



KULTURA BIZNESU

BRAZYLIA

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny. Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Dodatkowe informacje: redakcja@trade.gov.pl

Warszawa, marzec, 2026

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z brazylijskimi partnerami	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z brazylijskimi partnerami	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli brazylijska etykieta w praktyce	5
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój	6
Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych	7
Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu	8
Upominek czy niezręczność? O prezentach w brazylijskim biznesie	10
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji	10
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Brazylii	11
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać brazylijskim partnerom ...	11

Kultura biznesu w Brazylii

Brazylia, jako największa gospodarka Ameryki Południowej i jeden z kluczowych rynków wschodzących, przyciąga uwagę wielu firm planujących ekspansję zagraniczną. Jednak aby osiągnąć sukces w tym dynamicznym, ale jednocześnie wymagającym środowisku, nie wystarczy jedynie atrakcyjna oferta czy konkurencyjny produkt. W Brazylii biznes opiera się przede wszystkim na relacjach międzyludzkich, wzajemnym zaufaniu i znajomości lokalnych zwyczajów. Styl prowadzenia rozmów, sposób budowania zaufania czy nawet przebieg spotkań różni się od standardów znanych w Europie czy Ameryce Północnej.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z brazylijskimi partnerami

W Brazylii językiem urzędowym jest portugalski, natomiast angielski używany jest głównie w środowiskach biznesowych. Nawet podczas dużych wydarzeń, takich jak targi branżowe, znajomość języków obcych bywa ograniczona, dlatego nie należy zakładać, że lokalni partnerzy będą posługiwać się językiem angielskim. Jeśli rozmowy mają odbywać się w innym języku niż portugalski, warto wcześniej poinformować o tym partnerów lub zatrudnić tłumacza. Dobrym rozwiązaniem jest również zaangażowanie miejscowego przedstawiciela, który nie tylko biegle posługuje się portugalskim, ale także dobrze zna lokalny rynek.

Taka osoba wzbudza większe zaufanie u brazylijskich partnerów i potrafi skutecznie pełnić rolę mediatora między różnymi kulturami i rynkami.

W kontaktach osobistych Brazylijczycy chętnie gestykulują podczas rozmowy, co robią zupełnie naturalnie, i nie utrzymują dużego dystansu personalnego. Przyjaznym gestem, który sprzyja budowaniu zaufania, może być dotknięcie ręki lub ramienia rozmówcy. Pandemia Covid-19 przyczyniła się do popularyzacji spotkań wirtualnych, niemniej jednak w przypadku bardziej zaawansowanych rozmów lub finalizacji umów, bezpośrednie spotkania nadal odgrywają istotną rolę.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z brazylijskimi partnerami

W planowaniu spotkań biznesowych z brazylijskimi partnerami warto uwzględnić lokalny kalendarz i specyfikę tamtejszej kultury pracy. Styczeń, lipiec oraz grudzień to miesiące wakacyjne, w których najlepiej unikać umawiania spotkań. Podobnie okres karnawałowy, będący jednym z najważniejszych wydarzeń społecznych w Brazylii, nie sprzyja rozmowom biznesowym. Negocjacje najlepiej planować po jego zakończeniu. Brazylijczycy cenią sobie bezpośrednie spotkania i budowanie osobistych relacji, które stanowią kluczowy element prowadzenia biznesu w tym kraju.

Choć punktualność w kręgach biznesowych jest wymagana, należy liczyć się z opóźnieniami lub częstymi zmianami terminów, szczególnie w dużych miastach, gdzie korki i utrudnienia w ruchu są codziennością. Standardowy dzień pracy w Brazylii trwa osiem godzin, z godziną przerwą, i zwykle zaczyna się między 8:00 a 8:30, kończąc o 17:00 lub 17:30. Prowadząc interesy w Brazylii, należy przygotować się na długoterminowe

zaangażowanie. Proces podejmowania decyzji jest tam często powolny i mocno zależny od hierarchii w firmach. Wymaga to cierpliwości oraz gotowości na inwestycję zarówno czasu, jak i środków finansowych. Dodatkowym wyzwaniem może być rozbudowana biurokracja, skomplikowany system podatkowy, przepisy prawa pracy, a także trudności związane z uzyskiwaniem pozwoleń i certyfikatów, co sprawia, że negocjacje i finalizowanie umów mogą znacznie się wydłużać.

Jeśli chodzi o dni wolne, oprócz Świąt Bożego Narodzenia i Nowego Roku, warto pamiętać o innych ważnych świątach narodowych oraz lokalnych. Do najważniejszych należą: Dzień Świętego Sebastiana (20 stycznia, obchodzony tylko w Rio de Janeiro), urodziny São Paulo (25 stycznia), karnawał (cztery dni przed Środą Popielcową), Wielki Piątek (marzec lub kwiecień), Tiradentes (21 kwietnia), Dzień Świętego Jerzego (23 kwietnia, w Rio de Janeiro), Święto Pracy (1 maja), Boże Ciało (czerwiec), Revolução Constitucionalista (9 lipca, w stanie São Paulo), Dzień Niepodległości (7 września), Nossa Senhora Aparecida (12 października), Dzień Wszystkich Świętych (2 listopada), Proclamação da República (15 listopada), Dzień Czarnej Świadomości (20 listopada) oraz Boże Narodzenie (25 grudnia). Uwzględnienie tych dat w harmonogramie spotkań pozwoli uniknąć nieporozumień i zwiększy szanse na efektywną współpracę.

Powitania, tytuły i zasady – czyli brazylijska etykieta w praktyce

W niektórych stanach Brazylii, zwłaszcza na północy kraju, należy być przygotowanym na dłuższe powitania, którym często towarzyszą rozmowy na tematy prywatne. Tego rodzaju wstępne konwersacje służą lepszemu

poznaniu partnerów biznesowych oraz budowaniu bliższych relacji, co ma istotne znaczenie w brazylijskiej kulturze biznesowej.

Ze względu na niepewność co do poziomu znajomości języka angielskiego wśród partnerów, warto, w miarę możliwości, przygotować materiały informacyjne w dwóch językach: portugalskim i angielskim, przy czym należy uwzględnić brazylijską odmianę języka portugalskiego. W przypadku braku materiałów, takich jak broszury, foldery czy prezentacje w języku portugalskim, dopuszczalne jest przedstawienie ich w języku angielskim. Nie zaleca się natomiast używania języka hiszpańskiego, gdyż może to zostać odebrane jako brak znajomości realiów brazylijskich lub niewystarczające zainteresowanie rynkiem. Dobrą praktyką jest również przygotowanie wizytówek w dwóch wersjach językowych.

Szczególnie istotne jest opracowanie katalogów produktowych w języku portugalskim, ponieważ ułatwia to komunikację oraz świadczy o realnym zaangażowaniu firmy w rozwój działalności na rynku brazylijskim.

Podczas pierwszego spotkania z partnerami biznesowymi należy stosować formy grzecznościowe Senhor (Pan) oraz Senhora (Pani). Warto jednak pamiętać, że Brazylijczycy zazwyczaj szybko przechodzą na bardziej bezpośredni sposób komunikacji i zwracają się do rozmówców po imieniu.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

Ze względu na panujące w Brazylii wysokie temperatury, najlepszym wyborem odzieżowym są ubrania wykonane z naturalnych włókien, które zapewniają komfort i przewiewność. W środowisku biznesowym mężczyźni zazwyczaj noszą klasyczne garnitury, utrzymując formalny i elegancki styl. Kobiety również stosują się do zasad konserwatywnego

ubioru, wybierając stroje odpowiednie do oficjalnych spotkań. Niezwykle istotnym elementem wizerunku, zarówno dla mężczyzn, jak i kobiet, są eleganckie i zadbane buty. Ich czystość i schludny wygląd stanowią ważny element ogólnego odbioru profesjonalizmu.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

W sytuacjach towarzyskich oraz podczas wydarzeń biznesowych w Brazylii punktualność jest mile widziana i oczekiwana, niezależnie od tego, czy spotkania odbywają się w biurze, czy w restauracji. Podczas spotkań przy posiłkach w lokalach gastronomicznych zazwyczaj rachunek opłaca strona zapraszająca, jednak w dobrym tonie jest, aby druga strona również zaproponowała uregulowanie należności. Warto pamiętać, że takie spotkania nie mają z góry ustalonej godziny zakończenia, a rozmowy często przeciągają się długo po zakończeniu posiłku. Co więcej, kwestie handlowe zwykle poruszane są dopiero po podaniu kawy, co pozwala wcześniej na swobodniejszą wymianę zdań i budowanie relacji.

Rozpoczynając rozmowy biznesowe, dobrze jest przeprowadzić krótką wymianę uprzejmości i podzielić się kilkoma osobistymi informacjami. Taki wstęp sprzyja zbliżeniu stron oraz budowie zaufania, które jest fundamentem współpracy w brazylijskim środowisku biznesowym. Jeszcze większe znaczenie ma to podczas spotkań o charakterze towarzyskim. Tam elementy prywatne w rozmowie są nieodłącznym ich składnikiem i pomagają lepiej poznać partnerów. Należy jednak zachować ostrożność w komentowaniu zarówno brazylijskiej kultury, jak i biurokracji – wszelka krytyka w tym zakresie może zostać negatywnie odebrana. Również nie powinno się mówić niczego niepochlebnego o własnym kraju, gdyż może to

wpłynąć niekorzystnie na postrzeganie rozmówcy. Otwartość, uprzejmość i szacunek wobec lokalnych zwyczajów to klucz do sukcesu w relacjach z brazylijskimi partnerami.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

Styl negocjacji i prowadzenia dialogu w Brazylii ma swoją specyfikę, którą warto poznać przed rozpoczęciem rozmów handlowych. Brazylijczycy często unikają bezpośredniego wyrażania odmowy, mają trudność z mówieniem „nie”, ponieważ nie chcą urazić rozmówcy. Nawet jeśli spotkanie przebiegało w przyjaznej atmosferze i rozmowa była długa, nie musi to oznaczać realnego zainteresowania ofertą. Brak dalszego kontaktu z ich strony jest zazwyczaj sygnałem, że nie są zainteresowani. Dlatego kluczowa jest cierpliwość oraz powstrzymanie się od wywierania presji lub ponaglania partnerów w trakcie negocjacji.

Jeśli spotkanie odbywa się w siedzibie brazylijskich partnerów, należy być przygotowanym na możliwe przerywanie rozmów przez niespodziewanych gości, co jest tam zupełnie naturalne. Spotkania rzadko przebiegają według sztywnego harmonogramu, a każda część umowy może stać się przedmiotem szczegółowej dyskusji. Brazylijczycy często wielokrotnie przeglądają dokumenty i zadają pytania doprecyzowujące, co wymaga od rozmówcy dużej cierpliwości i uprzejmości. Okazywanie frustracji w takich sytuacjach jest zdecydowanie niepożądane.

Ze względu na złożoność brazylijskiego systemu prawnego, zwłaszcza w obszarach podatków, taryf, prawa pracy, pozwoleń czy certyfikatów, warto skorzystać z usług lokalnego, poleconego prawnika. Informacje dostępne

w języku angielskim nie oddają w pełni skomplikowania brazylijskich przepisów, dlatego profesjonalne wsparcie prawne jest nieocenione.

Podczas negocjacji warto przyjąć postawę osoby otwartej, ciekawej kraju i gotowej do poznania lokalnych realiów biznesowych. Nie należy zakładać, że zna się lepiej od partnera brazylijskiego zasady prowadzenia interesów w Brazylii. Słuchanie i próba zrozumienia lokalnych uwarunkowań są kluczowe. Strategie skuteczne w Europie mogą okazać się nieskuteczne w Brazylii, dlatego warto zadawać pytania dotyczące konkretnego sektora, zachowań konsumenckich czy innych specyficznych dla rynku aspektów. Dzięki temu łatwiej będzie dostosować ofertę lub strategię działania do lokalnych warunków.

Przed rozmowami z potencjalnym partnerem biznesowym dobrze jest zdobyć wiedzę na temat Brazylii, interesującego nas sektora, poziomów cenowych oraz konkurencji rynkowej. Pokazanie zaangażowania w proces ekspansji na brazylijski rynek buduje wiarygodność i pozytywnie wpływa na wizerunek firmy.

W Brazylii interesy prowadzi się przede wszystkim między ludźmi, a nie wyłącznie między firmami. Choć konkurencyjność produktu jest istotna, to nie ona odgrywa decydującą rolę. Budowanie relacji osobistych z partnerami jest kluczowe, partner musi polubić swojego rozmówcę, aby nawiązać z nim współpracę. Dlatego sympatia, otwartość i pozytywne nastawienie mają ogromne znaczenie w procesie budowania relacji biznesowych.

Warto również pamiętać, że obecność na miejscu, w Brazylii, jest niezwykle ważna, szczególnie w przypadku oferowania produktów o wysokiej wartości. Pierwsze zamówienie często nie zostanie złożone bez osobistej wizyty

i spotkania z partnerem, dlatego podróż do Brazylii i bezpośredni kontakt pozostają nieodzownym elementem skutecznych negocjacji.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w brazylijskim biznesie

W brazylijskim środowisku biznesowym upominki mogą być mile widziane, jednak nie odgrywają kluczowej roli przy nawiązywaniu relacji zawodowych. Ich wręczenie nie jest obowiązkowe ani szczególnie oczekiwane na wstępnym etapie znajomości. Jeśli jednak zdecydujemy się na taki gest, najlepiej przekazać upominek podczas oficjalnego spotkania biznesowego, łącząc go z prezentacją materiałów firmowych. Taki drobny gest może pozytywnie wpłynąć na atmosferę spotkania i wzmocnić wizerunek firmy, pokazując zaangażowanie i dbałość o relacje, choć główny nacisk w brazylijskich kontaktach handlowych kładzie się na osobistą relację i zaufanie.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W prowadzeniu korespondencji biznesowej z brazylijskimi partnerami zaleca się, aby w miarę możliwości komunikacja odbywała się w języku portugalskim, który jest językiem urzędowym i najpowszechniej używanym w Brazylii. Taki gest nie tylko ułatwia porozumienie, ale również świadczy o szacunku dla lokalnej kultury i zaangażowaniu w budowanie relacji. W sytuacjach, gdy korespondencja prowadzona jest w języku angielskim, warto wcześniej upewnić się, że brazylijski kontrahent swobodnie posługuje się tym językiem i będzie w stanie uczestniczyć w wymianie wiadomości w tej formie. Nie należy automatycznie zakładać, że większość lokalnych

partnerów biznesowych będzie gotowa prowadzić korespondencję po angielsku, nawet jeśli porozumiewają się nim w ograniczonym zakresie podczas spotkań osobistych.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Brazylii

W nawiązywaniu kontaktów biznesowych w Brazylii kluczowe znaczenie mają relacje międzyludzkie. Powszechnie mówi się tam, że Brazylijczycy negocjują z ludźmi, a nie z firmami, dlatego budowanie przyjaznych stosunków z partnerami jest niezwykle istotne dla powodzenia współpracy. Osobiste zaufanie oraz sympatia między stronami często mają większe znaczenie niż sama oferta handlowa. Warto również pamiętać, że miejscowe, zwłaszcza większe przedsiębiorstwa, charakteryzują się silnie zhierarchizowaną strukturą. Kluczowe decyzje podejmowane są najczęściej przez właścicieli firm lub prezesów zarządu (CEO), co sprawia, że proces negocjacyjny może być długotrwały i wymaga dużej cierpliwości oraz elastyczności. Właściwe podejście, oparte na budowaniu relacji i zrozumieniu hierarchii, znacząco zwiększa szanse na nawiązanie owocnej współpracy.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać brazylijskim partnerom

Prezentacja skierowana do brazylijskich partnerów biznesowych powinna być zwięzła i trwać około 15–20 minut. Warto pamiętać, że Brazylijczycy często zadają pytania w trakcie wystąpienia, przerywając prezentację, co jest dla nich naturalnym sposobem prowadzenia dialogu. Dlatego należy być dobrze przygotowanym, cierpliwym i otwartym na interakcje, a przy tym nie zapominać o uśmiechu, który sprzyja budowaniu pozytywnej atmosfery.

Ważne jest, aby unikać nadmiaru tekstu na slajdach – lepszy efekt osiągnie się, wykorzystując materiały wizualne, takie jak wykresy, zdjęcia czy infografiki, które lepiej przemawiają do odbiorców.

Pierwsze spotkanie z brazylijskimi partnerami najczęściej pełni funkcję wstępnej prezentacji firmy oraz okazji do nawiązania relacji. Rzadko kiedy podejmowane są na nim kluczowe decyzje – ten proces zazwyczaj wymaga wielu spotkań i sporo czasu. Dlatego nie należy wywierać presji ani poganiać partnerów w ich procedurach decyzyjnych. Cierpliwość, elastyczność i budowanie zaufania to podstawy skutecznej współpracy na brazylijskim rynku.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Sao Paulo

Opracowanie: Redakcja portalu Trade.gov.pl

ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

www.trade.gov.pl



**Polska Agencja
Inwestycji i Handlu**
Grupa PFR