năm 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)



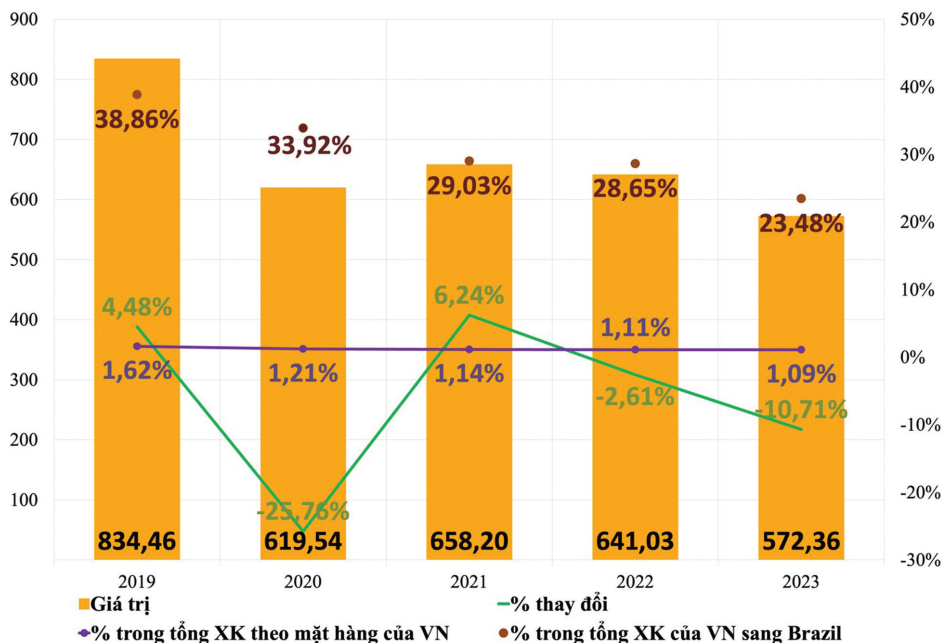
Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Brazil trong giai đoạn 2019 - 2023 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2023, xuất khẩu mặt hàng này sang Brazil đạt 572,36 triệu

USD, giảm 10,71% so với cùng kì năm 2022, chiếm 23,48% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Brazil chiếm 1,09% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong giai đoạn 2019-2023, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam sang Brazil tăng giảm, biến động qua từng năm trong suốt giai đoạn 2019-2023.

Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Brazil

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

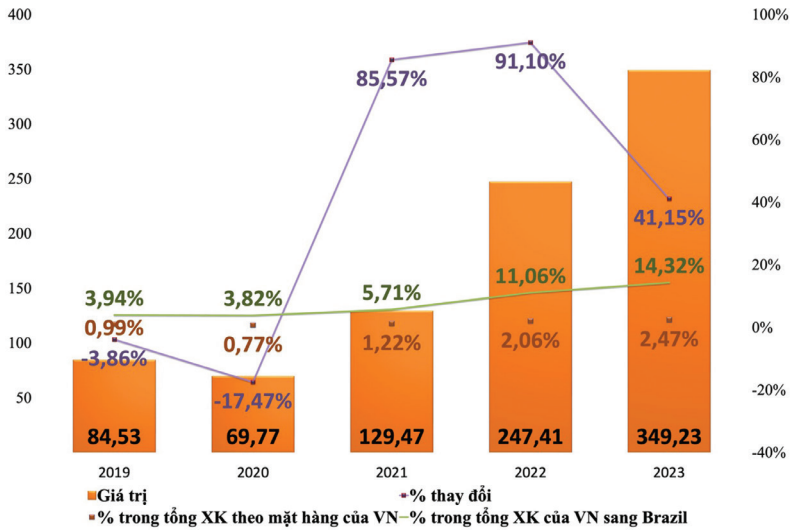


Tiếp theo là mặt hàng phương tiện vận tải và phụ tùng đạt 349,23 triệu USD vào năm 2023, tăng 41,15% so với năm 2022, chiếm 14,32% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 2,47% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Nhìn chung, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này có xu hướng tăng dần từ năm 2019 đến năm 2023 sau đợt sụt giảm nhẹ ở năm 2020, với tỷ lệ tăng bình quân mỗi năm là 39,3%.

Kim ngạch xuất khẩu phương tiện vận tải và phụ tùng của Việt Nam sang Brazil

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

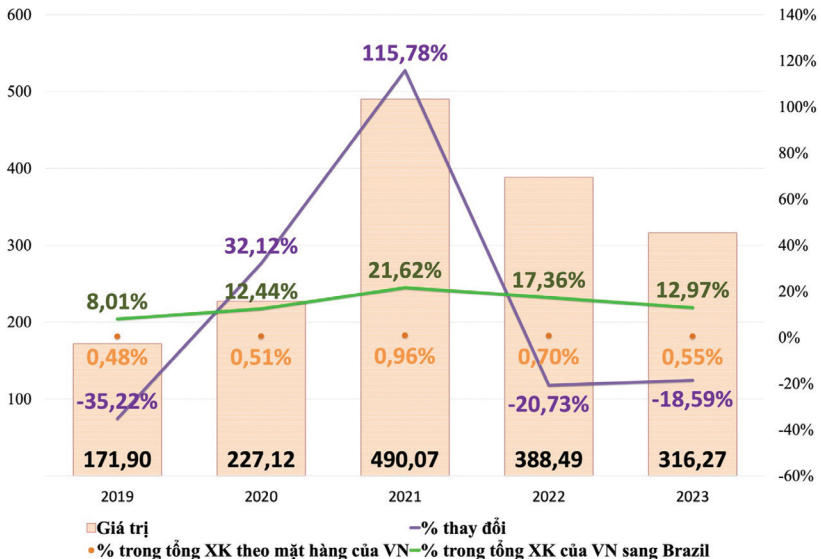
ĐVT: Triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu phương tiện vận tải và phụ tùng của Việt Nam sang Brazil

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Brazil năm 2023 là máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, đạt 316,27 triệu USD, giảm 18,59% so với cùng kì 2022, chiếm 12,97% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 0,55% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Nhìn chung, kim ngạch của mặt hàng này sang nước bạn, có xu hướng biến động qua từng năm trong giai đoạn 2019 – 2023.

Trong năm 2023, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Brazil ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch so với năm 2022, cụ thể là các mặt hàng: sắt thép các loại (540,79%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), phương tiện vận tải và phụ tùng (41,15%), sản phẩm từ sắt thép (32,65%), túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù (25,47%)... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như nguyên phụ liệu dệt, may, da, giày (-56,88%), cao su (-46,67%), sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ (-37,31%), vải màn, vải kỹ thuật khác (-36,35%)...

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trong 5 tháng đầu năm 2024, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Brazil đạt gần 3,5 tỷ USD, tăng 24% so với cùng kỳ năm 2023. Trong đó, Việt Nam xuất khẩu sang Brazil đạt 1,14 tỷ USD, tăng 1,5%, Việt Nam nhập khẩu từ Brazil đạt 2,35 tỷ USD, tăng 39% so với cùng kỳ năm 2023.

Các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam sang Brazil trong 5 tháng đầu năm 2024 tăng ở một số mặt hàng, như túi sách, vali (đạt 13,5 triệu USD, tăng 41%), phương tiện vận tải và phụ tùng (đạt 153,6 triệu USD, tăng 15%), sắt thép các loại (đạt 123,8 triệu USD, tăng 23%), cao su (đạt 10,2 triệu USD, tăng 88%), điện thoại và linh kiện (đạt 290 triệu USD, tăng 7%). Mặt hàng hàng thủy sản tăng ổn định (đạt gần 46 triệu USD, tăng 45%).

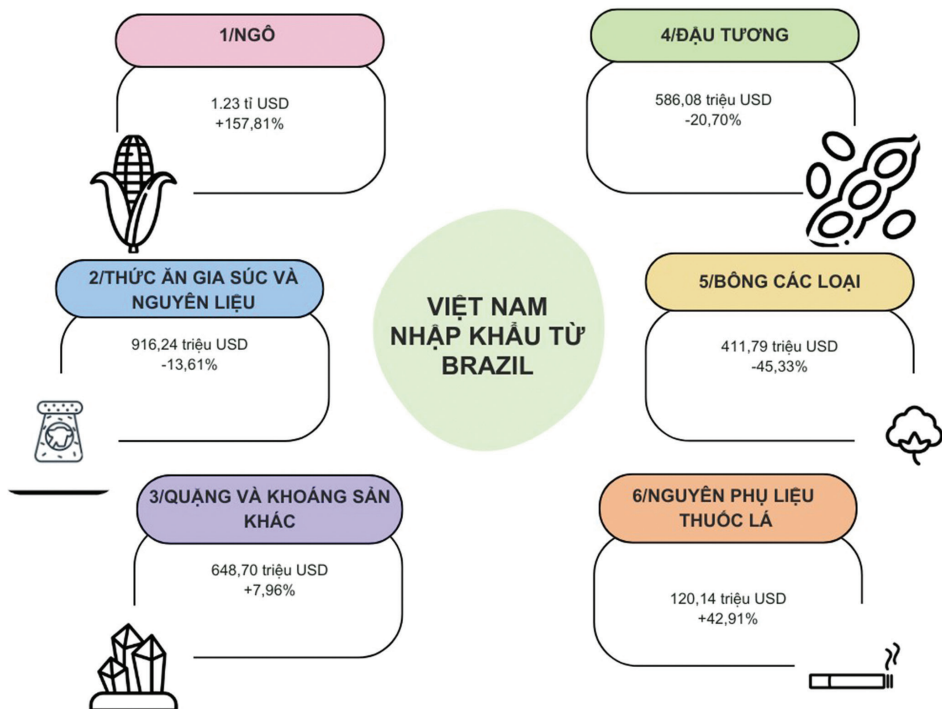
Một số sản phẩm có chiều hướng xuất khẩu giảm như: xơ, sợi, dệt các loại (đạt 17,5 triệu USD, giảm 3%), máy móc và thiết bị (đạt 98,4 triệu USD, giảm 7%), hàng dệt may (đạt 24,4 triệu USD, giảm 9%).

Hiện nay, Việt Nam và Brazil đang đẩy mạnh hợp tác trong lĩnh vực nông nghiệp. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn coi trọng hợp tác với Brazil bởi hai nước có nhiều tiềm năng bổ sung cho nhau, hợp tác cùng phát triển. Trong khi đó, nhu cầu hợp tác của doanh nghiệp hai nước là rất lớn, với mong muốn trao đổi nhiều sản phẩm giá tốt, chất lượng cao. Việt Nam có nhiều sản phẩm xuất khẩu tiềm năng sang Brazil như gạo, trái cây, ngược lại, doanh nghiệp Brazil lại quan tâm đến việc xuất khẩu các loại thịt sang Việt Nam như thịt bò... Ngoài ra, một số nhà máy sản xuất tại Việt Nam đã và đang liên hệ, tìm kiếm nguồn cung cà phê từ doanh nghiệp Brazil, đây là những dư địa mà hai bên có thể đẩy mạnh hợp tác với nhau.

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ BRAZIL

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Brazil năm 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

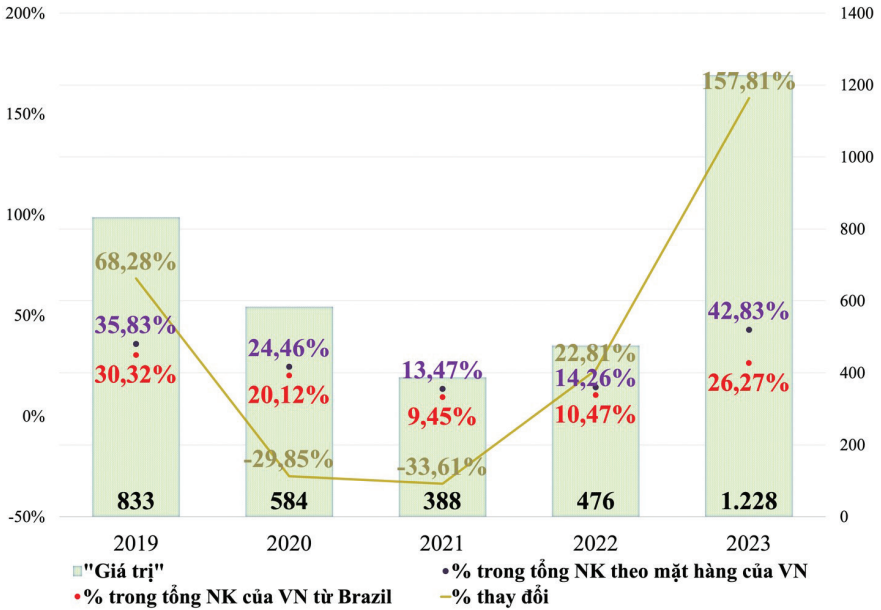


Năm 2023, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Brazil là mặt hàng ngô đạt 1,23 tỷ USD, tăng 157,81% so với cùng kỳ của năm 2022, chiếm 42,83% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 26,27% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Giá trị xuất khẩu của mặt hàng này trong giai đoạn 2019 – 2021 có xu hướng giảm, sau đó bắt đầu tăng từ năm 2022. Hơn thế nữa, kim ngạch nhập khẩu ngô của Việt Nam từ Brazil đứng vị trí thứ đầu tiên, thứ hai là Argentina với 957,93 triệu USD, theo sau là Ấn Độ với 367,39 triệu USD.

Kim ngạch nhập khẩu ngô của Việt Nam từ Brazil

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

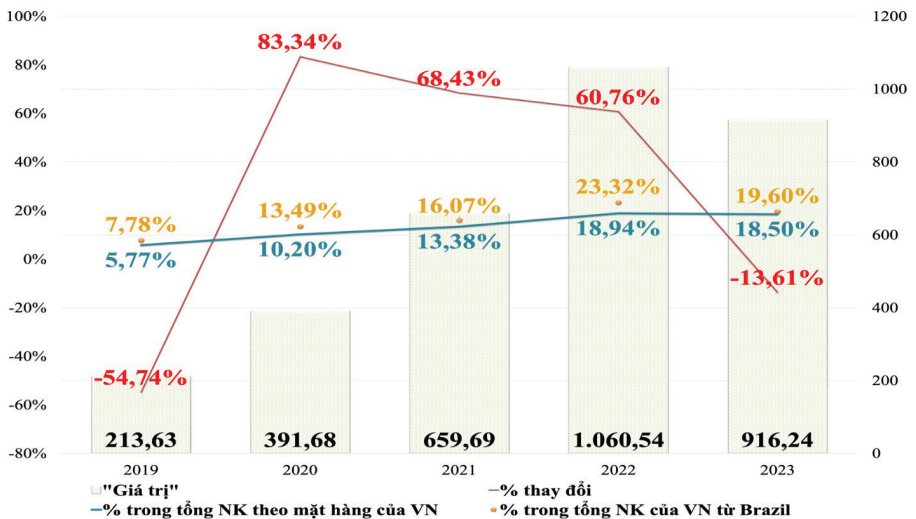
ĐVT: Triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu của Việt Nam từ Brazil

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



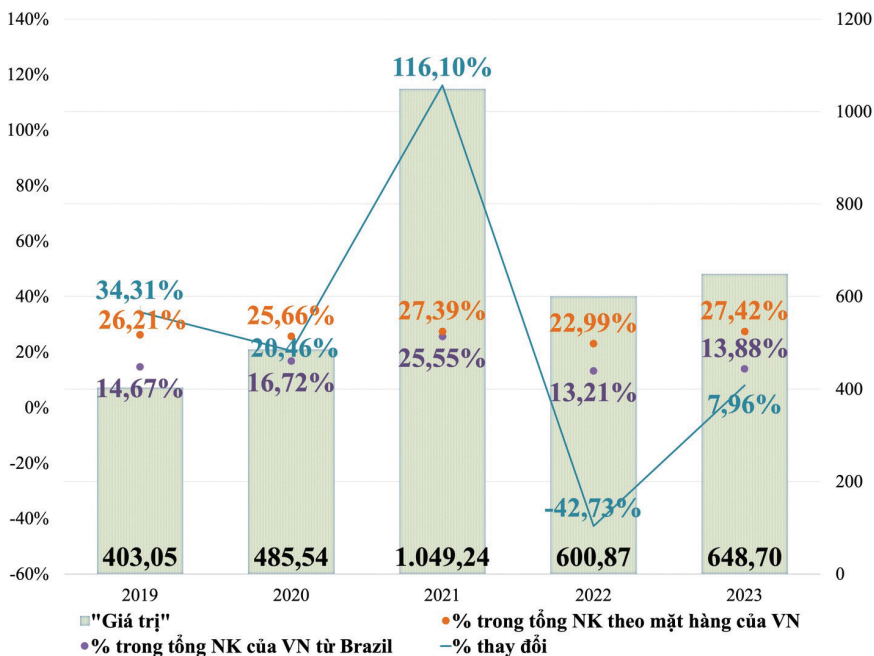
Tiếp theo là mặt hàng thức ăn gia súc và nguyên liệu có kim ngạch đạt 916,24 triệu USD vào năm 2023. Tỷ lệ giảm là 13,61% so với năm 2022, chiếm 19,60% tổng nhập khẩu từ Brazil, chiếm khoảng 18,50% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Trong giai đoạn 2019-2022, đánh giá dành cho kim ngạch của mặt hàng này là tăng dần qua từng năm, sau đó bắt đầu sụt giảm từ năm 2023. Ngoài ra, với giá trị kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang nước ta, Brazil chỉ đứng vị trí thứ, dẫn đầu là Argentina với 1,35 tỷ USD. Sau Brazil chính là Hoa Kỳ với giá trị hơn 761,71 triệu USD.

Mặt hàng quặng và khoáng sản khác đứng vị trí thứ 3, đạt 6,48 triệu USD năm 2023, tăng 7,96% so với cùng kì năm 2022, chiếm 27,42% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 13,88% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong cả giai đoạn 2019 - 2023, kim ngạch của mặt hàng này biến động qua từng năm (đặc biệt năm 2021, kim ngạch nhập khẩu mặt này tăng đột biến với 116,00%). Hơn nữa, Brazil chỉ đứng vị trí thứ hai về kim ngạch nhập khẩu quặng và khoáng sản khác, vị trí đầu tiên chính là Úc với 1,06 tỷ USD, thứ ba là Trung Quốc với 135,54 triệu USD.

Kim ngạch nhập khẩu quặng và khoáng sản khác của Việt Nam từ Brazil

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Trong năm 2023, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Brazil được ghi nhận tăng về kim ngạch như: Linh kiện và phụ tùng ô tô (236,59%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), ngô (157,81%),.... Các mặt hàng có tỷ lệ giảm cao bao gồm: sắt thép các loại (-95,48%, giảm mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), kim loại thường khác (-65,48%), gỗ và sản phẩm gỗ (-54,62%),...

Trong tháng 5/2024, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Brazil đạt 470,6 triệu USD, tăng rất mạnh 105,09% so với tháng cùng kỳ năm 2023. Tính riêng trong năm tháng đầu năm 2024, kim ngạch nhập khẩu từ thị trường này ghi nhận mức tăng là 39,09% so với năm tháng đầu năm 2023, đạt 2,4 tỷ USD. Trong đó, ba mặt hàng nhập khẩu có kim ngạch cao nhất là Bông các loại (chiếm tỷ trọng 18,80%); Ngô (chiếm tỷ trọng 16,20%) và Quặng và khoáng sản khác (chiếm tỷ trọng 15,21%).

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ BRAZIL



Về đầu tư, theo số liệu từ Bộ Kế hoạch Đầu tư, tính đến tháng 4/2024, Brazil có 7 dự án đầu tư tại Việt Nam với tổng số vốn đăng ký đạt 3,848 tỷ USD, chủ yếu trong lĩnh vực công nghiệp, chế biến chế tạo (chiếm 68% vốn đăng ký); bán buôn-bán lẻ (26,6%); hoạt động chuyên môn khoa học công nghệ (2,8%).

NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG BRAZIL

CƠ HỘI - THUẬN LỢI

Brazil là thị trường có quy mô dân số lớn, với hơn 220 triệu dân với nhiều phân khúc tiêu dùng. Dự báo thời gian tới xuất khẩu các mặt hàng tiêu dùng sang Brazil tăng cao khi các biện pháp phong tỏa, giãn cách xã hội được gỡ bỏ toàn bộ và chiến dịch tiêm vắc xin được thực hiện trên toàn quốc với tốc độ nhanh. Các mặt hàng xuất khẩu có thế mạnh của Việt Nam có thể gia tăng thị phần khi nhu cầu tiêu dùng rất cao và Brazil không phải là thị trường khó tính.

Việt Nam và Brazil còn nhiều dư địa để phát triển, hướng tới mục tiêu nâng kim ngạch song phương đạt 10 tỷ USD năm 2025, 15 tỷ USD vào năm 2030.

Hiện nay, hàng hóa, doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đang có nhiều cơ hội để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này do nhu cầu nhập khẩu tại thị trường Brazil tương đối lớn. Đơn cử, mặt hàng thủy sản của Việt Nam đang có đà xuất khẩu tốt và tăng trưởng ổn định tại thị trường Brazil.

Kim ngạch xuất khẩu cá tra Việt Nam sang Brazil trong tháng 1/2024 đạt 14 triệu USD, tăng 83% so với tháng 1/2023. Tháng 2, Brazil tiêu thụ gần 6 triệu USD cá tra, giảm 6% và tháng 3/2024 tiêu thụ hơn 8 triệu USD cá tra, tăng 48% so với cùng kỳ năm trước.

Theo số liệu mới nhất của ITC, năm 2023, Brazil nhập khẩu từ Việt Nam 98 triệu USD cá tra, chủ yếu là phile cá tra đông lạnh. Việt Nam tiếp tục là nguồn cung cá thịt trắng lớn nhất, trong đó chủ yếu là cá tra cho Brazil. Trong khi đó, Na Uy đứng ở vị trí thứ 4 với 43 triệu USD; Trung Quốc đứng vị trí thứ 5 với 15 triệu USD; Mỹ với hơn 1 triệu USD và là nguồn cung lớn thứ 6 cho Brazil về cá thịt trắng. 5 doanh nghiệp xuất khẩu nhiều nhất cá tra Việt Nam sang Brazil trong quý đầu năm nay là Hùng Cá với tỷ trọng 26%; Thủy sản miền Nam với tỷ trọng 16%; Hoàng Long với tỷ trọng 11%; Thủy sản Cần Thơ với tỷ trọng 10%; và Frozen Food Việt Nam với 9% tỷ trọng.

Mặt hàng mỳ gạo được người tiêu dùng nước sở tại cũng như người châu Á sinh sống tại Brazil rất ưa chuộng, nhu cầu tiêu dùng cao, do đó có cơ hội cho doanh nghiệp trong nước tiếp cận và đẩy mạnh xuất khẩu.

Riêng các mặt hàng công nghiệp chế biến như dệt may, da giày, hàng Việt có khả năng gia tăng kim ngạch. Bởi lẽ, chi phí sản xuất tại Brazil lớn, Việt Nam lại có nhiều lợi thế trong sản xuất do vậy khả năng cạnh tranh của các mặt hàng này tương đối cao.

Hệ thống thuế của Brazil khá phức tạp, bên cạnh thuế chung theo quy định của Chính phủ còn có thuế riêng của mỗi bang. Do vậy, doanh nghiệp Việt Nam cần tìm hiểu kỹ thông tin về chủng loại sản phẩm, có thể tìm kiếm đối tác địa phương hoặc đơn vị tư vấn để hỗ trợ nắm rõ thuế với từng mặt hàng, từng giai đoạn và sự thay đổi quy định về thuế.

Vừa qua, Brazil chính thức ngừng nhập khẩu các sản phẩm cá rô phi từ Việt Nam kể từ 14/2/2024 cho đến khi có kết luận rà soát rủi ro bệnh do virus TiLV (theo Quyết định số 270 ngày 9/2/2024 của Cơ quan kiểm dịch động thực vật, Bộ Nông nghiệp và Chăn nuôi Brazil MAPA). Quyết định này tạo ra nhiều thách thức mà Việt Nam cần lường trước.

Khoảng cách địa lý xa giữa Việt Nam và Brazil, chi phí vận chuyển cao, hệ thống logistics chưa đáp ứng được nhu cầu xuất nhập khẩu của hai nước. Chưa kể, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Brazil đang chịu sự cạnh tranh khốc liệt về chất lượng và giá cả từ các đối thủ xuất khẩu từ Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore.

Các mặt hàng nông sản khác như trà, nước uống mật ong chanh, gừng, nước ép từ quả, quả sấy khô hay rau củ đông lạnh là những mặt hàng khó thâm nhập hơn vào các trung tâm kinh tế, thành phố lớn. Nguyên do, bên cạnh sản phẩm không thông dụng như trà, Brazil là đất nước có nền nông nghiệp phát triển sản phẩm cùng loại rất đa dạng. Mặt khác, người tiêu dùng nước sở tại ưa dùng sản phẩm tươi. Dù vậy, doanh nghiệp trong nước vẫn có thể xuất khẩu các mặt hàng này nếu tiếp cận thị trường ngách là các bang, thành phố ở khu vực xa trung tâm lớn.

Việt Nam chưa có hiệp định thương mại tự do hoặc thỏa thuận thương mại với Brazil do vậy, hàng Việt xuất khẩu vào thị trường này chịu thuế rất cao, có những mặt hàng lên tới 35% như sản phẩm dệt may, da giày.

Cũng như một số quốc gia khu vực Nam Mỹ khác, xu hướng bảo hộ sản xuất trong nước rất cao, Chính phủ Brazil đang xem xét nghiên cứu xây dựng các biện pháp phòng vệ thương mại, nhất là với sản phẩm ảnh hưởng tới thị trường nội địa.

Bên cạnh đó, sự cạnh tranh khốc liệt về chất lượng và giá cả từ các nhà xuất khẩu Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore cũng là thách thức lớn.

Đặc biệt tình hình chiến sự Ukraina và Nga, xung đột khu vực Trung Đông và biển Đỏ đã tác động tiêu cực cho xuất khẩu và tiêu thụ hàng hóa, từ đó ảnh hưởng đến sản xuất và xuất khẩu của Việt Nam, ảnh hưởng dây chuyền đến các hoạt động xuất nhập khẩu giữa Việt Nam với các nước, trong đó có Brazil.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ Đại sứ quán Việt Nam tại Brazil

Địa chỉ: SHIS Q1 09 Conj. 10 Casa 1 – Lago Sul, Brasília/DF CEP:71625-100, Brasil.

Điện thoại: + 55 61 3364 5876/3364 0675;

Fax: + 55 61 3364 5836

Email: embavina@yahoo.com; vnconsular@gmail.com (bộ phận lãnh sự)

Website: <https://vnembassy-brasilia.mofa.gov.vn>

➤ Thương vụ Việt Nam tại Brazil

Địa chỉ: Rua Paulo Orozimbo, 675-Conj. 91;92 CEP: 015-35001- Bairro da Aclimação; São Paulo – SP – Brasil

Điện thoại: (+55) 11 32766776

Fax: (+55)11 2537 8040

Email:Br@moit.gov.vn; ecoviet@terra.com.br

Website: <http://www.ecoviet.com.br>

➤ Đại sứ quán Brazil tại thủ đô Hà Nội

Địa chỉ: Số D6/7, số 14 đường Thụy Khuê, Hà Nội, Việt Nam Nam.

Điện thoại: 024 38432544

Fax: 024 38432542

Email: vetbrem@vnn.vn

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI BRAZIL

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng
22 – 25/1/2025	International Congress of Dentistry of Sao Paulo	Trung tâm triển lãm Norte, São Paulo, Brazil	Y tế & Dược phẩm
22 – 25/1/2025	International Congress of Dentistry of Sao Paulo	Trung tâm triển lãm Norte, São Paulo, Brazil	Hậu cần & Vận tải
18 – 20/3/2025	FIMEC Brazil	Khu triển lãm FENAC, Novo Hamburgo, Brazil	Thời trang & Làm đẹp
19 – 21/3/2025	Super Rio Expofood	Cổng B RioCentro, Nilópolis, Brazil	Thực phẩm & Đồ uống
08 – 11/4/2025	Feicon	Hội chợ triển lãm Sao Paulo, Sao Paulo, Brazil	Xây dựng công trình

14 – 16/4/2025	World Travel Market	São Paulo, Brazil	Du lịch lữ hành
19 – 22/4/2025	Hair Brasil	Trung tâm Hội nghị Frei Mug, São Paulo, Brazil	Thời trang & Làm đẹp
22 – 26/4/2025	Automec	Hội chợ triển lãm Sao Paulo, Sao Paulo, Brazil	Ô tô
05 – 08/5/2025	ILTM Latin America	Hội chợ triển lãm Sao Paulo, Sao Paulo, Brazil	Du lịch lữ hành
20 – 23/5/2025	Hospitalar	Hội chợ triển lãm Sao Paulo, Sao Paulo, Brazil	Y tế & Dược phẩm

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.hochiminhcity.gov.vn

