

Donnerstag, 30. April, 2015

Sponsor Gold

## Petrobras schreibt 51 Mrd. R\$ ab – allein 6,2 Mrd. R\$ wegen Korruption

Mineralölkonzern veröffentlicht endlich geprüfte Jahresbilanz für 2014

### Herausgeber:

Deutsch-Brasilianische  
Industrie- und Handelskammer  
Câmara de Comércio e Indústria  
Brasil-AlemanhaGERMANY  
TRADE & INVEST

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

#### Sparpaket dürfte 60 Mrd. R\$ umfassen

Höhere Ausgabenkürzungen sind aus Sicht der Regierung nicht durchsetzbar

#### Rezession bremst Konsum in allen sozialen Schichten

Haushalte mit niedrigem Einkommen leiden am meisten, weil sie kaum Spielraum zum Sparen haben

### Außenhandel

#### Marfrig setzt stärker auf Exporte

Fleischriebe reagiert auf hohen Rindfleischpreis und schwache Nachfrage in Brasilien

#### Finanzministerium will Export-Bürokratie abbauen, um Wachstumsimpulse zu setzen

Unternehmen sollen Zeit und Geld sparen

### KFZ

#### Hyundai fährt gegen den Trend

Koreanischer Hersteller produziert mit voller Kapazität und gewinnt Marktanteile

#### Fiat eröffnet zweites Werk in Brasilien und rechnet mit Markterholung im zweiten Halbjahr

In Goiana/Pernambuco sollen bis zu 250.000 Jeeps pro Jahr gefertigt werden

### Unternehmen

#### CPFL Renováveis erzielt Zusatzeinnahmen aus Windpark in Rio Grande do Norte

Vorzeitig fertiggestellter Park kann Strom auf dem Spotmarkt verkaufen

#### Brauereigruppe Petrópolis verdoppelt Marktanteil im Nordosten

Zweitgrößter brasilianischer Bierbrauer hat zwei Standorte in der Region eröffnet

### Kurzmeldung / Statistik

#### Volumen der Speicherseen im Südosten steigt auf 32%

Stromrationierungen können damit dieses Jahr wohl vermieden werden

### Tabellen

Statistiken über die brasilianische Wirtschaft

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Sponsor Silber

Donnerstag, 30. April, 2015

Sponsor

## Petrobras schreibt 51 Mrd. R\$ ab – allein 6,2 Mrd. R\$ wegen Korruption

Nach monatelanger Verzögerung aufgrund der laufenden Ermittlungen im Korruptionsskandal hat der Mineralölkonzern Petrobras am 22. April endlich eine geprüfte Bilanz für das dritte Quartal 2014 und das gesamte letzte Jahr vorgelegt. Der Veröffentlichung vorausgegangen war eine achtstündige Sitzung des Verwaltungsrats des staatlich kontrollierten Konzerns. Der seit Februar amtierende Vorstandsvorsitzende Aldemir Bendine ließ in der Jahresbilanz 2014 50,8 Mrd. R\$ wertmindernd abschreiben. Allein die durch Korruption entstandenen Schäden wurden auf 6,2 Mrd. R\$ beziffert. Außerdem wurden die Werte von Aktiva in den Sparten Raffinerie, Exploration und Erdölförderung sowie Petrochemie um 44,3 Mrd. R\$ nach unten korrigiert.

Im Raffineriegeschäft musste der Konzern Abschreibungen von 30,9 Mrd. R\$ hinnehmen. Dafür verantwortlich sind die Raffinerie Abreu und Lima in Pernambuco und der petrochemische Komplex Comperj in Rio de Janeiro. Beide Projekte werden später fertig und sind deutlich teurer als geplant. Bei der Wertminderung um 10 Mrd. R\$ im Bereich Exploration und Förderung von Öl und Gas folgte Petrobras der Konkurrenz. Aufgrund des starken Ölpreisverfalls müssen alle internationalen Ölkonzerne derzeit im Kerngeschäft Wertberichtigungen vornehmen. Die Aktiva im Petrochemie-Geschäft wurden um 2,9 Mrd. R\$ nach unten korrigiert. Durch die Wirtschaftskrise in Brasilien sinken die Nachfrage und die Margen in diesem Bereich.

Um die durch die Korruption verursachten Abschreibungen zu kalkulieren, wurde geschätzt, dass alle Verträge mit 27 Drittfirmen in den Jahren 2004 bis 2012 um 3% übersteuert waren. Bei den Zeugenaussagen im Korruptionsprozess waren 3% Schmiergeld als üblicher Satz angegeben worden.

Konzernchef Bendine unterstrich, dass das Unternehmen mit der Veröffentlichung der Zahlen die Glaubwürdigkeit gegenüber seinen Aktionären und Gläubigern zurückgewinnen wolle: „Zwei Prinzipien haben unsere Arbeit [bei der Berechnung der Korruptionsschäden] geleitet: Transparenz und Glaubwürdigkeit. Sie waren grundlegend dafür, dass wir das Siegel der [Buchprüfungsgesellschaft] PriceWaterhouseCoopers bekommen haben.“ Bendine bekräftigte zugleich, dass der Konzern im Zuge der Ermittlungen einen Teil der Schmiergelder zurückbekommen könnte. Er stellte Petrobras als Opfer des Korruptionsschemas dar. Die Bilanzzahlen bezeichnete Bendine als „konservativ“ und betonte, dass diese sehr sorgfältig ermittelt wurden.

Der Vorstandsvorsitzende wiederholte, dass der überschuldete Ölkonzern dieses Jahr keine Dividenden an seine Aktionäre zahlen werde. Finanzvorstand Ivan Simões will das Jahr mit einem Plus von 20 Mrd. USD in der Kasse beenden, um die Schulden zu senken. Nur 3 Mrd. USD sollen dabei aus dem Verkauf von Aktiva stammen. Für das laufende Jahr braucht der Konzern 13 Mrd. USD an neuen Krediten, die er bereits weitestgehend aufnehmen konnte.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

## Sparpaket dürfte 60 Mrd. R\$ umfassen

Die brasilianische Regierung will Mitte Mai ein Sparpaket beschließen, um mit der Sanierung der Staatsfinanzen voranzukommen. Das Volumen der Haushaltskürzungen für das laufende Jahr dürfte bei etwa 60 Mrd. R\$ liegen. Ambitioniertere Sparziele von 70 Mrd. R\$ oder 80 Mrd. R\$, die in Brasília und auf dem Finanzmarkt in São Paulo zirkulierten, sind aus Sicht der Regierung nicht durchsetzbar. Der Nachrichtenagentur Agência Estado zufolge soll Finanzminister Joaquim Levy höchstpersönlich gesagt haben, dass „viel mehr nicht möglich ist“.

Levy rechnet allerdings mit Zusatzeinnahmen von 30 Mrd. R\$, die helfen sollen, den Haushalt wieder ins Gleichgewicht zu bringen. Die Mehreinnahmen sollen durch höhere Steuern und Sondereinnahmen aus anderen Bereichen erreicht werden. Bereits beschlossen wurde die Einführung der Sozialabgaben PIS und Cofins auf Erträge aus Finanzgeschäften von Unternehmen. Das Finanzministerium prüft derzeit weitere Steuererhöhungen. Zur Debatte stehen unter anderem eine höhere Gewinnsozialabgabe (CSLL) für Finanzinstitute.

Durch die Sparmaßnahmen und Einnahmesteigerungen will Brasília dieses Jahr einen Primärüberschuss von 55,3 Mrd. R\$ im Bundeshaushalt erwirtschaften. Die Gliedstaaten und die Gemeinden sollen weitere 11 Mrd. R\$ beitragen. Ausgewiesenes Ziel von Finanzminister Levy ist, dass die öffentlichen Haushalte zusammen einen Überschuss in Höhe von 66,3 Mrd. R\$ oder 1,2% des Bruttoinlandsproduktes (BIP) erreichen. Der Primärüberschuss dient dazu, Zinsen zu bezahlen und Schulden zu tilgen. Für das nächste Jahr strebt das Finanzministerium gemäß dem Entwurf für das Haushaltsgesetz sogar einen Überschuss von 2% des BIP an. Forderungen von Teilen der Regierung, diese Haushaltsziele aufzuweichen, widersetzten sich der Finanzminister und sein Team offenbar erfolgreich.

Bis zur Verkündung des Sparpakets wird die Regierung ein Dekret zur vorläufigen Deckelung der Staatsausgaben verabschieden. Dieses dürfte auf der selben Linie liegen wie ein Erlass aus Januar, der die monatlichen Staatsausgaben auf 1/18 des Gesamthaushalts für dieses Jahr beschränkte. Das neue Dekret ist erforderlich, weil das alte seine Wirkung verloren hat, nachdem Staatspräsidentin Dilma Rousseff das Haushaltsgesetz für das laufende Jahr unterzeichnet hat. Nach der Unterzeichnung hat die Regierung 30 Tage Zeit, das endgültige Sparpaket zu beschließen.

Sponsor

**AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ**

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

## Rezession bremst Konsum in allen sozialen Schichten

Durch die aktuelle Wirtschaftskrise verdüstert sich auch die Verbraucherstimmung in Brasilien immer weiter. Laut der aktuellen Umfrage des nationalen Handelsverbandes CNC ist die Konsumabsicht der brasilianischen Familien im April um 6,9% gegenüber März zurückgegangen. Mit 102,9 Punkten ist der Index damit zugleich auf den tiefsten Stand seit Beginn der Messreihen im Januar 2010 gefallen.

Familien mit niedrigerem Haushaltseinkommen spüren die schwierige Wirtschaftslage stärker als solche mit hohem Einkommen. In Haushalten mit einem monatlichen Einkommen von bis zu 10 Mindestlöhnen (7.780 R\$) liegt der Index, der den aktuellen Konsum misst, mit 78,4 Punkten deutlich unter dem Konsumindex der Familien mit einem Einkommen über 10 Mindestlöhnen (85,4 Punkte).

Der unterschiedliche Umgang mit der Krise hängt mit der Struktur der Haushaltsausgaben zusammen. Einer Studie des brasilianischen Statistikinstituts IBGE zufolge geben die einkommensschwächeren Familien der Klassen D und E 67,5% des monatlichen Haushaltseinkommens für Nahrungsmittel, Miete und Wohnnebenkosten aus. In der Mittelklasse (Klasse C) haben die Lebenshaltungskosten nur einen Anteil von 57,2% an den monatlichen Ausgaben. In der oberen Mittelklasse (Klasse B) und der einkommensstärksten Klasse A sinkt ihr Anteil auf 47,9% des Monatsbudgets. „Die Familien der Klasse A haben eine viel größere Anpassungsfähigkeit ihres Budgets als die unterste Schicht, deren Konsum sich auf die lebensnotwendigen Güter konzentriert“, erklärte die Ökonomin Ana Maria Bonomi Barufi vom Banco Bradesco gegenüber Brasil Econômico, „während sich die Klasse A entscheiden kann, zu sparen, weil der Zinssatz höher ist [...] oder die Restaurantbesuche streichen kann, die fast 50% der Ausgaben darstellen, muss die Klasse C entscheiden, was sie im Supermarkt kauft oder nicht.“ Renato Meirelles, Präsident des Meinungsforschungsinstituts Data Popular fügte hinzu: „Die Klasse C spart an überflüssigen Dingen wie Joghurt, Frischkäse oder Erfrischungsgetränken. Die Klasse A wechselt dagegen die Waschmittelmarke.“

Um die Konsumerrungenschaften der letzten Jahre nicht aufzugeben, greifen einkommensschwächere Familien auf altbewährte Strategien zurück: Preisvergleich, Kollektivkäufe, Bevorratung mit lang haltbaren Produkten, Markenwechsel. Doch angesichts einer Inflationsrate von 8,13% in den letzten 12 Monaten bis März suchen auch einkommensstärkere Haushalte verstärkt nach Sonderangeboten. Laut Christian Travesso, Volkswirt beim Handelsverband von Rio de Janeiro Fecomércio-RJ, ist der Preis auch bei markenbewussten Verbrauchern der Oberschicht zu einem wichtigen Entscheidungskriterium beim Einkauf geworden.

„Das Abbremsen beim Konsum, das 2014 begonnen hat, hält zu Jahresbeginn an. Waren, die nicht zum täglichen Bedarf gehören und Segmente, die stärker von Krediten abhängen, werden vernachlässigt, wie zum Beispiel Weiße Ware“, sagte Travesso gegenüber Brasil Econômico. Die Umfrage des Handelsverbands CNC zeigt nicht von ungefähr, dass die Kaufabsicht für langlebige Konsumgüter bei Familien mit niedrigem Einkommen (79 Punkte) und mit hohem Einkommen (79,4 Punkte) fast gleichauf liegt. Carlos Thadeu, Chef-Volkswirt beim CNC, verwies allerdings darauf, dass die Klasse A von der Krise profitieren könne, weil sie ihr Geld gut verzinst anlegen könne, statt es auszugeben, während die einkommensschwächeren Schichten stärker unter der Rezession litten.

Sponsor

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

Sponsor

## Marfrig setzt stärker auf Exporte

Marfrig, drittgrößtes brasilianisches Lebensmittelunternehmen, will seine Rindfleischexporte in diesem Jahr weiter steigern. Der Exportanteil am Gesamtumsatz der Marfrig Beef Brasil soll nach Angaben ihres Vorstandsvorsitzenden Andrew Murchie dieses Jahr 50% des Gesamtumsatzes erreichen. 2014 lag der Anteil bei 45% und 2012 bei 36,9%. „Bis vor einigen Jahren war Brasilien der wichtigste Markt für Marfrig. Es war ein aufstrebendes Land, das besondere Fleischsorten entdeckte. Doch die Situation hat sich ein bisschen verändert und [jetzt] rückt der Export nach vorne“, erklärte Murchie gegenüber Valor Econômico.

Durch das Zusammenspiel von Rekordpreisen für Rindfleisch – eine Arroba (14,7 kg) Schlachtrind kostet in São Paulo aktuell fast 150 R\$ – und schwacher Nachfrage sind die Margen von Marfrig im ersten Quartal zusammengeschmolzen. Laut Murchie verbessern sich die Gewinnspannen vor allem im Exportgeschäft seit März aber wieder. Er rechne mit einem besseren zweiten Quartal. Die seit letztem Jahr verfolgte Strategie, stärker auf das Exportgeschäft zu setzen, beginne sich auszuzahlen.

2014 erzielte Marfrig Beef einen Umsatz von 9,6 Mrd. R\$. Der Gewinn vor Steuern und Abschreibungen (Ebitda) lag bei 9,7% des Umsatzes. Detaillierte Zahlen zum Geschäft in Brasilien wurden nicht veröffentlicht. Die Rindfleisch-Division trug 46% zum Gesamtumsatz des Fleischriesens bei. Zum Unternehmen gehören außerdem die irische Hühnerfleisch-Tochter Moy Park und die amerikanische Marke Keystone, die sich auf die Versorgung von Fastfood-Ketten spezialisiert hat.

In Brasilien betreibt Marfrig zur Zeit 13 Schlachthöfe. Murchie zufolge muss keine weitere Anlage wegen des gesunkenen Angebots an Schlachtrindern stillgelegt werden. Ende letzten Jahres hatte Marfrig bereits zwei Schlachtereien geschlossen. In den nächsten Wochen und Monaten dürfte das Schlachtvolumen im Land wieder ansteigen. Nach dem Ende der Regenzeit sind fette Weiden rar und die Rinderzüchter werden Tiere, die sie bisher zurückgehalten haben, um den Preis hochzuhalten, nun auf den Markt bringen.

Prognosen zur Entwicklung der Nachfrage in Brasilien wollte der CEO von Marfrig Beef angesichts der unsicheren Wirtschaftslage nicht abgeben. Derzeit setzt das Unternehmen in seinem Heimatland darauf, den Produktmix zu verbessern, um bessere Margen zu erzielen. Der Fleischkonzern will zum Beispiel ein spezielles Trockenfleisch (Charqui) im wohlhabenderen Süden und Südosten des Landes auf den Markt bringen, das aus wertvolleren Fleischteilen hergestellt wird als in den ärmeren Regionen Norden und Nordosten. Die Verpackungsgrößen sollen kleiner sein. Marfrig will etwa 4.000 Tonnen Charqui im Süden und Südosten verkaufen und dadurch den Anteil hochwertiger Produkte im Portfolio erhöhen.

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

Sponsor

## Finanzministerium will Export-Bürokratie abbauen, um Wachstumsimpulse zu setzen

Das brasilianische Finanzministerium hat die Vereinfachung der bürokratischen Prozesse für Exporte und Importe auf die Tagesordnung gesetzt. Es will auf diese Weise die Wettbewerbsfähigkeit des Landes stärken und Wachstumsimpulse für die Wirtschaft setzen.

Der Wirtschaftsstaatssekretär im Finanzministerium, Paulo Corrêa, wies darauf hin, dass der Zeitaufwand, den Unternehmen zum Ausfüllen aller erforderlichen Import- oder Exportdokumente benötigen, reduziert werden muss. "Das ist ein sehr wichtiges Thema, das einen großen Einfluss auf Importe und Exporte haben kann. Für Brasilien gibt es verschiedene Studien, die dies beweisen", erklärte Corrêa auf einer Veranstaltung für Investoren in New York.

Eine der genannten Studien zeigt, dass Exporteure ihre Steuernummer auf 17 und die Zolltarifnummer des Produktes auf 13 verschiedenen Dokumenten angeben müssen. Insgesamt haben 27 verschiedene staatliche Stellen mit Warenausfuhren zu tun. Das führt dazu, dass Unternehmer vergleichbare Prozedere wiederholen müssen, um eine einzige Transaktion durchzuführen. Der damit verbundene Zeit- und Kostenaufwand ist hoch.

Der brasilianische Industrieverband CNI forderte auf Grundlage einer Untersuchung von Professor Lucas Ferraz von der Wirtschaftshochschule FGV-EESP in São Paulo, den Zeitaufwand für Exportdokumente von durchschnittlich 13 auf 8 Tage zu verkürzen. Diese Maßnahme allein könnte im kommenden Jahr für ein zusätzliches Wachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP) von 1,2 % (23,8 Mrd. USD) sorgen. Basierend auf der Studie von Professor Ferraz ist das Finanzministerium zu dem Ergebnis gekommen, dass Importeure durch eine Beschleunigung der bürokratischen Prozesse bis zu 22% Kosten sparen können und Exporteure 15% bis 18%.

Als einen ersten Schritt zum Bürokratieabbau hat die Regierung im letzten Dezember das Einheitsportal (Portal Único) auf den Weg gebracht, das alle Ausfuhrdokumente über ein zentrales elektronisches Postfach in digitalisierter Form entgegennimmt. Doch die Verhandlungen der verschiedenen involvierten staatlichen Organe, wie das System vereinfacht werden kann, dauern an. Ministerien und die Bundesfinanzbehörde Receita Federal arbeiten laut Staatssekretär Corrêa gemeinsam daran.

Studien zeigen, dass Verzögerungen beim Export verarbeiteten Gütern mehr schaden als Commodities. Deswegen ist die Beschleunigung der Prozesse für Industriegüter für das Ministerium besonders wichtig. Es erhofft sich davon einen „Produktivitätsschock“ für die Industrie. Auch die Vereinheitlichung der Warenverkehrssteuer (ICMS) zwischen den einzelnen brasilianischen Bundesstaaten steht auf der Tagesordnung des Ministeriums. Finanzminister Joaquim Levy hatte sich dazu Anfang April mit seinen Kollegen aus den Gliedstaaten beraten – ohne allerdings ein Ergebnis zu erzielen.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

## Hyundai fährt gegen den Trend

Während die meisten großen Fahrzeughersteller in Brasilien die Produktion kürzen und dafür Mitarbeiter entlassen, Arbeitsverträge suspendieren oder ihre Belegschaft in den Zwangsurlaub schicken, ist das Werk des koreanischen Herstellers Hyundai in Piracicaba (Bundesstaat São Paulo) voll ausgelastet. Die Fabrik arbeitet rund um die Uhr im Dreischicht-Betrieb. An einigen Samstagen werden Sonderschichten gefahren. Die Koreaner wollen dieses Jahr wie 2014 wieder 180.000 Autos in Piracicaba produzieren und damit die Kapazität des Werks voll ausnutzen.

Der CEO von Hyundai Brasilien, William Lee, stellte heraus, dass die Marke bei Neuzulassungen im ersten Quartal einen Marktanteil von 7,5% erreicht hat. Vor einem Jahr waren es noch 6,6%. „Trotz der Krise haben wir unsere Marketingmaßnahmen nicht vermindert. Wir bieten ein Produkt an, das Verbraucher wegen seiner Qualität anzieht“, sagte Lee gegenüber O Estado de S.Paulo.

Bis Ende März setzte Hyundai insgesamt 48.400 Fahrzeuge in Brasilien ab. Vom Kompaktwagen HB20, der im Land produziert wird, verkauften sich mit 37.200 Stück dabei mit Abstand am meisten. Die anderen Einheiten wurden importiert oder kamen aus der Fabrik der Caoa Gruppe in Anápolis (Goás), in der ebenfalls einige Hyundai-Modelle gefertigt werden.

In der ersten Aprilhälfte war der HB20 das meistverkaufte Auto in Brasilien. Die Marketingstrategie ist Teil dieses Erfolgs. Hyundai bietet seinen Kunden die Finanzierung des Kompaktwagens mit nur 30% Anzahlung an. Die meisten Konkurrenten verlangen 40% bis 50% des Kaufpreises als Anzahlung. „Wie ziehen viele Eltern an, die das erste Auto für ihre Kinder kaufen wollen“, erläuterte Lee.

Der 56-jährige Koreaner leitet die Geschicke von Hyundai Brasilien seit Januar 2013. Die aktuelle Wirtschaftskrise hält er für „gesünder“ als die Krisen 1997 und 2008, die durch externe Schocks ausgelöst wurden: „Der aktuelle Druck kommt von innen, doch Brasilien hat eine starke wirtschaftliche Basis und dürfte sich durch die Sparmaßnahmen im nächsten Jahr wieder erholen.“

Über neue Investitionen in das brasilianische Hyundai-Werk will Lee erst nachdenken, wenn ein tragfähiger Wirtschaftsaufschwung da ist. Dort könnte zum Beispiel auch ein SUV-Modell oder ein Mittelklassewagen hergestellt werden. Außerdem wird die lokale Produktion von Motoren und Getriebe, die derzeit noch aus Korea importiert werden, überlegt. „Der Schritt wird gemacht, wenn wir Indikatoren haben, die eine Produktionserhöhung rechtfertigen“, erklärte Lee. Brasilien ist der siebte ausländische Hyundai-Standort. Das Werk in Piracicaba wurde 2012 eröffnet. Die Investitionen beliefen sich auf 700 Mio. USD. Mögliche Fahrzeugexporte in andere lateinamerikanische Länder hängen Lee zufolge nicht nur vom Wechselkurs sondern auch von einer stabilen Nachfragen aus Ländern wie Argentinien und Mexiko ab.

Hyundai beschäftigt in Piracicaba 2.700 Mitarbeiter. Weitere 2.300 Menschen arbeiten in den neun Unternehmen des Zulieferer-Parks. Kurz nach seiner Eröffnung wurde das Werk einen Tag lang bestreikt. Die Arbeiter forderten höhere Löhne. Hyundai lenkte ein und seitdem gab es keine weiteren Störungen des Betriebsablaufs durch Streiks. Laut dem Generalsekretär der Metallgewerkschafter in Piracicaba, Wagner da Silveira, verdienen einfache Arbeiter zwischen 2.500 R\$ und 2.700 R\$ pro Monat. Geschäftsführung und Gewerkschafter treffen sich jede Woche an einem „Runden Tisch“, um im ständigen Dialog zu bleiben.

Sponsor

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

Sponsor

## Fiat eröffnet zweites Werk in Brasilien und rechnet mit Markterholung im zweiten Halbjahr

Inmitten der schweren Absatzkrise der brasilianischen Automobilindustrie weicht Fiat Chrysler am 28. April in Goiana im Bundesstaat Pernambuco sein zweites brasilianisches Werk offiziell ein. An dem neuen Standort sollen künftig bis zu 250.000 Geländewagen des Modells Jeep Renegade pro Jahr vom Band rollen. Der Renegade tritt in Brasilien in der Kompakt-SUV-Klasse gegen den Ford Ecosport, den Renault Duster und den Honda HR-V an. Fiat ist zuversichtlich, dass die steigende Nachfrage nach dem Jeep die Absatzverluste in anderen Segmenten wettmachen kann. „Das ist ein Produkt in einer Nische abseits der Krise“, erklärte der Lateinamerika-Chef von Fiat Chrysler, Cledorvino Belini, gegenüber Valor Econômico. Er fügte hinzu: „Das SUV-Segment wächst und nimmt anderen Segmenten Marktanteile ab. Es liegt zur Zeit bei 6% und tendiert nach oben. 2018 oder 2020 wird ein Marktanteil von 16% erwartet.“

Die Fabrikeinweihung in Pernambuco ist ein kleiner Lichtblick inmitten eines Meeres von schlechten Nachrichten für die Automobilbranche. Der brasilianische Herstellerverband Anfavea prognostiziert für das laufende Jahr ein Absatzminus von 13% gegenüber 2014. Allein im ersten Quartal sind die Verkaufszahlen um 16% eingebrochen. Bereits im letzten Jahr war der Automarkt um 7,1% geschrumpft. Fiat verzeichnete sogar ein Minus von 8,5%, weil sich die Marke weigerte, beim Preiskrieg der Konkurrenz mitzumachen.

Belini zeigte sich allerdings zuversichtlich, dass die Absatzzahlen sich in der zweiten Jahreshälfte und im kommenden Jahr erholen werden. „2015 werden wir bei Fiat ein Verkaufsvolumen nah an dem von 2014 haben oder vielleicht sogar besser. Wir sind noch am Jahresanfang, aber wir glauben, dass wir durch neue Produkte das [Vorjahresniveau] halten werden.“ Außer dem Renegade will Fiat im nächsten Jahr noch einen weiteren Jeep auf den Markt bringen. Zudem wird es in diesem und im nächsten Jahr vier neue Fiat-Modelle geben.

Positive Effekte erhofft sich der italienische Autobauer auch durch die Abwertung des brasilianischen Real. Dadurch werden die in Brasilien produzierten Fahrzeuge im Ausland wettbewerbsfähiger und damit tun sich neue Räume für Exporte auf, erinnerte Lateinamerika-CEO Belini. „Im letzten Jahr haben wir zum Beispiel [gut] 3.000 Fahrzeuge nach Mexiko exportiert und dieses Jahr wollen wir 15.000 exportieren.“ Gerade der Jeep und andere Freizeitmodelle wie der Palio Weekend dürften laut Belini in Mexiko, afrikanischen Ländern und eventuell auch in den USA nachgefragt werden. Argentinien bleibt mit 45.000 Fahrzeugen der wichtigste Exportmarkt, wobei Fiat Brasilien vor der Wirtschaftskrise in dem Nachbarland dort bis zu 90.000 Fahrzeuge pro Jahr verkauft hat.

Fiat Chrysler steht im Gegensatz zu den meisten Konkurrenten vor der Herausforderung, lange geplante Investitionen zu Ende zu führen und gleichzeitig Kosten sparen zu müssen. Neben dem Bau der neuen Fabrik in Pernambuco modernisiert der italienische Hersteller zur Zeit sein Stammwerk in Betim im Bundesstaat Minas Gerais. Die Kapazität der Fabrik wird bis Jahresende von 800.000 auf 950.000 Einheiten pro Jahr erweitert. Insgesamt investiert die Marke 7 Mrd. R\$ im Land. Auf die Frage, ob Kosteneinsparungen Stellenkürzungen bedeuteten, antwortete Belini, dass Entlassungen um jeden Preis vermieden werden sollen. Noch versucht der Hersteller den Produktionsrückgang durch Kollektivferien abzufedern. Allein im März blieben 2.000 Arbeiter zwangsweise zu Hause.

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

/kpmgbrasil kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

Sponsor

## CPFL Renováveis erzielt Zusatzeinnahmen aus Windpark in Rio Grande do Norte

Der im Bundesstaat Rio Grande do Norte gelegene Windpark Morro dos Ventos II des Betreibers CPFL Renováveis ist acht Monate eher als geplant fertig geworden. Die Erneuerbare-Energien-Tochter des Stromversorgers CPFL aus São Paulo muss vertragsgemäß erst ab Januar 2016 Strom aus dem Park liefern. Da die Windräder aber bereits an das Stromnetz angeschlossen sind, kann das Unternehmen den Strom bis dahin auf dem freien Markt verkaufen.

André Dorf, CEO von CPFL Renováveis, erklärte gegenüber Valor Econômico, dass sich das Unternehmen angesichts der hohen Strompreise auf dem Spotmarkt mit der Fertigstellung des Parks beeilt habe. Die Beschleunigung der Bauarbeiten sei Synergien mit zwei weiteren Windparks in der Region zu verdanken: „Es war möglich, die Infrastruktur des Umspannwerkes und der Übertragungsleitungen zu teilen und die gleichen Teams zu nutzen, die die anderen Parks in der Nähe bauen“, sagte der Unternehmenschef. Zudem habe GE die Windanlagen vorzeitig und ohne Mehrkosten geliefert. Dorf betonte, dass durch die schnellere Fertigstellung keine Zusatzkosten entstanden seien: „Die durchschnittlichen Kosten pro [installiertem] MW lagen wie erwartet zwischen 4,5 Mio. R\$ und 5 Mio. R\$. Die Rendite ist durch die vorzeitige Inbetriebnahme deutlich gestiegen.“

Falls der Strompreis auf dem freien Markt das ganze Jahr auf dem Höchstwert von 388,48 R\$ pro erzeugter MWh verharren sollte, könnte das Unternehmen Zusatzeinnahmen von 34,2 Mio. R\$ einstreichen. Morro dos Ventos II hat eine installierte Gesamtleistung von 29,2 MW und eine mittlere Erzeugungskapazität von 15,3 MW.

Trotz der Möglichkeit, von den derzeit hohen Strompreisen zu profitieren, plant CPFL Renováveis laut ihrem Vorstandsvorsitzenden, keine weiteren Parks vorzeitig fertigzustellen. Das Energieunternehmen baut noch zwei weitere Windparks in Rio Grande do Norte mit einer Gesamtleistung von 231 MW, die im zweiten Quartal 2016 fertig werden sollen. Zum Portfolio des Unternehmens gehören zudem ein Kleinwasserkraftwerk in Minas Gerais mit 24 MW Kapazität, das im nächsten Jahr ans Netz gehen soll, sowie ein Windpark in Ceará mit 51,3 MW Leistung, der 2018 fertig werden soll. Laut Dorf liegen alle Projekte im Zeitplan.

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

Sponsor

## Brauereigruppe Petrópolis verdoppelt Marktanteil im Nordosten

Trotz sinkender Absatzzahlen auf dem brasilianischen Biermarkt im ersten Quartal will die Brauereigruppe Petrópolis aus dem Bundesstaat Rio de Janeiro in diesem Jahr ihren Umsatz um 35% auf 12 Mrd. R\$ steigern. Grund für den Optimismus des zweitgrößten brasilianischen Bierbrauers ist das anziehende Geschäft in Nordostbrasilien. In der Region stehen zwei neue Petrópolis-Brauereien, durch die das Unternehmen seine Produktionskapazität im Land seit 2013 fast verdoppelt hat.

Im November 2013 hatte Petrópolis in Alagoinhas (Bahia) seine erste Brauerei im Nordosten eingeweiht. Mitte April 2015 wurde die zweite in Itapissuma (Pernambuco) offiziell in Betrieb genommen. Itapissuma ist der siebte Petrópolis-Standort in Brasilien. Die Anlage hat 600 Mio. R\$ gekostet und kann bis zu 600 Mio. Liter Bier pro Jahr herstellen. An beiden Eröffnungsfeiern nahm der ehemalige Staatspräsident „Lula“ da Silva teil, der selber aus dem Nordosten stammt.

Ein Teil der Anlagen in Pernambuco laufen bereits seit dem letzten Jahr. Die Stammmarke Itaipava erreichte deshalb bereits 2014 einen Marktanteil von fast 20% in dem Bundesstaat. Insgesamt lag der Marktanteil der Gruppe im Nordosten im März bei 13,7% und damit bereits leicht über dem brasilienweiten Anteil von 13,2%. Vor einem Jahr lag der Marktanteil im Nordosten noch bei 6,2%. In Brasilien ist Petrópolis mit großem Abstand hinter Marktführer Ambev die Nummer zwei unter den Brauereien, vor Heineken (9,3% Marktanteil) und Brasil Kirin (8,5%). Bis 2020 will die Gruppe 20% des Marktes erobern.

In den letzten beiden Jahren hat Petrópolis mehr als 3 Mrd. R\$ in den Bau der beiden neuen Standorte im Nordosten, sein Distributionsnetz und Marketingmaßnahmen investiert. Dieses Jahr sind weitere 771,79 Mio. R\$ vorgesehen, erklärte die Marketingmanagerin der Gruppe, Eliana Cassandre, gegenüber Valor Econômico. Sie wollte auch den Bau einer weiteren Brauerei im Nordosten nicht ausschließen, wenn das Wachstum in der Region so weitergeht. „Wir füllen weiße Gebiete, wo wir noch keine Präsenz hatten. Deswegen ist das Wachstum so schnell“, so Cassandre. Das reine Marketingbudget wird in diesem Jahr um 8% wachsen. Laut der Marketingmanagerin soll es eine gezielte Kampagne zu den Junifesten (São João) in den Bundesstaaten Bahia, Pernambuco und Paraíba geben, denn das Absatzvolumen sei in dieser Zeit vergleichbar hoch wie zu Karneval.

Cassandre erwartet 2015 einen stabilen Bierabsatz in Brasilien. Nach Angaben des Branchenverbandes CervBrasil sind die Verkaufszahlen im ersten Quartal allerdings um 4% zurückgegangen. „Das zweite Halbjahr ist noch ziemlich unbestimmt. Bislang stellen wir fest, dass der Verbraucher sein Geld beisammen hält“, meinte die Petrópolis-Managerin. Wichtig für die Brauereien sei es deshalb, die speziellen Wünsche der Konsumenten zu berücksichtigen. Dazu gehören zum Beispiel unterschiedliche Verpackungsgrößen in verschiedenen Bundesstaaten.

Derzeit vertreibt Petrópolis im Nordosten in erster Linie noch seine Hauptmarke Itaipava. Sobald die neue Produktionsanlage in Itapissuma ihre volle Kapazität erreicht, will der Bierbrauer auch die preisgünstigere Marke Crystal auf den Markt bringen. Bis zum Jahresende sollen der Energy Drink TNT und Marken des englischen Brauereikonzerns SABMiller folgen. SABMiller und Petrópolis sind seit letztem Jahr Partner.

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

## Volumen der Speicherseen im Südosten steigt auf 32%

Die Reservoirs der Wasserkraftwerke in den Regionen Südosten und Mittlerer Westen waren am 21. April nach Angaben des nationalen Stromnetzbetreibers ONS im Durchschnitt zu 32% gefüllt. Das entsprach einem Anstieg von 0,1% gegenüber dem Vortag und von 3,5% seit Monatsbeginn.

Der Generaldirektor des ONS, Hermes Chipp, hatte kürzlich in einem Interview einen Anstieg des Speichervolumens auf 32% bis 35% bis Ende April vorausgesagt. Laut Chipp ist dieser Wasserstand ausreichend, um eine Stromversorgung ohne Rationierungen bis zum Beginn der nächsten Regenzeit am Jahresende zu garantieren. Der Netzbetreiber ONS prognostiziert nun offiziell ein Speicherniveau von 33,2% am Monatsende.

Der Wasserstand der Reservoirs im Nordosten stieg bis zum 21. April auf 27%. Das sind ebenfalls 3,5% mehr als zu Monatsbeginn. In Nordbrasilien sind die Speicherseen derzeit zu 79,4% gefüllt, ein Plus von 17,5 Prozentpunkten seit Anfang April. Einzig im Süden des Landes ging das Speichervolumen in diesem Monat um 4% auf nun 35,3% zurück.

Sponsor

**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f e  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

## Tabellen

Sponsor

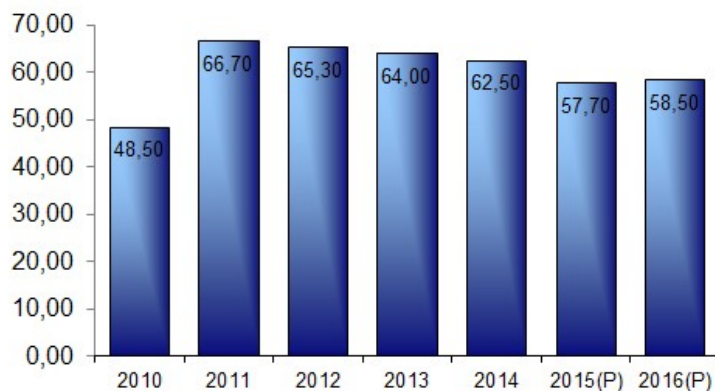
### Wechselkurs zum Jahresende

(R\$/US\$)



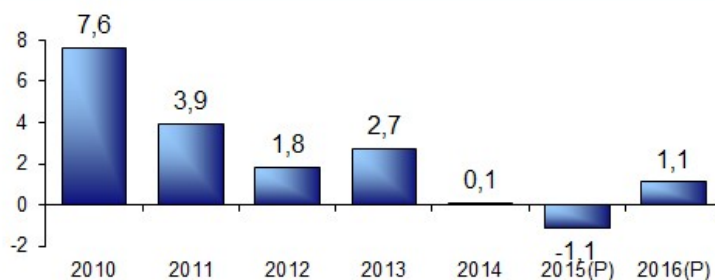
### Ausländische Direktinvestitionen

(In Mrd. US\$)



### Entwicklung des BIP

(In %)



### Inflationsindex IPCA

(Jahresdurchschnitt in %)



**KPMG**  
cutting through complexity

AGILITÄT,  
EFFIZIENZ UND  
TRANSPARENZ

in f b  
/kpmgbrasil

kpmg.com/BR

Donnerstag, 30. April, 2015

## Impressum

**Herausgeber:**

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

**Projektkoordination:**

Marco Túlio Pereira

[kontakt@wochenbericht.com.br](mailto:kontakt@wochenbericht.com.br)**Projektverantwortlich:**

Eckart Michael Pohl

**Redaktion:**

Oliver Döhne

**Sponsoring | Anzeigen:**

Célia Utsch

[anuncios@ahkbrasil.com](mailto:anuncios@ahkbrasil.com)

Weitere Informationen Analysen, Prognosen und aktuelle Wirtschaftsberichte finden Sie unter: [www.gtai.de](http://www.gtai.de)

[www.ahkbrasil.com](http://www.ahkbrasil.com) | Tel. +55 11.5187.5167