

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor Gold

Inflation verharrt trotz Wirtschaftskrise auf hohem Niveau

Februarrate lag über dem Vorjahresmonat und übertraf die pessimistischsten Prognosen

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.

Investitionen

Auslandsinvestitionen brasilianischer Konzerne sind 2015 um 48% zurückgegangen

Wirtschaftskrise, Realschwäche und Korruptionsskandal Hauptgründe für den Rückgang

Rezession zwingt brasilianische Firmen ins Ausland

Besonders das Interesse an den USA steigt rapide an

Unternehmen

Brasilianische Kunststoffhersteller erleben beste Zeit seit 10 Jahren

Hohe Margen dank niedrigem Ölpreis und schwachem Real

Nestlé will Produktion in Brasilien ausbauen

Trotz der Rezession will der Lebensmittelkonzern 2016 weitere 400 Mio. R\$ investieren

KFZ

VW will Produktion „verschlanken“ und Brasilien zu einem seiner Top-10-Standorte machen

Reaktion auf „Dieselgate“ und die schwache Absatzsituation im Land

Chinesische Marke Foton will LKW beim brasilianischem Hersteller Agrale fertigen lassen

Interimslösung bis zur Einweihung des eigenen Werks im nächsten Jahr

Infrastruktur

Brasiliens Häfen sind für die neue Generation von Containerschiffen nicht gerüstet

Durch den Ausbau der Panamakanals droht Verlust der Wettbewerbsfähigkeit in Südamerika

Aneel erhöht auf Geheiß der Rechnungshofs die maximale Rendite für neue Stromleitungen

Die nächsten Versteigerungen sollen am 13. April und am 1. Juli stattfinden

Kurzmeldung / Statistik

Ausgaben für Infrastrukturprogramm PAC sinken auf Niveau von 2009

Vorzeigeprogramm der Regierung wird wegen knapper Kassen zusammengestrichen

Tabellen

Statistiken über die brasilianische Wirtschaft

Sponsor Silber

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Inflation verharrt trotz Wirtschaftskrise auf hohem Niveau

Die Inflation in Brasilien erweist sich als äußerst hartnäckig. Trotz der tiefen Rezession, in der sich das Land befindet, stiegen die Verbraucherpreise im Februar um 1,42% gegenüber dem Vormonat. Der Anstieg übertraf damit zugleich den Vorjahreswert von 1,33% als auch die pessimistischsten Erwartungen der Analysten von 1,38%.

Im letzten Jahr hatte man die hohe Inflation in Brasilien vor allem darauf zurückgeführt, dass eingefrorene, staatlich kontrollierte Preise, wie beispielsweise für Elektrizität, nach der Wiederwahl von Staatspräsidentin Dilma Rousseff deutlich angehoben wurden. Vor einem Jahr ging man noch davon aus, dass die steile Teuerungskurve nach einem „Schock“ zu Jahresbeginn wieder abflachen und der Preisanstieg danach auf ein normales Niveau sinken würde.

Doch ein Jahr später zeigt sich, dass sich die Inflation in Brasilien fest eingesenkt hat. Sicherlich spielt die Abwertung der Landeswährung Real, durch die sich Importprodukte drastisch verteuert haben, eine Rolle. Doch hat sich trotz der Wirtschaftskrise zugleich eine regelrechte „Kultur der Preiserhöhungen“ etabliert. So stiegen beispielsweise die Gebühren für private Schulen und Universitäten zu Jahresbeginn um durchschnittlich 6% und teilweise bis zu 11%. Und obwohl die brasilianischen Reallöhne im letzten Jahr um 3,7% sanken und 1,5 Mio. reguläre Arbeitsplätze verloren gingen, kosten Dienstleistungen heute etwa 8% mehr als vor 12 Monaten.

In der Frage, wann sich der Preisanstieg endlich verlangsamen wird, gehen die Meinungen auseinander. Einige Analysten hoffen, dass sich die Inflation angesichts der schweren Rezession bald abschwächen und noch in diesem Jahr in den Zielkorridor (von maximal 6,5% pro Jahr) zurückkehren wird. Viele Marktbeobachter rechnen jedoch mit weiteren Hiobsbotschaften auch für die Inflation, angesichts der Tatsache, dass die Regierung stark in die Lohn- und Preisbildung eingreift. So wurde beispielsweise der staatlich festgesetzte Mindestlohn unlängst um 11,8% angehoben.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Auslandsinvestitionen brasilianischer Konzerne sind 2015 um 48% zurückgegangen

Die ausländischen Direktinvestitionen brasilianischer Unternehmen sind letztes Jahr um 48% gegenüber 2014 zurückgegangen. Statt 26 Mrd. USD investierten die Unternehmer 2015 nur 13,5 Mrd. USD in anderen Ländern. Und die andauernde Rezession, der schwache Real und die Folgen des Schmiergeldskandals um den Ölkonzern Petrobras dürften dafür sorgen, dass brasilianische Konzerne dieses Jahr noch weniger investieren werden. Im Januar flossen sogar 351 Mio. USD mehr von ausländischen Tochterfirmen an ihre brasilianischen Muttergesellschaften zurück als in umgekehrter Richtung.

Eine negative Bilanz der Auslandsinvestitionen gab es zuletzt während der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise 2009, als brasilianische Konzerne 4,5 Mrd. USD in die Heimat zurückholten. Für dieses Jahr erwarten Analysten der Bank Itaú einen positiven Saldo von 9 Mrd. USD, ihre Kollegen von der Bank Bradesco jedoch nur von 1 bis 2 Mrd. USD. Von 2009 abgesehen investierten brasilianische Unternehmen seit 2006 jedes Jahr im Schnitt 20 Mrd. USD im Ausland.

Die Volkswirtin Julia Gottlieb von der Bank Itaú führt den Rückgang der Auslandsinvestitionen vor allem auf die starken Realabwertung im letzten Jahr sowie der Wirtschaftskrise zurück. Dadurch haben die Unternehmen weniger Geld, und vor allem weniger US-Dollar, die sie in anderen Ländern einsetzen können. Der Chefvolkswirt des Versicherers Mapfre, Luis Alfonso Lima, gibt dagegen dem Petrobras-Korruptionsskandal die Hauptschuld für den Einbruch der Auslandsinvestitionen. In die Schmiergeldaffäre sind fast alle großen Baufirmen involviert. Sie mussten deshalb ihr Engagement in den lateinamerikanischen Nachbarländern und in Afrika zurückfahren. Auch der derzeit niedrige Cashflow führt Lima zufolge dazu, dass die Unternehmen weniger Geld für Investitionen haben.

Antonio Correa de Lacerda, Professor an der Päpstlich Katholischen Universität São Paulo (PUC-SP), wies gegenüber Valor Econômico darauf hin, dass es neben konjunkturellen auch strukturelle Ursachen gebe, die das Investitionsverhalten brasilianischer Unternehmen im Ausland beeinflussten. Nur wenige Unternehmen hätten eine wirkliche Internationalisierungsstrategie: „Alles bleibt sehr den Umständen überlassen, die [die Unternehmen] dazu bringen, mehr auf Opportunitäten zu reagieren als eine langfristige Strategie zu verfolgen“, merkte Lacerda an. Die Politik trage an der Situation eine Mitschuld, denn im Gegensatz zu Ländern wie Südkorea fehle Brasilien eine Außenmarktstrategie. In Politik und Öffentlichkeit sei das Thema Internationalisierung zudem negativ behaftet: „[Warum soll] die Regierung Unternehmensaktivitäten im Ausland fördern, wenn wir den Umsatz und die Arbeitsplätze hier im Land brauchen, ist eine wiederkehrende Frage“, so der Wirtschaftsprofessor.

Luis Alfredo Lima erinnerte daran, dass auch die Doppelbesteuerung brasilianischer Unternehmen die Motivation für Auslandsinvestition bremse. „Ein spanisches Unternehmen, das in Brasilien Gewinn macht, wird hier besteuert, doch wenn das Geld nach Spanien überwiesen wird, wird es nicht vom spanischen Fiskus besteuert. Das brasilianische Unternehmen muss dort wie hier Steuern zahlen“, so der Ökonom.

Julia Gottlieb von Itaú gibt sich für die Zukunft trotzdem optimistisch. Sobald die Krise überwunden und der Wechselkurs stabiler sei, könnten die Investitionen brasilianischer Unternehmen in anderen Ländern wieder anziehen.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Rezession zwingt brasilianische Firmen ins Ausland

Die Wirtschaftskrise und das turbulente politische Szenario verstärken die Expansionsvorhaben brasilianischer Firmen. Angesichts des schwachen Wechselkurses des Reals möchten viele Firmen mehr exportieren. Zahlreiche Firmen eröffneten bereits Tochtergesellschaften in andern Ländern um ihr Angebot zu diversifizieren und die Abhängigkeit vom Binnenmarkt zu senken.

Der Hauptexpansionsstrom ins Ausland führt in die USA, was laut Experten am gewaltigen Nachfragepotenzial der amerikanischen Konsumenten liegt. Anfragen bezüglich Investitionen in den USA stiegen 2015 um 70% auf 7.600, so die Amerikanische Handelskammer (Amcham). Der gleiche Trend, wenn auch etwas geringer, existiert für Großbritannien. Im selben Zeitraum verzeichneten die Anfragen für Investitionen dorthin ein Wachstum von 30%, so die britische Agentur für Handel und Investitionen (UKTI), die 82 brasilianische Mitglieder Unternehmen unterschiedlicher Größe zählt und einen Anstieg um 20% für dieses Jahr erwartet.

„Es gibt eine allgemeine Tendenz in Krisenzeiten: Unternehmen versuchen ihr Konzept zu erweitern und suchen neue Märkte“, bemerkt der ehemalige Außenhandelsminister Welber Barral. Barral, der mittlerweile staatliche Agenturen und Firmen berät, sieht einen starken Trend von Firmen, die Chancen in den USA und auf dem europäischen Markt sehen. „In Europa wird Großbritannien zur ersten Wahl, aufgrund seiner Stellung als globales Geschäftszentrum und Zugangstor zu anderen europäischen, protektionistischeren Ländern.“

Das Unternehmen Magnesita, Erzeuger von feuerfesten Materialien, wie sie in der Eisenindustrie eingesetzt werden, bereitet sich auf die Verlegung seiner Zentrale nach London vor. Das Unternehmen beabsichtigt seine Hauptaktivitäten in London Stock Exchange zu registrieren.

In einem für den Bergbau und die Eisenindustrie schwierigen Moment mit niedrigen Preisen für Eisenerz und einem weltweiten Überangebot an Stahl, könnte die Verlegung der Magnesita kaum sinnvoller sein, erklärt Luiz Gustavo Rossato, Direktor für Justiz und internationale Beziehungen. „Die Börse in London gibt die Preise für internationale Erz-Preise vor und wir können günstiger an Kapital kommen“, bestätigt er. Das Unternehmen wird die Produktion in Brasilien beibehalten und weiterhin auf der Liste der brasilianischen Börse BM&F Bovespa erscheinen.

Nicht ohne Grund verlegten die zwei größten brasilianischen Privatbanken (Itau und Bradesco) ihre Europazentralen nach London. Zunächst in Luxemburg, zog die Bradesco im vergangenen Jahr um, um sich den globalen Investoren zu nähern, bemerkt Marcelo Cabral, leitender Angestellter der Bradesco Europa.

In Rahmen ihres beschleunigten Internationalisierungsprozesses zog die Itau 2012 von Portugal nach London. Renato Lulia, Präsident der Itau BBA International, bezeichnet die Verlegung als strategisch. Von London aus koordiniert Lulia auch die Abläufe in Asien und im Mittleren Osten. Es ist wichtig drauf aufmerksam zu machen, dass es mehr ausländische Interessenten gibt, die in Brasilien investieren möchten, da das Land günstig ist. Als eine internationale Bank, weiten wir von hier aus unsere Fusionen und Akquisitionen aus.“

Auch Lebensmittelhändler haben einen Blick auf den anspruchsvollen, protektionistischeren, europäischen Markt geworfen. Im vergangenen Jahr hat Fleischverarbeiter JBS mit dem Erwerb des Moy Park in Irland einen entscheidenden Schritt ins Vereinigte Königreich getan.

BRF (Inhaber der Fleischproduktmarken Sadia und Perdigao) gab Ende 2015 bekannt, die Marke Universal Meats zu übernehmen, mit Hauptaugenmerk auf dem Foodservice-Bereich. „Von den 28 Ländern der EU ist England das bedeutendste im Bereich Geflügelfleisch“, erklärt Roberto Banfi, Präsident von BRF in Europa. „Die Investition deckt einen wichtigen Umsatzanteil von BRF im Ausland ab.“ BRF erwarb zudem Produktionen in Argentinien und Thailand. Durch die Zukäufe verdoppelt sich der Anteil der Produktionskapazität außerhalb Brasiliens auf 8%.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Brasilianische Kunststoffhersteller erleben beste Zeit seit 10 Jahren

Der Ölpreisverfall und die Aufwertung des US-Dollar gegenüber dem brasilianischen Real haben im letzten Jahr dazu geführt, dass die petrochemische Industrie in Brasilien wieder zu international wettbewerbsfähigen Preisen produzieren kann. Die günstige Entwicklung dürfte nach Meinung von Experten und Branchenvertretern auch 2016 anhalten. Durch den niedrigen Ölpreis seien die Margen der Kunststoffhersteller höher als in früheren Jahren, bekräftigt Otávio Carvalho, Direktor des Beratungsunternehmens MaxiQuim, gegenüber Valor Econômico.

Lediglich der Heimatmarkt trübt die Bilanz der Hersteller. Nach einem Einbruch der Nachfrage von 7,6% im letzten Jahr rechnet der CEO des größten brasilianischen Kunststoffherstellers Braskem, Carlos Fadigas, damit, dass der Absatz von Polyethylen, Polypropylen und PVC in Brasilien auch dieses Jahr nochmals um 4% bis 5% zurückgehen wird. Als Reaktion darauf hatte Braskem bereits 2015 die Ausfuhren erhöht und will diesen Weg dieses Jahr weitergehen. Auch der Styrol- und Polyester-Hersteller Videolar-Innova setzt nach Angaben seines CEO Lírio Parisotto verstärkt auf Exportmärkte, denn die installierte Produktionskapazität übertrifft die Nachfrage nach Polyester in Brasilien.

Der Verfall des Ölpreises von 110 USD pro Barrel Mitte 2014 auf aktuell etwa 35 USD war der wichtigste Einzelfaktor dafür, dass die brasilianische Kunststoffindustrie heute wieder profitabel ist. Die brasilianischen Hersteller nutzen für die Kunststoffproduktion das Erdöl-Derivat Nafta. Nafta kostet zwar mit etwa 375 USD pro Tonne immer noch dreimal soviel wie der Erdgas-Bestandteil Ethan, ebenfalls Ausgangsstoff für die Kunststoffherstellung. Gleichwohl ist Nafta heute deutlich günstiger als vor einigen Jahren, als eine Tonne bis zu 1.200 USD kostete. In Brasilien verlangte der Ölkonzern Petrobras im Februar 1.540 R\$ pro Tonne Nafta von Braskem, nach 1.622 R\$ im Januar und 1.590 R\$ im Dezember.

Auf der anderen Seite stiegen die Preise für thermoplastische Kunststoffe wie Polyethylen und Polypropylen im Laufe des letzten Jahres und trugen damit zur Verbesserung der Margen bei. Dieses Jahr dürften die Preise für Polypropylen in den USA weiter anziehen, in Asien dagegen volatil bleiben, prognostizierte MaxiQuim-Chef Carvalho. Der Polyethylen-Markt dürfte solange stark bleiben, bis nächstes Jahr in den USA neue Fabriken, die petrochemische Produkte aus Schiefergas herstellen, in Betrieb gehen werden.

Braskem-Chef Fadigas geht davon aus, dass die Margen dieses Jahr etwas unter denen von Mitte 2015 liegen werden, aber immer noch auf „gesundem Niveau“. „Es wird eine kleine Verringerung der Spreads geben [...]. Doch der Wechselkurs ist positiv und macht die Produktion in Brasilien weiterhin wettbewerbsfähig.“, so der Manager gegenüber Valor Econômico. Der starke Dollar führt auch dazu, dass Importkunststoffe durch solche aus brasilianischer Produktion substituiert werden.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Nestlé will Produktion in Brasilien ausbauen

Der Schweizer Lebensmittelkonzern Nestlé plant dieses Jahr, über 100 Mio. Schweizer Franken (etwa 400 Mio. R\$) in Brasilien zu investieren, um die Produktionskapazität zu erweitern und wettbewerbsfähiger zu werden. 2015 hatte Nestlé trotz der Rezession eine vergleichbare Summe in dem Land investiert, vor allem für Bau der ersten Fabrik für Kaffee kapseln außerhalb Europas.

Laut Laurent Freixe, dem Leiter des Amerika-Geschäfts von Nestlé, verfolgt der Schweizer Konzern eine langfristige Geschäftsstrategie. „Wir verlieren die langfristige Perspektive nicht aus dem Blick, nur weil es kurzfristig schwierig ist. Brasilien ist dieses Jahr in der Krise, die Erholung wird schwierig, aber in unserer Vision ist das Land weiterhin ein großer Konsumentenmarkt und wird mittelfristig wieder dynamisch wachsen“, unterstrich Freixe in einem Interview mit der Zeitung Valor Econômico. Brasilien ist nach den USA, China und Frankreich der viertwichtigste Markt für die Schweizer.

Nestlé will die Produktionskapazität in Brasilien ausbauen, um Artikel im Land herzustellen, die bisher importiert wurden, und dadurch wettbewerbsfähiger zu werden. Dies betrifft unter anderem Tiernahrungsmittel und das Kaffee-Segment. Trotz der Krise konnte Nestlé 2015 den Absatz der Kaffee kapseln Nescafé Dolce Gusto in Brasilien verdoppeln. Im Dezember nahm der Konzern in dem Land seiner erste Kapsel fabrik in Betrieb. Falls sich der Verkauf erwartungsgemäß entwickelt, will Nestlé noch dieses Jahr in die Erweiterung der Fabrik investieren.

Angesichts der widrigen Konjunktur in Brasilien haben Kostensenkungen laut Freixe in diesem Jahr oberste Priorität. Durch Einsparungen bei den festen und den variablen Ausgaben soll der Anstieg der Produktionskosten begrenzt werden. Nestlé will auf diese Weise trotz des Inflationsdrucks Preiserhöhungen für den Endkunden möglichst gering halten und genügend Geld für Marketingaktionen zur Verfügung haben, um weitere Marktanteile zu gewinnen.

Mit den Resultaten des vergangenen Jahres in Brasilien waren die Schweizer angesichts der schwierigen Marktbedingungen sehr zufrieden. Trotz der Rezession stieg der Umsatz um etwa 5%, weil die Brasilianer mehr Schokolade, Kaffee und Tiernahrung kauften. Anleger reagierten Mitte Februar bei der Bekanntgabe des globalen Konzernergebnisses für das letzte Jahr dennoch enttäuscht. Der weltweite Umsatz von Nestlé sank 2015 auf 88,8 Mrd. Franken (2014: 91,61 Mrd. Franken) und der Gewinn ging gegenüber 2014 von 14,46 Mrd. Franken auf 9,1 Mrd. Franken zurück. Grund für das schwächere Ergebnis war die Verlangsamung des Geschäfts in den Schwellenländern, wo der Konzern 43% seines Umsatzes erwirtschaftet. Von der Abschwächung des Lebensmittelgeschäfts sind die beiden Hauptkonkurrenten von Nestlé, der französische Konzern Danone und die britisch-niederländische Gruppe Unilever, jedoch gleichermaßen betroffen.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

VW will Produktion „verschlanken“ und Brasilien zu einem seiner Top-10-Standorte machen

Nach dem Ausbrechen des Skandals um manipulierte Abgastest im letzten September hat der Autokonzern Volkswagen das Ziel ausgegeben, „eine bessere Firma, ein neues Volkswagen“ zu schaffen. Der Konzernumbau macht auch vor den brasilianischen Standorten keinen Halt, obwohl die Wolfsburger in Brasilien nur sehr wenige Autos mit Dieselmotoren verkaufen und das Land deswegen kaum von der sogenannten „Dieselgate“ betroffen ist.

Wie auf der ganzen Welt will VW auch in Brasilien verlorengegangenes Kundenvertrauen zurückgewinnen, den guten Ruf der Marke wiederherstellen und die Firmenkultur verändern. Doch in Brasilien geht es angesichts des dramatischen Einbruchs der Absatzzahlen auch darum, überhaupt wieder ins Geschäft zu kommen. Der ehemalige Marktführer hat in den letzten drei Jahren mehr als die Hälfte seines Absatzvolumens eingebüßt und ist damit noch stärker als der Gesamtmarkt geschrumpft. Inzwischen ist VW bei den Verkaufszahlen hinter Fiat und General Motors auf den dritten Platz zurückgefallen. Das Modell VW „Gol“ musste 2014 nach 27 Jahren die Spitzenposition des meistgekauften Autos an den Fiat „Patio“ abgeben.

Volkswagen will zum einen über eine Innovations- und Produktoffensive verlorengegangenes Terrain zurückerobern. Am 22. Februar stellte die Marke die technischen Neuheiten des neuen Gol vor. In den nächsten vier Jahren sollen vier neue Modelle in Brasilien auf den Markt kommen. Außerdem soll die Produktivität der brasilianischen Werke erhöht werden. Brasilien soll mittelfristig in die Gruppe der 10 effizientesten Standorte des Konzerns in der Welt aufrücken. Derzeit liegt das Land bei der Produktivität zwischen Platz 20 und Platz 25.

Um die Effizienz zu steigern, will VW auch den lokalen Zulieferern helfen, produktiver zu werden, damit sie Komponenten zu niedrigeren Kosten herstellen. Dadurch sollen die Produktionskosten insgesamt gesenkt werden, damit VW im aggressiven Preiskampf mit der Konkurrenz wieder bestehen kann und zugleich profitabler wird.

David Powels, seit Anfang 2015 Chef von Volkswagen do Brasil, erläuterte bei der Vorstellung des neuen Gol gegenüber Journalisten, dass die Produktivitätsoffensive im Zeichen des „Lean Manufacturing“ stehe, also der Vereinfachung und Verschlankeung der Prozesse entlang der gesamten Produktionskette. Außer der verstärkten Zusammenarbeit mit den Zulieferern sind auch die Senkung der Logistikkosten und die Qualifikation der eigenen Mitarbeiter Bestandteile des Effizienzprogramms. „Ausbildung ist wichtig, um die Produktivität zu steigern“, unterstrich der VW-Landeschef laut Valor Econômico.

Für die Erhöhung von Produktivität und Profitabilität braucht man einen langen Atem. Powels informierte, dass es VW 2015 gelungen sei, die Verluste in den beiden größten südamerikanischen Märkten Brasilien und Argentinien zu senken. Er rechnet dennoch damit, dass der Konzern in beiden Ländern auch in diesem Jahr noch rote Zahlen schreiben wird. VW geht davon aus, dass der brasilianische Automobilmarkt 2016 nochmals um 10-15% gegenüber dem Vorjahr schrumpfen wird „Alle machen zur Zeit Verluste“, erinnerte Powels. Der Hersteller hofft aber, dass der eigene Absatz nur um 5% sinken wird, um so verlorengegangene Marktanteile zurückzugewinnen. Dafür setzt VW trotz des Drucks auf die Gewinnmargen auch auf aggressive Preise. So wird der neue Gol im Schnitt 2,5% weniger kosten als die Modelle der letzten Generation.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Chinesische Marke Foton will LKW beim brasilianischem Hersteller Agrale fertigen lassen

Der chinesische LKW-Hersteller Foton wird den brasilianischen Fahrzeug- und Motorenbauer Agrale aus Caxias do Sul im Bundesstaat Rio Grande do Sul damit beauftragen, in seinem Namen Laster herzustellen. Der Vertrag soll Anfang März unterzeichnet werden und zunächst gut ein Jahr laufen. Die Produktion soll binnen 90 Tagen starten.

Laut dem Direktor für institutionelle Angelegenheiten der Foton Aumark do Brasil, Luiz Carlos Paraguassu, soll Agrale die LKW so lange fertigen, bis das eigene Werk von Foton in Guaíba bei Porto Alegre fertig ist, voraussichtlich Mitte 2017. Bis dahin sollen in Caxias do Sul etwa 1.200 bis 1.300 Foton vom Band rollen.

Der Bau des eigenen Werks der chinesischen Marke in Brasilien wurde 2014 begonnen und sollte Mitte 2016 abgeschlossen sein. Die Absatzkrise auf dem brasilianischen Fahrzeugmarkt und Verzögerungen bei der Übertragung des Fabrikgrundstücks an den Hersteller führten aber dazu, dass die Fabrik erst im nächsten Jahr eingeweiht werden kann.

Bisher importierte Foton seine LKW direkt aus China und profitierte dabei im Rahmen des Förderprogramms „Inovar Auto“ der brasilianischen Regierung von reduzierten Einfuhrsteuersätzen. Die Steuervergünstigungen sind jedoch im November ausgelaufen. Deswegen und wegen des starken Dollars lohnen sich die Importe nicht mehr.

2014 und 2015 brachte Foton insgesamt 1.800 leichte und mittelschwere LKW nach Brasilien. Der Hersteller nutzte das im Inovar Auto vorgesehene Kontingent von 7.500 steuerbegünstigten Importfahrzeugen damit gar nicht aus. Grund dafür war der Absatzeinbruch auf dem brasilianischen LKW-Markt. Dennoch gab sich Luiz Paraguassu gegenüber Valor Econômico optimistisch in Bezug auf die langfristigen Perspektiven im Land. „Brasilien bekommt einen Riss, aber zerbricht nicht“, so der Manager.

In Caxias do Sul soll zunächst der 10-Tonner von Foton gefertigt werden und binnen zwei Monaten die Produktion eines 3,5-Tonnen-Modells anlaufen. Die Chinesen sind für die Komponentenbeschaffung zuständig und beauftragen Agrale lediglich mit der Endfertigung der Fahrzeuge. Paraguassu zufolge liegt der Anteil der lokalen Wertschöpfung anfangs bei 73%. Das genügt, damit Käufer die LKW mittels BNDES-Kreditfinanzierung finanzieren können.

Am zukünftigen Standort in Guaíba hat Foton bereits 8 Mio. R\$ für die Bauvorbereitung investiert, Der Bau der Fabrik soll etwa 120 Mio. R\$ kosten. Weitere 100 Mio. R\$ wollen die Chinesen in die Produktentwicklung, Anpassung der LKW an den lokalen Markt und zur Aufstockung des Umlaufkapitals transferieren.

Agrale produzierte bereits von 1998 bis 2013 LKW für einen anderen Hersteller. In der Zeit liefen in Caxias do Sul fast 15.000 Laster der Marke International des US-Nutzfahrzeugherstellers Navistar vom Band.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Brasiliens Häfen sind für die neue Generation von Containerschiffen nicht gerüstet

In den vergangenen Jahren orderten internationale Containerreedereien in atemberaubendem Tempo immer größere Schiffe, um die Transportkosten pro Container auf den Ozeanen zu senken. Die größten Schiffe sind heute bis zu 400 Meter lang und können über 18.000 Standardcontainer (TEU) transportieren. Diese Super-Containerschiffe ändern auch die Struktur des Seetransports insgesamt. Sie laufen in der Regel nur die größten Häfen in einer Region an, die sogenannten „Hubs“, von denen die Container dann über Zubringerschiffe (Feeder) weiter transportiert werden.

Ende 2010 hatten die größten Containerschiffe, die brasilianische Häfen anliefen, eine Kapazität von 7.100 TEU. Fünf Jahre später waren es schon 9.600 TEU. Die Zahl der wöchentlichen Stopps von Übersee-Containerschiffen in Brasilien verringerte sich in der selben Zeit von 179 auf 116. Zugleich stieg die Zahl der Stopps von Zulieferschiffen, die die brasilianische Küste im „Cabotage“-Dienst entlang fahren, von 36 auf 47 pro Woche.

Die größten Containerschiffe, die heute an der südamerikanischen Ostküste verkehren, mit einer Kapazität von 9.600 TEU, können nur in wenigen brasilianischen Häfen anlegen und haben Schwierigkeiten, in Santos, dem größten südamerikanischen Hafen, zu manövrieren. Die Häfen von Itajaí/Navegantes und Itapoá in Santa Catarina, die eine große Bedeutung für den Export von Tiefkühlwaren nach Europa und Asien haben, können größten Schiffe gar nicht (Itajaí) oder nur unter Einschränkungen (Itapoá) anlaufen, wodurch Kapazität verloren geht. Hauptgrund für die Probleme ist der fehlende oder mangelhaft ausgeführte Ausbaus von Fahrrinnen in den öffentlich verwalteten Häfen des Landes.

Mit der Eröffnung des neuen Panamakanals in diesem Jahr, den Schiffe mit 366 Metern Länge und 14.000 TEU befahren können, drohen die brasilianischen Häfen in Südamerika weiter an Bedeutung zu verlieren. Nur drei der brasilianischen Häfen – Pecém und Suape im Nordosten und Itaguaí im Bundesstaat Rio de Janeiro – haben genügend tiefe Fahrrinnen und Hafenbecken, dass sie von den Containerschiffen der neuen Generation angelaufen werden können. Die beiden Häfen im Nordosten liegen näher an Asien und Europa, haben aber keine adäquate Infrastruktur an Land.

Gute Chancen könnte der Hafen Itaguaí haben, der aber ebenfalls ausgebaut werden müsste. Der geplante Verkauf des Containerterminals Sepetiba Tecon in Itaguaí stößt deshalb auf großes Interesse. 10 Unternehmen möchten den Terminal übernehmen, darunter auch die Firma Santos Brasil, die den größten Containerterminal Brasiliens in Santos kontrolliert. In Santos selber gibt es Überlegungen, einen neuen Offshore-Hafen für die Super-Containerschiffe zu bauen. Auf diese Weise könnten die Einschränkungen des vorhandenen Hafens und des Hafenkanals hinsichtlich der Schiffsgröße umgangen werden.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Aneel erhöht auf Geheiß der Rechnungshofs die maximale Rendite für neue Stromleitungen

Die staatliche brasilianische Stromagentur Aneel hat am 23. Februar die überarbeiteten Ausschreibungsunterlagen für die nächsten Versteigerungen von Hochspannungs-Übertragungsleitungen bestätigt. Wie vom brasilianischen Bundesrechnungshof verlangt, erhöhte die Behörde die erlaubte durchschnittliche jährliche Rendite (Internal Rate of Return) für Investoren von 8,5% auf 9,5%.

Die nächsten Transmissionslinien sollen am 13. April und am 1. Juli versteigert werden. Im April werden zunächst 24 Lose angeboten, deren Bau höchste Priorität hat. Die Hochspannungsleitungen sollen Strom von den Wasserkraftwerken Belo Monte und Teles Pires in Nordbrasilien und den Windparks im Nordosten des Landes in die Verbrauchszentren im Südwesten transportieren. Die Versteigerung der insgesamt 6.500 Leitungskilometern wird nach Berechnungen von Aneel zu Investitionen von 12,2 Mrd. R\$ führen und während der Bauzeit 7.500 Arbeiter beschäftigen. Die Leitungen müssen binnen 36 bis 60 Monaten nach Unterzeichnung des Konzessionsvertrags fertig sein. Der maximale jährliche Rendite der Projekte wurde bei 2,5 Mrd. R\$ gedeckelt. Den Zuschlag für den Bau der Leitungen wird das Unternehmen bekommen, das bei der Versteigerung den größten Abschlag auf den Maximalwert anbietet.

Das Direktorium der Aneel kritisierte zugleich die Einmischung des Rechnungshofs in den Ausschreibungsprozess. „Es gehört, bei allem Respekt, nicht zu den Aufgaben der Rechnungshofs, in regulatorische Entscheidungen einzugreifen“, meinte der Generaldirektor der Behörde, Romeu Rufino, gegenüber O Estado de S.Paulo. Rufino kritisierte insbesondere die Methode, die der Rechnungshof bei der Ermittlung der Internal Rate of Return zugrunde gelegt hat. Er kündigte Einspruch gegen die Auflage des Rechnungshofs an, dass für die Lose, bei denen mehr importierte Materialien verbaut werden, eine höhere Rendite erlaubt sein soll. Eine erneute Revision der Ausschreibungsregeln hätte aber auf die beiden Versteigerungen im April und Juli noch keine Auswirkung. Auch Aneel-Direktor José Jurhosa kritisierte das Vorgehen des Rechnungshofs. „Das sind Entscheidungen, die dem Kontrollorgan nicht zustehen.“

Bei den kommenden beiden Versteigerungsrunden dürfen Unternehmen, die Insolvenz angemeldet haben oder Verpflichtungen aus früheren Konzessionsverträgen nicht erfüllt haben, nicht antreten. Davon ist zum Beispiel der spanische Konzern Abengoa betroffen, der bei früheren Versteigerungen den Zuschlag für mehrere Leitungsabschnitte bekommen hatte.

Freitag, 4. März, 2016

Sponsor

Ausgaben für Infrastrukturprogramm PAC sinken auf Niveau von 2009

Dem Wachstumsbeschleunigungsprogramm PAC, mit dem Brasiliens Ex-Präsident „Lula“ da Silva auf die Weltwirtschaftskrise 2008/2009 reagierte und das von seiner Nachfolgerin Dilma Rousseff fortgeführt wurde, geht die Puste aus. Angesichts eines Lochs von mindestens 60 Mrd. R\$ in den öffentlichen Kassen in diesem Jahr, von dem inzwischen selbst die Regierung ausgeht, strich diese die Mittel für das Infrastrukturprogramm für 2016 auf 30,7 Mrd. R\$ zusammen. Der Kongress wollte ursprünglich 65,6 Mrd. R\$ bewilligen. 2012 gab es noch 73,9 Mrd. R\$ für das PAC im Staatshaushalt. Nur im Jahr 2009 gab die Regierung mit 28,4 Mrd. R\$ weniger Geld für das Programm aus, das damals noch in den Kinderschuhen steckte.

„Diese Zahlen sind wie Wolken“, kritisierte der Ökonom Cláudio Frischtak vom Beratungsunternehmen Inter.B. gegenüber O Estado de S.Paulo, und fügte hinzu: „sie sind jeden Tag anders.“ Frischtak fürchtet, dass die öffentlichen Investitionen dieses Jahr dem Sparzwangs gänzlich zum Opfer fallen könnten.

Die Ausgaben für das Infrastrukturprogramm PAC gehen wegen der leeren Staatskassen seit Beginn der zweiten Amtszeit von Präsidentin Rousseff zurück. Die Devise für diese Jahr lautet, laufende Investitionsprojekte zu Ende zu bringen. „Unser Priorität liegt auf dem Abschluss von Investitionsprojekten“, bestätigte der Planungsminister Valdir Simão am 18. Februar bei der Vorstellung des neuen PAC-Budgets für dieses Jahr. Für neue Projekte gibt es eine Ausgabengrenze von 26,4 Mrd. R\$. Mit dem übrigen Geld sollen Vorhaben bezahlt werden, die schon in den letzten Jahren beauftragt wurden.

Mit 8,2 Mrd. R\$ bekommt das Wohnungsbauförderprogramm „Minha Casa, Minha Vida“ auch in diesem Jahr wieder das größte Stück vom Kuchen ab. Letztes Jahr gab die Regierung allerdings noch 30 Mrd. R\$ für das Sozialprogramm aus, fast so viel wie 2016 für das PAC insgesamt zur Verfügung stehen. 8,1 Mrd. R\$ sind für Straßen- und Eisenbahnprojekte eingeplant. Das brasilianische Verteidigungsministerium soll dieses Jahr 4,6 Mrd. R\$ für ein neues Satellitenprogramm bekommen. Für die Verlagerung des Rio São Francisco zur besseren Wasserversorgung des trockenen Nordosten sind 2,9 Mrd. R\$ vorgesehen. Bildungs- und Luftfahrtministerium bekommen 1,6 Mrd. R\$ an Investitionsmitteln aus dem Programm. Auch ein Teil der Kosten für die Olympischen und Paralympischen Spiele in Rio de Janeiro kommt aus dem PAC.

Tabellen

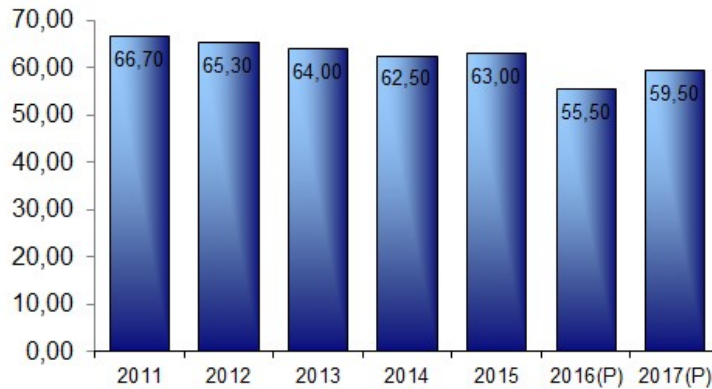
Wechselkurs zum Jahresende

(R\$/US\$)



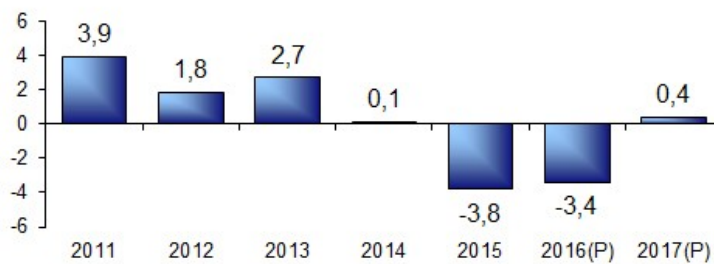
Ausländische Direktinvestitionen

(In Mrd. US\$)



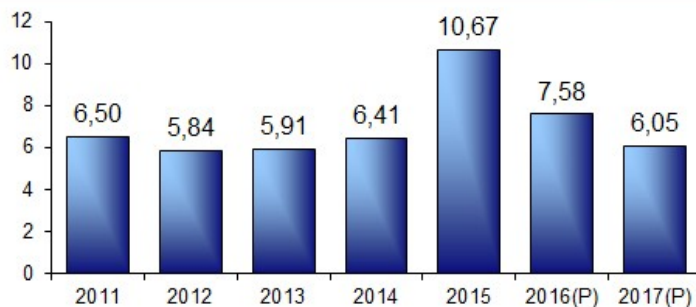
Entwicklung des BIP

(In %)



Inflationsindex IPCA

(Jahresdurchschnitt in %)



Freitag, 4. März, 2016

Impressum

Herausgeber:

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

Projektkoordination:

Cynthia Navarro

kontakt@wochenbericht.com.br

Projektverantwortlich:

Eckart Michael Pohl

Redaktion:

Oliver Döhne

Sponsoring | Anzeigen:

Célia Utsch

anuncios@ahkbrasil.com

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

www.ahkbrasil.com | Tel. +55 11.5187.5167