

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Für Dilma Rousseff hat die zweite Amtszeit bereits begonnen

Der dringendste Handlungsbedarf besteht in der Haushalts- und Wirtschaftspolitik

Herausgeber:



Eine Gemeinschaftspublikation der Deutsch-Brasilianischen Auslandshandelskammern und von Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Aussenwirtschaft und Standortmarketing mbH. Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Konjunktur

Brasilianische Zentralbank erhöht Leitzins überraschend auf 11,25%

Höchster Wert seit Oktober 2011 – Grund ist die hartnäckige Inflation

Brasilianische ITK-Branche trotz Subventionen nicht wettbewerbsfähig

Indirekte Abgaben und "Custo Brasil" wiegen schwerer als Steuererleichterungen für Hersteller

Investitionen

América Móvil dürfte 2015 wieder rund 10 Mrd. R\$ in Brasilien investieren

Mittel sollen in Infrastruktur und neue Technologien für Töchter Claro, NET und Embratel fließen

Pharmaunternehmen Biolab will neue Fabrik in Minas Gerais bauen

Arzneimittelwerk für 200-250 Mio. R\$ soll Medikamente für den internationalen Markt herstellen

Gesundheit

Medizintechnikbranche will Innovationen beschleunigen

Branchenverband fordert Bürokratieabbau, damit neue Technologien schneller auf den Markt kommen

VivaSanté plant nächste Expansionsschritte in Brasilien

Verbandmittelhersteller will durch neue Produkte in Privatkliniken und im Einzelhandel wachsen

KFZ

Automobilindustrie fordert Beibehaltung der IPI-Steuersenkung

Branche will außerdem Verlängerung der Kurzarbeit. Erholung frühestens im 2. Halbjahr 2015 erwartet

KFZ-Hersteller wollen lokalen Fertigungsanteil schneller erhöhen

Durch Einsatz von Komponenten aus Brasilien kann die Industrie Wechselkursrisiken senken

Kurzmeldung / Statistik

Jirau hat bereits 15 Turbinen in Betrieb

Wasserkraftwerk bekommt insgesamt 50 Turbinen mit einer Gesamtleistung von 3.750 MW

Tabellen

Statistiken über die brasilianische Wirtschaft

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Für Dilma Rousseff hat die zweite Amtszeit bereits begonnen

Nach der knappen Wiederwahl der brasilianischen Staatspräsidentin Dilma Rousseff am 26. Oktober ist eine der vordringlichsten Aufgaben der neuen Regierung, die Haushaltspolitik in Ordnung zu bringen. Brasilien wird in diesem Jahr sämtliche fiskalpolitischen Ziele verfehlen und läuft Gefahr, erstmals seit 1997 ein Primärdefizit im Staatshaushalt einzufahren. Um nicht gegen geltendes Haushaltsrecht zu verstoßen, muss die Regierung dem Kongress ein neues Haushaltsgesetz für das laufende Jahr vorlegen und die fiskalpolitischen Ziele darin entsprechend anpassen. Gemäß aktuellem Gesetz muss der Staat in diesem Jahr einen Überschuss von mindestens 49 Mrd. R\$ erwirtschaften. Das Ziel für 2015 liegt bei einem Haushaltsüberschuss von 2% des Bruttoinlandsproduktes (BIP). Wahrscheinlich wird die Regierung auch dieses Ziel auf 0,5% bis 1% des BIP absenken müssen.

Eine weitere Baustelle der neuen Regierung ist die Frage der politischen Einflussnahme auf die Zentralbank. In Brasilia wird gemutmaßt, dass Frau Rousseff dem neuen Kongress einen Gesetzesentwurf vorlegen wird, wonach fünf von neun Zentralbankdirektoren in Zukunft direkt vom Präsidenten ernannt werden sollen. Ihr Mandat soll an das der Präsidentschaft gebunden sein.

Dringender Handlungsbedarf besteht in der Industriepolitik, denn die über 20 Förderprogramme der Regierung zeigen so gut wie keine Wirkung. Makroökonomische Maßnahmen wie effektive Inflationskontrolle, ein verlässlicher Primärüberschuss und ein freier Wechselkurs würden dazu beitragen, die verlorene Glaubwürdigkeit der Regierung wiederherzustellen. In der Folge dürften die Investitionen der Industrie wieder zunehmen und die Wirtschaft auf den Wachstumspfad zurückfinden.

Eine andere Diskussion dreht sich um die Frage, ob die Politik an den „Local Content“-Regelungen zum Schutz der heimischen Industrie festhalten oder den Freihandel ausweiten wird. Ein flexibleres Modell würde Ein- und Ausfuhren als komplementär ansehen und auf eine Ausweitung der Handelsströme in beide Richtungen setzen, um das Wachstum anzukurbeln.

Dies sind einige der Fragen, die derzeit bereits sporadisch in der Regierung diskutiert werden. Doch strenggenommen gibt es für die zweite Amtszeit von Frau Rousseff kein wirtschaftspolitisches Programm. Zu den prioritären Aufgaben der neuen Regierung gehört auch, das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmern in die Wirtschaft wiederherzustellen, das sich derzeit auf einem ähnlich niedrigen Niveau bewegt wie zum Höhepunkt der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009. Um dieses Ziel zu erreichen, muss die alte und neue Präsidentin allerdings auch das Land wieder einen, das ein überaus hart geführter Wahlkampf in zwei Blöcke gespalten hat.

Einige Stimmen aus dem Umfeld von Dilma Rousseff behaupten, dass die Präsidentin angesichts des knappen Wahlausgangs in ihrer zweiten Amtszeit weniger starrsinnig agieren und mehr zuhören wird. Dabei wird sie auch sagen lassen müssen, welche wirtschaftspolitischen Herausforderungen die neue Regierung Rousseff von der alten geerbt hat. Nachdem die Präsidentin die Tagespolitik während des Wahlkampfes hintan gestellt hat, muss sie nun schnellstens zurück an die Arbeit gehen.

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Brasilianische Zentralbank erhöht Leitzins überraschend auf 11,25%

Die brasilianische Zentralbank (Banco Central – BC) hat den Basiszinssatz Selic am 29. Oktober überraschend um 0,25 Punkte auf 11,25% pro Jahr angehoben. Die Entscheidung des finanzpolitischen Komitees Copom fiel mit fünf zu drei Stimmen. In den vier letzten Sitzungen hatte das Copom den Selic stabil bei 11% gelassen. Seit seinem historischen Tiefstand von 7,25% zu Beginn des Jahres 2013 ist der Leitzins insgesamt um 4 Prozentpunkte gestiegen. Analysten hatten die erneute Zinserhöhung erst im Januar erwartet.

Nach Informationen von Valor Econômico soll die Maßnahme den Inflationsdruck mindern, der durch die jüngst Abwertung des Real gegenüber dem Dollar entstanden ist. Seit der letzten Copom-Sitzung im September hat die brasilianische Währung etwa 10% gegenüber der amerikanischen verloren. Statt 2,25 USD kostet ein Real derzeit 2,45 bis 2,50 USD. Nach Berechnungen der Zentralbank drückt der gestiegene Dollarkurs die Teuerung in Brasilien auf ein Jahr gerechnet um 0,5% nach oben.

Im September waren die Verbraucherpreise in Brasilien im Schnitt 6,75% höher als ein Jahr zuvor. Die BC hatte lediglich eine Teuerungsrate von 6,6% im Jahresvergleich erwartet. Das Ziel der Regierung ist eine Inflationsrate von maximal 6,5% pro Jahr. Der Leiter des Bereichs Wirtschaftspolitik der BC, Carlos Hamilton Araújo, hatte deshalb bereits bei der Bekanntgabe der Inflationszahlen für den Monat September, die mit 0,57% im Monatsvergleich überraschend hoch ausfielen, angedeutet, dass die Bank eine Zinserhöhung noch in diesem Jahr in Erwägung ziehe. Zentralbankpräsident Alexandre Tombini bekräftigte die Absicht beim Meeting des Internationalen Währungsfonds und der Weltbank im Oktober in Washington. In ihrer Mitteilung begründete das Copom den Zinsschritt mit gestiegenen Inflationsrisiken und verband mit der Zinserhöhung die Hoffnung, dadurch die Teuerungsrate in den nächsten beiden Jahren besser in den Griff zu bekommen. Analysten gehen allerdings davon aus, dass der Selic 2015 um weitere 0,5 Prozentpunkte steigen wird.

Bei Marktteilnehmern stieß die Zinserhöhung überwiegend auf positives Echo „Die Märkte dürften positiv auf die Maßnahme reagieren. Die Erhöhung des Basiszinssatzes macht Sinn, da sich die Aussichten für die Inflation durch die Abwertung des Wechselkurses verschlechtert haben“, bekräftigte der Chefökonom des Banco Santander in Brasilien, Maurício Molan, gegenüber Valor Econômico. Mit der überraschenden Anhebung des Leitzinses habe das Copom die richtige Entscheidung getroffen, seine Glaubwürdigkeit [als Währungshüter] jedoch weiter unterhöht, gab dagegen Alessandra Ribeiro vom Beratungsunternehmen Tendências Consultoria zu bedenken.

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Brasilianische ITK-Branche trotz Subventionen nicht wettbewerbsfähig

Brasilianische Elektronikgüter gehören zu den teuersten der Welt. Und das obwohl die Regierung die Informations- und Telekommunikationstechnologie (ITK) im Land seit 30 Jahren fördert. Das erste Fördergesetz wurde 1984 noch unter dem Militärregime erlassen. Es schottete den brasilianischen Markt bis Anfang der 1990er Jahre von ausländischen Produkten und ausländischem Kapital ab, um den Aufbau einer heimischen ITK-Industrie voranzutreiben und Brasilien technologisch unabhängig zu machen. Das Ergebnis waren teure und technisch rückständige Produkte, die international nicht konkurrenzfähig waren.

Doch auch das aktuell geltende ITK-Gesetz (Lei da Informática) sowie das Gesetz zur Förderung von Forschung und Entwicklung (Lei do Bem) aus dem Jahr 2005, das die Hersteller innovativer Technologien, darunter Computer, Tablets und Smartphones, von den Sozialabgaben PIS und Cofins befreit, haben die Situation nicht verbessert. „Vor fünf Jahren waren brasilianische Produkte wettbewerbsfähig. Jetzt sind sie im Schnitt 50% und zum Teil sogar 100% teurer“, erläuterte Professor Fernando Meirelles von der Fundação Getúlio Vargas in O Estado de S.Paulo. Meirelles zufolge büßen brasilianische IT-Produkte Kostenvorteile, die ihnen die Senkung der direkten Steuern verschafft, durch indirekte Abgaben und den „Custo Brasil“ wieder ein. Mit letzterem sind zum Beispiel hohe Logistikkosten und (arbeits)rechtliche Unsicherheiten gemeint.

Seit 2006 sind die Ausfuhren von IT-Produkten aus Brasilien um 6,6% auf nunmehr 385,9 Mio. USD zurückgegangen. Die Exporte von Telekommunikationstechnik sind sogar um 73% auf heute 432 Mio. USD pro Jahr eingebrochen. Für die rückläufige Exportentwicklung sind aber auch Handelsbarrieren der brasilianischen Nachbarländer verantwortlich. Argentinien beispielsweise hat in Feuerland eine Freihandelszone geschaffen, um internationale Computer- und Mobiltelefonhersteller anzulocken, und zugleich den Import von brasilianischen Produkten erschwert.

Humberto Barbato, Präsident des brasilianischen Elektroindustrieverbandes Abinee, ist der Ansicht, dass Brasilien ein bedeutender Exporteur von Elektronikartikeln sein könnte, da alle wichtigen internationalen Hersteller im Land Fabriken betreiben. Doch auch Barbato gestand gegenüber Valor Econômico ein, dass es in Brasilien spezifische Faktoren gibt, die den Preis für Elektronikzeugnisse in die Höhe treiben: „Hierzulande sind Energie, Arbeitskosten, Transport, Häfen und Flughäfen teurer [als in anderen Ländern].“ Die Transportkosten im Land seien auch deshalb so hoch, weil mit Elektronikwaren beladene LKWs bewaffneten Begleitschutz bräuchten, um sie gegen Überfälle zu schützen, so der Abinee-Präsident weiter. Außerdem seien trotz der Subventionen im Endpreis der Produkte 14-16% Steuern enthalten, unter anderem aufgrund der Abgaben auf importierte Bauteile.

Handelspolitische Abkommen mit anderen Ländern, um Exportmärkte für brasilianische Produkte zu öffnen, oder Anreize zur Ansiedlung von Zulieferern im Land könnten die Situation der brasilianischen ITK-Industrie verbessern. Die Regierung hat zwar einzelne Maßnahmen ergriffen und zum Beispiel die Ansiedlung des Halbleiterherstellers Six Semiconductores in Minas Gerais unterstützt. Es fehlt aber eine klare und konsistente Industriepolitik für den Elektroniksektor, die Investoren Sicherheit bieten und langfristige Planungen ermöglichen würde.

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

América Móvil dürfte 2015 wieder rund 10 Mrd. R\$ in Brasilien investieren

Der Telefonriese América Móvil des mexikanischen Unternehmers Carlos Slim will auch im nächsten Jahr etwa 10 Mrd. R\$ in Brasilien investieren, um die Infrastruktur seiner drei Tochterfirmen Claro, NET und Embratel weiter auszubauen. Die Mittel sollen unter anderem dazu dienen, das 4G-Mobilfunknetz von Claro auf alle Großstädte im Land auszudehnen. „Die Zahlen stehen noch nicht ganz fest, aber die Muttergesellschaft hat uns in der letzten Woche signalisiert, dass sie die gleichen Zuwendungen wie in diesem Jahr beibehalten wird. Wir betrachten Brasilien als langfristiges Investment“, sagte der CEO des Mobilfunkbieters Claro, Carlos Zenteno, gegenüber O Estado de S.Paulo.

Bereits im laufenden Jahr investiert die größte Telefongesellschaft Lateinamerikas etwa 10 Mrd. R\$ in Brasilien, um die Infrastruktur von Claro, NET und Embratel auszubauen (z.B. durch Unterseekabel und Satelliten), die Marken neu zu positionieren und ihre Dienstleistungen zu verbessern. Nicht mit eingerechnet in diesen Betrag sind die etwa 2 Mrd. R\$, die Claro für die Ersteigerung der Frequenzen zum landesweiten Aufbau des schnellen Mobilfunknetzes der 4. Generation (4G) bezahlen muss. Zenteno zufolge prüft das Unternehmen noch, ob es den Betrag bar oder in Raten bezahlen wird. Bei Ratenzahlung wäre der erste Teilbetrag noch im November fällig.

Für die Bereinigung der Frequenzbänder, die bis dato vom Analogfernsehen genutzt wurde, wird Claro weitere 900 Mio. bis 1 Mrd. R\$ aufwenden müssen. Die ersten Frequenzen sollen Ende 2015 für das 4G-Netz bereitstehen. Heute bietet das Mobilfunkunternehmen bereits in 93 Großstädten 4G-Dienste an, die einen schnelleren mobile Datentransfer ermöglichen. „[Ziel] für 2015 ist es, diese Dienste auf alle Städte mit über 100.000 Einwohnern auszuweiten“, erklärte der Claro-Chef in O Estado de S.Paulo. Die staatliche Telekommunikationsagentur Anatel erwartet, dass die ehemaligen TV-Frequenzen 2018 überall im Land vom 4G-Mobilfunk genutzt werden können.

América Movil will das operative Geschäft seiner drei brasilianischen Tochtergesellschaften enger miteinander verzahnen, um die Organisationsstruktur zu vereinfachen und Kosten zu sparen. Die drei Geschäftsführer José Formosa (Embratel), José Felix (NET) und Carlos Zenteno (Claro) bleiben im Amt und werden die Firmen als eigenständige Marken weiterführen. Claro könnte nach Auskunft von Zenteno sein Kapital für Investoren öffnen. An einen Börsengang sei jedoch nicht gedacht. Das Unternehmen hat Ende Oktober eine Marketingkampagne vorgestellt, um die Marke innerhalb des Konzerns neu zu positionieren. Dazu hat Claro eine Partnerschaft mit Apple abgeschlossen. Kunden sollen bei jedem Neuabschluss eines Mobilfunkvertrags nun das neueste iPhone bekommen und in Raten bezahlen können.

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Pharmaunternehmen Biolab will neue Fabrik in Minas Gerais bauen

Der brasilianische Pharmahersteller Biolab hat angekündigt, im Bundesstaat Minas Gerais eine neue Arzneimittelfabrik für 200-250 Mio. R\$ bauen zu wollen. Einer der Gesellschafter des Unternehmens, Dante Aláριο Junior, unterzeichnete am 29. Oktober eine entsprechende Absichtserklärung mit dem Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung von Minas Gerais. Biolab betreibt bereits zwei Fabriken und ein Forschungslabor im Bundesstaat São Paulo.

Den Standort für die neue Produktionsstätte wählte das Pharmaunternehmen aufgrund der Steueranreize in Minas Gerais aus. Aláριο bemängelt in O Estado de S.Paulo die schlechte Standortpolitik in São Paulo: „São Paulo ist [als Standort] für neue Fabriken unwirtschaftlich geworden. Mehrere Unternehmen aus dem Sektor verlassen den Staat, weil die Kosten sehr hoch geworden sind.“ Der genaue Standort für das neue Werk wurde noch nicht festgelegt. Nach Angaben von Aláριο ist eine Stadt im Süden des Bundesstaates am wahrscheinlichsten. Mit dem Bau der Fabrik soll im nächsten Jahr begonnen werden. Die Fertigstellung ist für 2018 geplant. Ein Teil der Investitionssumme von bis zu 250 Mio. R\$ soll mithilfe der nationalen Entwicklungsbank Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDES) oder der regionalen Förderbank Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais (BDMG) finanziert werden.

Im Gegensatz zu den vorhandenen Produktionsstätten von Biolab soll die neue Fabrik überwiegend Arzneimittel für den Export herstellen. 2013 erwirtschaftete Biolab 5% seines Umsatzes von 780 Mio. R\$ auf internationalen Märkten. Derzeit exportiert das Unternehmen nach Venezuela, Saudi-Arabien und in einige afrikanische Länder. „Die neue Einheit ist dafür konzipiert, die Anforderungen internationaler Standards zu erfüllen, denn wir wollen auf dem US-amerikanischen Markt einsteigen, der 40-45% des globalen Pharmageschäftes repräsentiert“, erklärte Aláριο. Biolab ist dabei, innovative Medikamente auf Basis von Nanotechnologie für den amerikanischen Markt zu entwickeln und Patente dafür in den USA anzumelden. Die Produkte wurden bereits von der brasilianischen Hygieneüberwachungsbehörde Anvisa zugelassen.

Biolab vertreibt derzeit etwa 150 kardiologische, gynäkologische und dermatologische Medikamente. In der Fabrik in Taboão da Serra werden hormonell wirksame Arzneimittel hergestellt, im Werk in Jandira nicht-hormonelle Medikamente. Beide Produktionsstätten liegen in der Metropolregion São Paulo. Gemeinsam mit dem ebenfalls brasilianischen Pharmahersteller Eurofarma hat Biolab in diesem Jahr außerdem den Bau einer Fabrik zur Herstellung von Biosimilars zur Behandlung komplexer Krankheiten angekündigt. Die Einheit wird in São Carlos im Binnenland von São Paulo entstehen und soll Medikamente für das öffentliche Gesundheitssystem produzieren.

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Medizintechnikbranche will Innovationen beschleunigen

Die brasilianische Medizintechnikbranche will die Entwicklung innovativer Technologien beschleunigen, um den imposanten Wachstumskurs der letzten 10 Jahre von mehr als 10% pro Jahr fortzusetzen. Der Industriezweig, der ein breites Produktspektrum von Krankenhaus- und Laborausrüstungen bis hin zu Verbrauchsmaterialien wie chirurgische Nadeln und Fäden umfasst, hat 2013 insgesamt etwa 20 Mrd. R\$ umgesetzt.

Um die Bedeutung von Innovationen für die weitere Expansion der Branche herauszustellen und auf bestehende Hindernisse aufmerksam zu machen, hat der Verband der Medizintechnik- und Medizinproduktehersteller Abimed am 29. Oktober die Kampagne „Die Innovation in Brasilien beschleunigen“ gestartet. „Um weiter zu wachsen, muss die Industrie der Innovation den Vorrang geben“, erklärte der Präsident des Abimed, Alberto Goulart, gegenüber Valor Econômico.

Zu den Hindernissen für die Medizintechnikbranche zählen langwierige Zulassungsverfahren für neue Technologien bei der nationalen Hygieneüberwachungsbehörde Anvisa und die Dauer der Implementierung neuer Technologien und Verfahren im staatlichen Gesundheitssystem SUS. Dazu kommen die dürftige Zusammenarbeit zwischen Industrie und Universitäten, Schwierigkeiten bei der Durchführung klinischer Studien und der „custo Brasil“. Goulart zufolge überschreitet der Zeitrahmen für die Registrierung eines neuen Produktes in Brasilien oft die Dauer eines Innovationszyklus der Industrie, so dass die Bevölkerung keinen Zugang zu den neuesten Technologien bekommt: „Einige Spitzentechnologien gelangen nicht in die öffentliche Gesundheitsversorgung wegen der langwierigen Verfahren für die Zulassung und der Aufnahme in das SUS“, bemängelte der Abimed-Präsident in Valor Econômico. Der Verband schlägt in seiner Innovations-Kampagne deshalb vor, der Branche in den industriepolitischen Diskussionen in Brasilia mehr Gewicht zu geben, stärker auf die Ärzteverbände zuzugehen und die Kommunikation mit der nationalen Gesundheitsbehörde ANS zu verbessern.

Im vergangenen Jahrzehnt hat der Einkommenszuwachs der Brasilianer die Geschäfte der Medizintechnikindustrie beflügelt, weil mehr Menschen Zugang zu medizinischen Untersuchungen und Behandlungen bekommen haben. Dennoch gibt es weiterhin eine unterdrückte Nachfrage nach Gesundheitsprodukten. „In den letzten 10 oder 12 Jahren ist die Industrie im Schnitt zweistellig pro Jahr gewachsen. Um weiter zu wachsen, muss sie neue Strategien entwickeln und den Fokus auf Innovation richten“, fasste Goulart die Situation der Branche zusammen, die mehr als 10.000 Unternehmen in Brasilien umfasst. Wie hoch die Gesamtausgaben des Sektors für Innovationen sind ist nicht bekannt.

Für das laufende Jahr erwartet die Medizintechnikbranche ein Umsatzwachstum von 7% bis 8%. Das schwächere Wachstum ist der flauen Konjunktur geschuldet aber auch den hohen Zuwachsraten in den letzten Jahren, durch die die Vergleichsbasis inzwischen höher ist.

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

VivaSanté plant nächste Expansionsschritte in Brasilien

Der französische Verbandmittelhersteller VivaSanté, der Ende 2011 durch die Übernahme von LM Farma auf den brasilianischen Markt eingestiegen ist, will in den kommenden fünf Jahren auf Expansionskurs gehen. Dafür hat das Unternehmen bereits neue Maschinen ins Land gebracht, erwägt weitere Zukäufe und will sein Produktangebot im Einzelhandel verdreifachen. „Obwohl die wirtschaftlichen Bedingungen andere sind als vor drei Jahren, ist Brasilien für uns weiterhin eine Priorität, denn das Land ist der größte Markt in Lateinamerika, mit der größten Mittelschicht und der sechstgrößte Gesundheitsmarkt der Welt“, bekräftigte der Regionaldirektor Lateinamerika von VivaSanté, Alexandre Tepas, gegenüber Brasil Econômico.

Alle Produkte zur Wundbehandlung, die in Brasilien verkauft werden – sowohl für den Krankenhausbereich (Curatec und Urgo) als auch für den Einzelhandel (Mercurochrome) – stammen aus der VivaSanté-Fabrik in São José dos Campos im Bundesstaat São Paulo. Von hier aus werden auch weitere Länder in der Region wie Uruguay, Chile, Kolumbien und Costa Rica und demnächst Mexiko beliefert. „Wir schließen das Jahr mit 4 Millionen hergestellten Wundversorgungsprodukten ab. Doch unsere Kapazität ist größer. Wir sind darauf vorbereitet, weitere Länder zu beliefern, doch vor allem den Binnenmarkt, der jährlich circa 30% wächst“, unterstrich Tepas.

Bislang verdienen die Franzosen, die im letzten Jahr 56 Mio. R\$ Umsatz in Brasilien gemacht haben, ihr Geld hauptsächlich im öffentlichen Gesundheitssektor. In staatlichen Krankenhäusern hat das Unternehmen etwa 35% Marktanteil. Vorrangiges Ziel für die kommenden fünf Jahre ist deshalb das Wachstum im privaten Krankensektor und im Einzelhandel. Dafür will VivaSanté in Technologie investieren und neue Produkte auf den Markt bringen. Das Portfolio von Pflastern und Wundmitteln der Premiummarke Mercurochrom soll im nächsten Jahr von bisher neun auf über 30 Produkte ausgeweitet werden. Das Spektrum reicht von einfachen Pflastern bis zu Spezialverbänden, zum Beispiel für Sportler. Darüber hinaus sollen weitere Marken der Unternehmensgruppe wie Alvutyl auf den brasilianischen Markt gebracht werden. „Wir wollen bis 2017 15% des Einzelhandelsmarktes für Gesundheitsprodukte und in fünf Jahren auf einen Umsatz von 80 Mio. R\$ kommen“, bekräftigte Tepas. Die Zahl der Verkaufsstellen für VivaSanté-Produkte soll bis Ende des Jahres auf 1.200 und bis 2017 auf 6.000 steigen. Zudem sollen nächstes Jahr 40 Mio. R\$ ins Marketing investiert werden, vor allem für Aktionen in Apotheken und zur Stärkung der Sales Force. Schließlich plant der französische Hersteller auch weitere Zukäufe von Unternehmen, um in Brasilien schneller zu wachsen: „Wir werden so schnell wie möglich neue Unternehmen kaufen. Wir führen bereits Gespräche. Unter den aufstrebenden Märkten hat Brasilien Priorität. Weltweit investieren wir 200 Mio. R\$ pro Jahr in Akquisitionen“, sagte Tepas.

VivaSanté operiert in 13 Ländern in Europa, Afrika und Amerika. Die Gruppe setzte 2013 1,6 Mrd. R\$ um, 9% mehr als ein Jahr zuvor, und beschäftigt weltweit 2.400 Mitarbeiter. In Brasilien stieg die Zahl der Arbeitsplätze seit der Übernahme der Fabrik von LM Farma in São José dos Campos im Jahr 2011 von 100 auf aktuell etwa 600.

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Automobilindustrie fordert Beibehaltung der IPI-Steuersenkung

Angesichts des Absatzeinbruchs verlangt die brasilianische Automobilindustrie von der wiedergewählten Präsidentin Dilma Rousseff, die abgesenkte Industrieproduktsteuer (IPI) auf Autos über den 1. Januar 2015 hinaus beizubehalten. Die Steuer war Mitte 2012 gesenkt worden, um den Automobilmarkt zu beleben und seitdem schrittweise wieder angehoben worden. Die Rückkehr zum vollen IPI-Satz wurde angesichts der akuten Absatzkrise der Branche bereits vom 1. Juli 2014 auf den 1. Januar 2015 verschoben. Der volle Steuersatz würde bedeuten, dass auf Kleinwagen mit bis zu 1,0 Liter Hubraum wieder 7% statt aktuell 3% IPI fällig wären, auf Flex-Modelle bis 2,0 Litern 11% statt 9% und auf Benziner 13% statt 11%.

„Es wäre ideal, wenn es keine Erhöhung gäbe, denn der Markt befindet sich bereits im Fall“, bekräftigte der CEO von Fiat Brasilien, Cledorvino Belini, gegenüber O Estado de S.Paulo. Nissan-Chef François Dossa fügte hinzu, dass „das brasilianische Auto aufhören muss, das am meisten besteuerte der Welt zu sein“. Die Festschreibung abgesenkter IPI-Sätze wäre ein erster Schritt in diese Richtung. Für Thomas Schmall, den Vorstandsvorsitzenden von Volkswagen Brasilien, sind niedrigere Steuern dagegen nicht ausreichend. Er fordert von der Politik auch Maßnahmen zur Ausweitung des Kreditangebots für Fahrzeuge und zur Erneuerung der Fahrzeugflotte im Land.

Um trotz Produktionsdrosselung Entlassungen zu vermeiden, will die Autoindustrie auch die Diskussionen zur Verlängerung der Kurzarbeit wieder aufnehmen, die während des Wahlkampfs zum Erliegen gekommen war. Die Branche fordert, die maximale Dauer der Kurzarbeit von fünf Monaten auf mindestens ein Jahr auszuweiten, um Arbeitsplätze erhalten zu können, bis sich der Markt wieder erholt. Der CEO von General Motors Brasilien, Santiago Chamarro, hält ein Jahr Kurzarbeit für eine „kluge“ Frist. Er erinnerte daran, dass es in europäischen Ländern bis zu zwei Jahre Kurzarbeit gibt.

Viele Hersteller haben die Arbeitszeit ihrer Belegschaft bereits verringert, um die Arbeitszeit der gesunkenen Produktion anzupassen. Während der Kurzarbeit erhalten die Arbeitnehmer eine Teil ihres Gehaltes aus dem Stützfonds Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT). Die Hersteller können auf diese Weise qualifizierte Arbeitnehmer im Unternehmen halten, bis sich die konjunkturelle Lage wieder aufhellt. Mit einem anziehenden Geschäft rechnen die Hersteller erst im zweiten Halbjahr 2015, einige sogar erst ab 2016. In diesem Jahr dürfte der KFZ-Absatz in Brasilien um 8-10% gegenüber 2013 zurückgehen.

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

KFZ-Hersteller wollen lokalen Fertigungsanteil schneller erhöhen

Automobilhersteller, die in Brasilien produzieren, sind dabei, den Anteil lokal gefertigter Komponenten schneller zu erhöhen als ursprünglich geplant. Der japanische Autobauer Nissan beispielsweise will innerhalb von zwei Jahren den lokalen Fertigungsanteil auf 80% steigern. Bei der Eröffnung ihrer ersten brasilianischen Fabrik in Resende (Bundesstaat Rio de Janeiro) im April hatten die Japaner noch eine Frist von drei Jahren bis zum Erreichen dieses Ziels ausgegeben.

Neben dem Förderprogramm „Inovar-Auto“, das von den Herstellern die schrittweise Steigerung des lokalen Wertschöpfungsanteils bis 2017 verlangt, hat der Zeitdruck bei Nissan noch einen anderen wichtigen Grund: Seit der Fabrikeröffnung im April ist der US-Dollar gegenüber dem brasilianischen Real gestiegen. Bauteile, die der Hersteller aus dem Ausland einführen muss, verteuern sich dadurch. Der CEO von Nissan Brasilien, François Dossa, sagte auf einer Pressekonferenz Ende Oktober – kurz vor Eröffnung der Internationalen Automobil Ausstellung São Paulo –, dass es angesichts der Absatzkrise und der Ankunft neuer Marken in Brasilien fast unmöglich sei, die höheren Herstellungskosten an den Kunden weiterzugeben: „Wir sind in einer Industrie, in der jeder Kostenfaktor von Bedeutung ist und die Gewinnmarge auf nahe Null senken kann.“

Als ersten wichtigen Schritt, den „Nationalisierungsgrad“ seiner Modelle in Brasilien zu erhöhen, war der Aufbau einer Motorenproduktion in Resende und die Ansiedlung von sechs japanischen Zulieferern. Diese produzieren unter anderem Sitze, Aufhängungen und Gummidichtungen. Laut Dossa liegt der lokale Wertschöpfungsanteil bereits bei 66%. Die Zusammenarbeit mit der Schwestermarke Renault beim Einkauf von Teilen in Brasilien soll ausgeweitet werden, um den Anteil im kommenden Jahr weiter zu steigern.

Auch andere Hersteller kündigten an, die Fertigungstiefe im Land weiter erhöhen zu wollen. Die zur VW-Gruppe gehörende Marke Audi will den A3, der als erstes Modell in der neuen Fabrik in Paraná vom Band laufen wird, mit Flexfuel-Motoren aus der VW-Fabrik in São Carlos im Bundesstaat São Paulo ausrüsten. Ziel von Audi ist es, auf einen lokalen Komponentenanteil von 40% zu kommen.

Honda wird noch im ersten Quartal 2015 die Produktion des SUV-Kompaktmodells HR-V in seiner Fabrik in Sumaré (São Paulo) aufnehmen „Mit allen Importsteuern wäre das Auto unwirtschaftlich, wenn es nicht in Brasilien hergestellt würde“, erklärte Issao Mizogushi, CEO des japanischen Herstellers für die Region Südamerika, gegenüber Valor Econômico. Honda will jährlich 50.000 Einheiten des HR-V fertigen, der in Japan unter dem Namen Vezel verkauft wird, um vom wachstumsstarken SUV-Segment zu profitieren. Bisher bauen die Japaner in Sumaré die Modelle Civic, City und Fit.

General Motors (GM) teilte seinerseits mit, dass die Planungen für ein neues Einsteigerkompaktmodell für aufstrebende Märkte weitergehen. Sofern das Projekt von der Muttergesellschaft in Detroit grünes Licht bekomme, werde das Modell in Brasilien gefertigt, bekräftigte Jaime Ardila, CEO von GM für Südamerika. Diese Information ist aus brasilianischer Sicht ein Fortschritt, denn bisher hatte der US-Hersteller nicht nur die Frage, ob sondern auch wo das Modell produziert werden soll, offen gelassen.

Sponsor Gold

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Sponsor Gold

Jirau hat bereits 15 Turbinen in Betrieb

Das Konsortium Energia Sustentável do Brasil (ESBR) hat im Oktober die fünfzehnte Turbine des Wasserkraftwerks von Jirau am Rio Madeira im nordwestbrasilianischen Bundesstaat Rondônia in Betrieb genommen. Die Turbine besitzt eine Leistung von 75 MW. Das Kraftwerk Jirau ist auf eine Gesamtleistung von 3.750 MW ausgelegt und soll mit insgesamt 50 Turbinen ausgerüstet werden.

Durch die Bereitstellung der neuen Turbine liegt die Betreibergesellschaft beim Kraftwerksbau wieder im Zeitplan, der 2008 mit der nationalen Elektrizitätsagentur Aneel vereinbart wurde. Dieser sieht vor, dass im März 2015 die siebzehnte Turbine den kommerziellen Betrieb aufnimmt. Maurício Bähr, CEO des Energiekonzerns GDF Suez in Brasilien, zeigte sich in Valor Econômico jedoch zuversichtlich, dass bereits Ende diesen Jahres 20 bis 24 Turbinen in Jirau Strom erzeugen werden. GDF Suez ist mit 40% der Anteile größter Einzelaktionär der Betreibergesellschaft ESBR. Die brasilianischen Energieunternehmen Chesf und Eletrosul und der japanische Mischkonzern Mitsui halten jeweils 20%.

Der Bau des Kraftwerks hatte sich unter anderem wegen Brandstiftungen auf der Baustelle und eines Streiks der Bundessteuerbehörde Receita Federal verzögert. Da die Verzögerungen auf „höhere Gewalt“ zurückzuführen sind, ist die ESBR per einstweiliger Verfügung davon freigestellt, Strom am Spotmarkt zukaufen zu müssen, um Vertragspflichten gegenüber ihren Kunden nachzukommen.

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f e
/kpmgbrasil

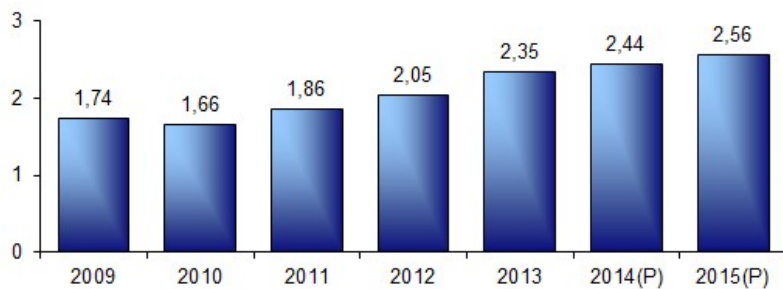
kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Tabellen

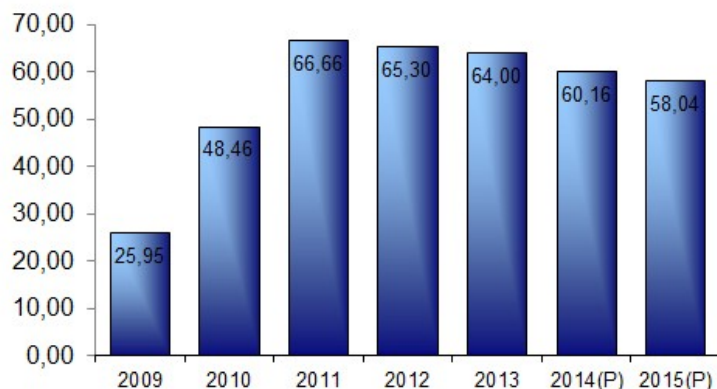
Wechselkurs zum Jahresende

(R\$/US\$)



Ausländische Direktinvestitionen

(In Mrd. US\$)



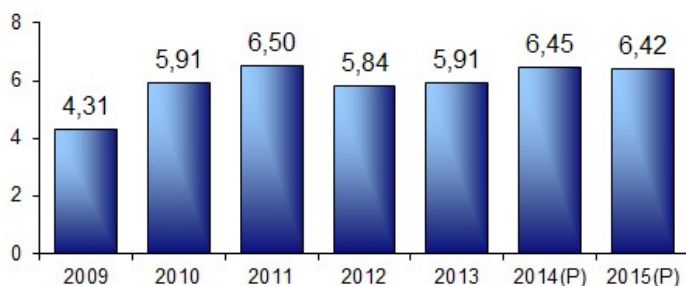
Entwicklung des BIP

(In %)



Inflationsindex IPCA

(Jahresdurchschnitt in %)



Sponsor Gold

KPMG
cutting through complexity

AGILITÄT,
EFFIZIENZ UND
TRANSPARENZ

in f b
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Freitag, 7. November, 2014

Impressum

Herausgeber:

Eine Gemeinschaftspublikation der Deutsch-Brasilianischen Auslandshandelskammern und von Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Aussenwirtschaft und Standortmarketing mbH

Projektverantwortlich:

Eckart Michael Pohl
diretoria.comunicacao@ahkbrasil.com

Redaktion:

Oliver Döhne
oliver.doehne@gtai.de

Sponsoring | Anzeigen:

Célia Utsch
anuncios@ahkbrasil.com

Projektkoordination:

Marco Túlio Pereira
kontakt@wochenbericht.com.br

Weitere Informationen Analysen, Prognosen und aktuelle Wirtschaftsberichte finden Sie unter: www.gtai.de

www.ahkbrasil.com | Tel. +55 11.5187.5128