

revista **BrasilAlemanha**

2014 - Ano 22 - nº01

EDIÇÃO
ESPECIAL
SONDERAUSGABE

Prêmio Personalidade Brasil-Alemanha 2014

Deutsch-Brasilianische Persönlichkeitsehrung

Representação dos associados em alto nível / Mitgliederinteressen im Blick:

Câmara Brasil-Alemanha entrega à chanceler Merkel e à presidente Dilma 10 propostas construtivas de seus associados para o desenvolvimento do relacionamento econômico bilateral

AHK São Paulo überreicht Bundeskanzlerin Merkel und Staatspräsidentin Rousseff 10 konstruktive Vorschläge der Mitgliedsunternehmen zur Weiterentwicklung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen



Encontro Econômico Brasil-Alemanha 2014
Deutsch-Brasilianische Wirtschaftstage 2014



Deutsch-Brasilianische
Industrie- und Handelskammer
Câmara de Comércio e Indústria
Brasil-Alemanha



Voith: 50 anos no Brasil

Inspirando pessoas. Construindo confiança

Fundada em 1964, a Voith Brasil é a unidade do Grupo Voith mais antiga fora da Europa e hoje, considera-se uma empresa brasileira com raízes alemãs.

As tecnologias da Voith destacam-se na otimização do processo de fabricação de papel e para o desenvolvimento de produtos que economizam recursos; hidrogeração de energia; mobilidade e serviços para os mercados automotivo e de transporte; além de possuir as mais diversas tecnologias para a exploração, o transporte e o processamento eficiente e seguro de matérias-primas, como carvão, cobre, ferro e níquel e também para os mercados de petróleo e gás.

Inovação, confiabilidade e competência definem a Voith, presente há 50 anos no Brasil.

www.voith.com.br





Sumário/ Inhalt



16



22



62

08 Comentário econômico de Alexander Busch: "Nem tudo é sombrio no futuro do Brasil. Há luz no fim do túnel."

*Wirtschaftskommentar von
Alexander Busch:*

*„Nicht alles ist düster für die Zukunft
Brasiliens. Es gibt Lichtblicke.“*

14 Prêmio Personalidade Brasil- Alemanha 2014

*Deutsch-Brasilianische
Persönlichkeitsehrung 2014*

16 Antonio Roberto Cortes Personalidade Brasil-Alemanha 2014, pelo lado brasileiro

*Deutsch-Brasilianische Persönlichkeit 2014
auf brasilianischer Seite*

22 Dr. Reinhold Festge Personalidade Brasil-Alemanha 2014, pelo lado alemão

*Deutsch-Brasilianische Persönlichkeit 2014
auf deutscher Seite*

28 Empresas alemãs celebram jubileu no Brasil em 2014 2014 - Ein Jubiläumsjahr für zahlreiche deutsche Unternehmen in Brasilien

36 Anjos alemães investem em Startups brasileiras

*Deutsche Investoren setzen auf
brasilianische Start-ups*

44 Automobilísticas alemãs apostam no crescimento do mercado *premium* no Brasil

*Deutsche Autohersteller glauben an
Wachstum des Premiumsegments in
Brasilien*

52 Agronegócio exige mudanças para dar novo salto

*Agrobusiness fordert Reformen, um den
nächsten Sprung nach vorne machen zu
können*

62 Hidden Champions alemães dão receitas de sucesso para o mercado brasileiro

*Deutsche Hidden Champions liefern
Erfolgsrezepte für den brasilianischen Markt*

70 Industry for the Future: Brasil e Alemanha reafirmam cooperação

*„Industry for the Future“: Brasilien und
Deutschland stärken Kooperation*

72 Brasil e Alemanha apoiam o paraesporte

*Brasilien und Deutschland fördern
gemeinsam den Behindertensport*



60 anos de criatividade, sustentabilidade e realizações no Brasil

Evonik, o grupo industrial criativo da Alemanha é um dos principais líderes mundiais em especialidades químicas. A Evonik busca o crescimento sustentável com base no desenvolvimento de matérias-primas e soluções que respeitam o meio ambiente.

Saiba mais sobre os projetos no website:
www.evonik.com.br

Principais áreas de atuação:

- Agroquímicos e Biodiesel
- Farmacêutica
- Nutrição Animal
- Papel e Celulose
- Plásticos e Borracha
- Poliuretanos
- Química
- Saúde e Cuidados Pessoais
- Tintas, entre outras

Evonik. Power to create.



EVONIK
INDUSTRIES

Editorial



Thomas Schmall

Presidente da Câmara
Brasil-Alemanha de
São Paulo
Präsident der AHK
São Paulo

Prezados leitores,

Brasil e Alemanha mantêm entre si uma parceria consolidada. Prova disso é o volume movimentado com o comércio entre os dois países, que dobrou desde 2006, quase chegando a 22 bilhões de dólares em 2013. O Brasil é o mais importante parceiro comercial da Alemanha na América do Sul. Mais de 1.400 empresas de origem alemã têm subsidiárias no Brasil e são responsáveis por cerca de 10% do PIB industrial brasileiro, gerando em torno de 250 mil empregos.

Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento das relações entre Brasil e Alemanha, a Câmara Brasil-Alemanha desenvolveu o documento “10 Propostas Construtivas para o Desenvolvimento Econômico entre Brasil e Alemanha”, encartado nesta revista. Nesse material, estão reunidas propostas de dez empresas de origem alemã com atuação no Brasil para a melhoria do cenário de negócios.

Essa brochura foi entregue pessoalmente pela chanceler alemã Angela Merkel à presidente Dilma Rousseff durante um recente encontro. A presidente mostrou grande interesse em tratar dos assuntos e irá dar andamento junto aos ministérios responsáveis.

É nesse mesmo espírito de colaborar com o desenvolvimento da parceria entre os dois países, como está descrito em sua missão de fomentar o intercâmbio de investimento, comércio e serviços entre a Alemanha e o Brasil, que em 31 de agosto a Câmara Brasil-Alemanha realiza a 20ª edição do Prêmio Personalidade Brasil-Alemanha. A premiação tem o objetivo de reconhecer duas personalidades, uma de cada país, cujo trabalho e empenho fortaleceram as parcerias bilaterais nas áreas social e econômica. Desta vez, serão homenageados o Dr. Reinhold Festge, sócio proprietário da Haver & Boecker e presidente da Iniciativa da Economia Alemã para a América Latina (LAI), pelo lado alemão, e Antonio Roberto Cortes, presidente e CEO da MAN Latin America, pelo lado brasileiro. Esta edição da revista BRASILALEMANHA contém entrevistas exclusivas com ambos, além de dicas em primeira mão para empresas interessadas em iniciar negócios no Brasil e estudantes que queiram aprimorar seus estudos na Alemanha.

Apresentamos também matérias sobre alguns dos assuntos que serão discutidos no 32º Encontro Econômico Brasil-Alemanha, que ocorrerá entre 31 de agosto e 2 de setembro, em Hamburgo, na Alemanha. Sua programação, que se estenderá por três dias, está estruturada em torno do tema *Industry for the future*.

O Encontro Econômico Brasil-Alemanha 2014 é uma grande oportunidade para que as diversas personalidades políticas e empresariais ali reunidas possam discutir e definir os próximos passos para a evolução das relações entre os dois países, além de conhecer as melhores práticas em diversas áreas, como a tecnologia verde. Trata-se de um excelente momento para o aprimoramento dessa parceria e expansão das relações bilaterais.

Essa edição do evento dedica o terceiro dia do encontro à cidade de Hamburgo, com discussões sobre o acesso aos mercados alemão e brasileiro, fórum de energias renováveis, fórum de transporte marítimo e logística e visitas técnicas a empresas e portos da cidade alemã.

Boa leitura!

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Brasilien und Deutschland verbindet eine starke Partnerschaft. Ein Beweis dafür ist das Handelsvolumen zwischen beiden Ländern, das sich seit 2006 verdoppelt und 2013 fast 22 Milliarden Dollar erreicht hat. Brasilien ist Deutschlands wichtigster Handelspartner in Südamerika. Über 1.400 deutsche Unternehmen haben Filialen in Brasilien. Sie stehen für etwa 10% der industriellen Wertschöpfung Brasiliens und schaffen rund 250.000 Arbeitsplätze.

Mit dem Ziel, zur Weiterentwicklung der Beziehungen zwischen Brasilien und Deutschland beizutragen, hat die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer die Broschüre „10 konstruktive Vorschläge zur Weiterentwicklung der deutsch-brasilianischen Wirtschaftsbeziehungen“ zusammengestellt, die dieser Zeitschrift beiliegt. Darin sind Vorschläge von zehn deutschen Unternehmen, die in Brasilien aktiv sind, enthalten, wie man die Rahmenbedingungen für die Wirtschaft verbessern kann.

Die Broschüre wurde bei einem kürzlichen Treffen von Bundeskanzlerin Angela Merkel persönlich an die brasilianische Präsidentin Dilma Rousseff übergeben. Die Präsidentin zeigte großes Interesse daran, die Themen anzugehen, und sagte zu, sie mit den zuständigen Ministern weiterzuverfolgen.

Um an der Vertiefung der Partnerschaft zwischen den beiden Ländern mitzuwirken, und getreu ihrer Mission, den Austausch von Investitionen, Handel und Dienstleistungen zwischen Deutschland und Brasilien zu fördern, verleiht die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer am 31. August zum 20. Mal die Auszeichnung Deutsch-Brasilianische Persönlichkeit. Die Ehrung hat zum Ziel, zwei Persönlichkeiten auszuzeichnen, eine aus jedem Land, deren Arbeit und Engagement die bilateralen Verbindungen in Gesellschaft und Wirtschaft gestärkt haben.

Dieses Jahr werden Dr. Reinhold Festge, persönlich haftender Gesellschafter der Haver & Boecker OHG und Vorsitzender der Lateinamerika-Initiative der Deutschen Wirtschaft (LAI), als deutscher Vertreter und Antonio Roberto Cortes, CEO und Sprecher von MAN Latin America, als brasilianischer Vertreter ausgezeichnet. Diese Ausgabe der Zeitschrift BRASILALEMANHA enthält Exklusiv-Interviews mit beiden und gibt zudem Unternehmen, die in Brasilien geschäftlich tätig werden wollen, und Studierenden, die ihr Studium in Deutschland vertiefen möchten, Tipps aus erster Hand.

Wir stellen außerdem einige der Themen vor, die auf den 32. Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstagen vom 31. August bis zum 2. September in Hamburg diskutiert werden. Das Leitthema des dreitägigen Programms heißt Industry for the future.

Die Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage 2014 bieten den dort versammelten Persönlichkeiten aus Politik und Unternehmenswelt eine hervorragende Gelegenheit, die nächsten Schritte zur Entwicklung der Beziehungen zwischen beiden Ländern zu diskutieren und Best Practices in verschiedenen Bereichen wie zum Beispiel grünen Technologien kennenzulernen. Die Wirtschaftstage sind ein ausgezeichnete Anlass, die Partnerschaft zwischen beiden Ländern zu vertiefen und die bilateralen Beziehungen auszubauen.

Der dritte Tag der diesjährigen Veranstaltung ist der Stadt Hamburg gewidmet mit Diskussionsrunden über den Zugang zum deutschen und brasilianischen Markt, einem Forum zu Erneuerbaren Energien, einem Forum zum Thema Seetransport und Logistik sowie Besuchen von Unternehmen und dem Hafen der Hansestadt.

Viel Spaß bei der Lektüre!

BRASIL-ALEMANHA é uma publicação da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha produzida e editada pelo Departamento de Comunicação Social. *Veröffentlichung der Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammern, die von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit erstellt und herausgegeben wird.*

CONSELHO EDITORIAL / HERAUSGEBER

Thomas Timm (Vice-Presidente Executivo / Hauptgeschäftsführer - AHK São Paulo), Hanno Erwes (Diretor-Executivo / Hauptgeschäftsführer - AHK Rio de Janeiro), Valmor Kerber (Gerente Geral / Leiter - AHK Porto Alegre).

DIRETOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL MERCOSUL / LEITER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT MERCOSUR
Eckart Michael Pohl

JORNALISTAS RESPONSÁVEIS

Marco Túlio Pereira - MTB 16962/MG e Sílvia Russo Cavalcanti MTB 33224

REDAÇÃO / REDAKTION

Cynthia Navarro, Marco Túlio Pereira, Matthias Nitsch e Sílvia Russo Cavalcanti (Reportagens e Textos/ Reportagen und Texte); Jan Krimphove e Wiebcke Herbig (Tradução/ Übersetzungen); Vladimir Goitia (Colaboração/ Freier Mitarbeiter); Alexander Busch (Comentarista/ Korrespondent)

FOTOS DE CAPA / TITELBILD

MAN Latin América / Haver & Boecker

IMPRESSÃO / DRUCK

Intergraf Soluções Gráficas

EQUIPE DE CRIAÇÃO / DESKTOP-PUBLISHING

Flávia Viana, Willian Marcucci, Stella Braga e Elivelto de Paula

COORDENAÇÃO COMERCIAL

Célia Utsch Bensadon
Tel.: (+55 11) 5187-5210 / 5187-5209

Câmaras de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha e DIHK/ Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammern und der DIHK

São Paulo

Rua Verbo Divino 1488 - 04719-904 - São Paulo - SP
Tel.: (+55 11) 5187-5100 | Fax: (+55 11) 5181-7013
E-mail: revista@ahkbrasil.com

Rio de Janeiro

Av. Graça Aranha 1 - 20030-002 - Rio de Janeiro - RJ
Tel.: (+55 21) 2224-2123 | Fax: (+55 21) 2252-7758
E-mail: info@ahk.com.br

Rio Grande do Sul

Rua Castro Alves 600 - 90430-130 - Porto Alegre - RS
Tel.: (+55 51) 3222-5766 | Fax: (+55 51) 3222-5556
E-mail: ahkpoa@ahkpoa.com.br

Paraná

Rua Duque de Caxias 150 - 80510-200 - Curitiba - PR
Tel.: (+55 41) 3323-5958 | Fax: (+55 41) 3222-0322
E-mail: ahkcuritiba@ahkbrasil.com

Santa Catarina

Rua Hermann Hering 1 - 89010-600 - Blumenau - SC
Tel.: (+55 47) 3336-4515 | Fax: (+55 47) 3336-4784
E-mail: ahkblumenau@ahkbrasil.com

Alemanha/Deutschland

DIHK - Deutscher Industrie- und Handelskammertag
Breite Straße 29 - 10178 Berlin
Tel.: (+00 49) 30 20 308-1000

Distribuição gratuita a todos os associados das Câmaras de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha. Os conceitos emitidos nas matérias não representam necessariamente a opinião oficial das Câmaras de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha.

“O Brasil está enfrentando tempos turbulentos com a economia estagnada e a agenda política dominada pela campanha eleitoral. Mas há luz no fim do túnel.”



A Copa do Mundo de Futebol concedeu uma trégua aos brasileiros, uma pausa de quatro semanas - e também serviu de distração da estagnação econômica e da campanha eleitoral, que agora vai dominar a agenda do País até outubro. Isso porque há muita coisa em jogo, tanto no âmbito

econômico quanto no político. E os dois estão intimamente ligados: a presidente Dilma Rousseff quer ser reeleita, em meio à alta inflação e em uma economia que está caindo em recessão. A confiança na economia, tanto dos consumidores quanto dos empresários, é tão baixa quanto na crise econômica mundial de 2009.

Do ponto de vista da maioria dos empresários, mas também de muitos consumidores, a candidata à presidência é a responsável pelo desempenho econômico decepcionante. As suas intervenções no setor energético causaram grandes prejuízos para muitas empresas estatais. Ela insistiu em medidas para estimular a demanda, mesmo quando os consumidores já estavam endividados demais para poder comprar mais carros, mais apartamentos e mais televisores. Ela negligenciou o controle da inflação. Com todas essas decisões equivocadas, Dilma freiou a economia - essa é a crítica do setor privado. Ela retruca: a situação econômica seria ainda muito pior se não tivesse intervindo, com tanta coragem, no mercado. Portanto, empresários e investidores estão torcendo para que o mais cotado candidato da oposição ganhe as eleições.

Mas a verdade é a seguinte: as chances da presidente ser reeleita para um segundo mandato são boas. Ela se aproveita de toda a máquina governista para fazer propaganda a seu favor. Ela tem mais tempo para a veiculação de propaganda eleitoral do que todos os candidatos da oposição juntos. E ela aproveitará os meses restantes para aumentar ainda mais a redistribuição de renda a favor dos brasileiros po-

bres: a assistência social, o programa habitacional, as bolsas escolares. Afinal de contas, em uma sociedade como a brasileira, dividida entre ricos e pobres, os gastos sociais poderiam garantir a sua reeleição.

Portanto, é difícil fazer prognósticos econômicos no momento. A única certeza é a seguinte: seja quem for que ganhe as eleições, 2015 será um ano difícil, com uma inflação alta e com pouco crescimento. Pois no ano que vem, o novo presidente deveria rever as decisões equivocadas dos três últimos anos e reestabelecer a confiança do setor privado. É bastante improvável que a atual presidente faça tais reformas. A oposição ainda - provavelmente devido à sua estratégia eleitoral - mostra cautela em relação a anúncios de planos econômicos concretos.

Mas nem tudo é sombrio no futuro do Brasil. Há luz no fim do túnel. O governo Dilma aprendeu, nos últimos meses, que projetos de infraestrutura com participação do setor privado são, de fato, viáveis. Por exemplo, quando se trata de rodovias, de estádios da Copa ou de aeroportos. Como o governo não dispõe da verba necessária, quase não tem opção; precisa do apoio de empresas privadas para investimentos no setor de energia e na logística. Além disso, o poder aquisitivo dos brasileiros continua em alta, em comparação com o dos chineses ou dos indianos. Por isso, ainda há muitas empresas que realizam investimentos no Brasil - apesar do clima econômico sombrio. Esse também é o caso de algumas empresas alemãs: a BMW, a Audi e a Mercedes-Benz estão construindo fábricas para carros de luxo. E os fornecedores vão segui-los. O vibrante comércio eletrônico no Brasil é dominado por investidores de startups alemãs. A indústria farmacêutica e a indústria química alemãs estão efetuando fortes investimentos no País. E também há muitas empresas de médio porte que estão indo para a região.

Ou seja, é bem possível que nas Olimpíadas de 2016 no Rio de Janeiro, os brasileiros já estejam mais otimistas do que agora. •

- Alexander Busch, Correspondente Economista do *Handelsblatt* e da *Wirtschaftswoche* (Alemanha) e da *Neue Züricher Zeitung* (Suíça)

Procurando um profissional diferenciado?

O caminho certo para um profissional brilhante em sua empresa passa pelo Humboldt Formação Profissional Dual.

Humboldt
Formação
Profissional Dual

Cursos de gestão



**Administração
Secretariado
Logística
Seguros**

**Programe suas vagas
agora e prepare-se
para receber os alunos
Humboldt.**

Comece a buscar seus colaboradores no local certo. Conheça Humboldt Formação Profissional Dual. Teoria e prática caminhando juntas para você formar o profissional que deseja. Isto é **Dual.Genial!**

- Curso com duração de dois anos.
- Redução na rotatividade de colaboradores na empresa.
- Formação do jovem conforme a cultura da empresa.
- Responsabilidade social - inserção do jovem no mercado de trabalho.
- Certificações de nível técnico pós ensino médio e de proficiências nos idiomas, alemão, espanhol e inglês.
- Jovens com alto padrão de formação que falam diversos idiomas (alemão, espanhol e inglês).
- Alunos com visão globalizada, multicultural e que pensam “fora da caixa”.
- Estudantes engajados, proativos e com alto potencial de aprendizado.

Mais de 1.600 profissionais formados ao longo de 30 anos. Veja aqui algumas das empresas parceiras:



HAMBURG SÜD



SIEMENS



www.humboldtprofissional.com.br

11 5686-4055

**Conheça
Dual.Genial!**
youtube.com/dualgenial



„Brasilien steht eine turbulente Zeit bevor – die Wirtschaft stagniert und der Wahlkampf dominiert die Politik - dennoch gibt es Lichtblicke“



Die Fußball-Weltmeisterschaft hat den Brasilianern eine vierwöchige Atempause beschert - und sie abgelenkt von ihrer stagnierenden Wirtschaft und dem Wahlkampf, der nun bis Oktober das Land im Griff halten wird. Denn es steht viel auf dem Spiel. Für die Wirtschaft genauso wie die Politik.

Und beides hängt eng zusammen: Denn die Präsidentin Dilma Rousseff will ihre Wiederwahl erreichen, inmitten einer hohen Inflation und einer Wirtschaft, die gerade in eine Rezession abrutscht. Das Vertrauen der Konsumenten wie der Unternehmer in die Wirtschaft ist so niedrig wie zuletzt während der Weltwirtschaftskrise 2009.

Die meisten Unternehmer, aber auch viele Konsumenten machen deshalb die Präsidentschaftskandidatin für die enttäuschende Lage der Wirtschaft verantwortlich. Durch ihre Eingriffe in den Energiesektor, der mehrere Staatskonzerne schwer belastet. Mit ihrem Beharren auf nachfragebelebende Maßnahmen, als die Konsumenten schon zu verschuldet waren, um noch mehr Autos, Wohnungen und Fernseher kaufen zu können. Mit ihrer Vernachlässigung der Inflationskontrolle. Mit all diesen Fehlentscheidungen hat Rousseff die Wirtschaft gebremst, kritisierten Unternehmen. Die Präsidentin hält dagegen: Die Konjunktur wäre noch viel schwächer, wenn sie nicht so beherzt in den Markt eingegriffen hätte. Entsprechend groß sind die Hoffnungen der Unternehmer und Investoren, dass der führende Oppositionskandidat gegen sie gewinnt.

Fakt ist jedoch: Die Chancen der Amtsinhaberin auf eine zweite Amtszeit sind gut. Sie hat den Regierungsapparat in der Hand, um Werbung für sich zu machen. Sie verfügt über mehr Sendezeit für Wahlkampfwerbung als alle Oppositionskandidaten zusammen. Und sie wird die verbleibenden Monate nutzen, um die Transfers für ärmere Brasilianer noch zu erhöhen: Die Sozialhilfe, das Wohnungsbauprogramm, die Schulsti-

pendien. Die sozialen Ausgaben könnten ihr letztendlich in einer zwischen Reich und Arm gespaltenen Gesellschaft wie Brasilien den Wahlsieg garantieren.

Entsprechend schwer sind deshalb derzeit die Prognosen für die Wirtschaft. Sicher ist bislang nur: Egal, wer gewinnt, 2015 wird ein schwieriges Jahr mit hoher Inflation und kaum Wachstum. Denn dann müsste das neue Staatsoberhaupt eigentlich mehrere der Fehlentscheidungen der letzten drei Jahre revidieren und das Vertrauen der Wirtschaft zurückgewinnen. Von der amtierenden Präsidentin sind solche Reformen kaum zu erwarten. Die Opposition hält sich – vermutlich aus wahlstrategischen Gründen – mit konkreten Ankündigungen zu den Plänen für die Wirtschaft noch zurück.

Dennoch ist nicht alles düster für die Zukunft Brasiliens. Es gibt Lichtblicke. Die Regierung von Dilma Rousseff hat in den letzten Monaten die Erfahrung gemacht, dass Infrastrukturprojekte mit der Beteiligung der Privatwirtschaft durchaus funktionieren können. Etwa bei Autobahnen, den WM-Stadien oder Flughäfen. Da der Regierung das Geld fehlt, bleibt ihr kaum etwas anderes übrig als mit privaten Unternehmen gemeinsam Investitionen bei Energie und in der Logistik zu stemmen. Außerdem haben die Brasilianer weiterhin eine hohe Kaufkraft im Vergleich zu Chinesen oder Indern. Deswegen kommen immer noch viele Unternehmen mit ihren Investitionen nach Brasilien – trotz des eingetrübten Konjunkturklimas. Auch deutsche Konzerne sind dabei: BMW, Audi und Mercedes-Benz bauen Werke für Autos im Premiumsegment. Zulieferer folgen ihnen. Brasiliens pulsierende E-Commerce-Szene wird von deutschen Start-Up-Investoren dominiert. Die deutsche Pharmabranche und Chemie investieren derzeit massiv im Amazonasland. Auch Mittelständler strömen immer noch in Scharen dorthin.

Gut möglich also, dass die Brasilianer bei den Olympischen Spielen 2016 in Rio de Janeiro wieder zuversichtlicher in die Zukunft schauen werden als derzeit. •

- Alexander Busch, Südamerika-Korrespondent von Handelsblatt, Wirtschaftswoche und der Neuen Züricher Zeitung

FEMAT - FERRAMENTAS E MÁQUINAS DE ALTA TECNOLOGIA

Soluções confiáveis, racionais, econômicas e sustentáveis
para quaisquer problemas de fabricação



Cumprimenta as Personalidades do XX Prêmio Brasil-Alemanha 2014 !



Dr. Reinhold Festge



Sr. Antonio Roberto Cortes

Personalidades que se destacaram por seu intenso envolvimento no aprimoramento das relações entre Brasil e Alemanha, fortalecendo com suas ações o desenvolvimento tecnológico, cultural e inclusão social no Brasil.



FEMAT

O mundo tecnológico à sua disposição

FEMAT representa e comercializa máquinas, acessórios, componentes e ferramentas de alta tecnologia, como Wolf, Ecoroll e outros.



Líder na
fabricação de
máquinas de
furação



Máquinas para corte de blocos, chapas e tubos, fresadoras contínuas de canto para preparação de solda.



ECOROLL

Ferramentas
para o
brunimento de
acabamento e
compactação

Entre os clientes de FEMAT estão empresas como Siemens, Ford, Continental, INA Schaeffler, GM, Volkswagen, Weg e muitas outras que se beneficiam de Assistência Técnica de alto nível, Assessoria para Projetos e utilização de componentes em geral, entregas e serviços de emergência.

Tel.: (+5511) 5182-4020 • Fax (+5511) 5181-1814 • e-mail: diretoria@femat.com.br • www.femat.com.br

Conjuntura Setorial

Potencial de mercado para empresas alemãs



Tendência

Fonte: GTAI (Agência Oficial do Governo Alemão para Informações Econômicas)

Branchenbarometer

Marktpotenzial für deutsche Unternehmen





Prêmio Personalidade Brasil-Alemanha

A Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha de São Paulo entrega neste ano, em sua 20ª edição, o Prêmio Personalidade Brasil-Alemanha. Os agraciados de 2014 são Antonio Roberto Cortes, pelo lado brasileiro, e Dr. Reinhold Festge, pelo lado alemão. Ambos concederam uma entrevista exclusiva à Revista BRASIL-ALEMANHA (Páginas 16 e 22).

Dr. Reinhold Festge é sócio-proprietário da Haver & Boecker, empresa familiar que atua nos segmentos de malhas metálicas, máquinas e equipamentos para embalagem e tecnologia de processamento. Além disso, também é presidente da Iniciativa da Economia Alemã para a América Latina (LAI) e da Associação Alemã dos Fabricantes de Máquinas e Equipamentos (VDMA).

Antonio Roberto Cortes é presidente e CEO da MAN Latin America, maior fabricante de caminhões do Brasil e da América do Sul, e também integra o *Management Board* da MAN em Munique, Alemanha. Cortes foi o responsável pela implantação no Brasil do pioneiro e revolucionário modelo de produção denominado *Consórcio Modular*.

A premiação foi criada em 1995, em conjunto entre a Confederação Alemã das Câmaras de Comércio e Indústria (*Deutscher Industrie und Handelskammertag – DIHK*) e a Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha de São Paulo. Anualmente, são agraciadas com o prêmio duas personalidades, uma de cada país, cujo trabalho e empenho fortaleceram as parcerias bilaterais. Entre as pessoas escolhidas como Personalidade Brasil-Alemanha ao longo das 19 edições do prêmio, estão políticos, embaixadores, empresários, executivos e líderes em suas áreas de atuação.

Doze anos depois do Prêmio Personalidade ter sido entregue ao ex-governador do Estado alemão de Baden-Württemberg, Lothar Späth, e ao empresário brasileiro, Osvaldo Moreira, Hamburgo volta a sediar a cerimônia. A edição deste ano acontecerá em 31 de agosto, no famoso Salão da Bolsa da Câmara de Comércio de Hamburgo, à véspera do 32º Encontro Econômico Brasil-Alemanha, a realizar-se na mesma cidade. •



Deutsch-Brasilianische Persönlichkeitsehrung

In diesem Jahr verleiht die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer in São Paulo den Deutsch-Brasilianischen Persönlichkeitspreis zum 20. Mal. Die Geehrten sind auf brasilianischer Seite Antonio Roberto Cortes und auf deutscher Seite Dr. Reinhold Festge. Beide haben BRASILALEMANHA ein Exklusivinterview gegeben (s. Seite 16 und 22).

Dr. Reinhold Festge ist persönlich haftender Gesellschafter der Haver & Boecker OHG, einem Familienunternehmen im Bereich Drahtweberei und Maschinenbau für Verpackungs- und Aufbereitungstechnik. Außerdem ist er Vorsitzender der Lateinamerika-Initiative der Deutschen Wirtschaft (LAI) und Präsident des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbauer (VDMA).

Antonio Roberto Cortes ist Präsident und Sprecher von MAN Latin America, dem größten Nutzfahrzeughersteller Brasiliens und der Region sowie Mitglied des MAN Management-Boards in München. Er ist verantwortlich für die erstmalige Umsetzung des sog. Modularen Konsortiums, eines revolutionären Fertigungskonzepts.

Die Ehrung wurde 1995 vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) gemeinsam mit der Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammer ins Leben gerufen. Jedes Jahr werden zwei Persönlichkeiten - eine aus jedem Land - gewürdigt, deren Arbeit und Einsatz zur Stärkung der bilateralen Beziehungen beitragen. Unter den Preisträgern der vergangenen 19 Ausgaben finden sich Minister und Gouverneure, Botschafter, Unternehmer sowie sozial und kulturell besonders engagierte Menschen.

Zwölf Jahre nachdem der Ex-Ministerpräsident Lothar Späth und der brasilianische Unternehmer Osvaldo Moreira Douat in Hamburg mit dem Persönlichkeitspreis ausgezeichnet wurden, ist die Stadt erneut Schauplatz der Zeremonie. Die diesjährige Preisverleihung wird am 31. August im berühmten Börsensaal der Handelskammer Hamburg stattfinden und bildet gleichzeitig den Auftakt zu den 32. Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstagen. •

• Matthias Nitsch

O futuro é o nosso presente!



Pesquisa
Tecnologia
Know how
Qualidade
Desenvolvimento



É assim que a Fastplas faz para atender o exigente mercado de auto peças plásticas, no Brasil e no mundo.

FASTPLAS
AUTOMOTIVE

Respeite os limites de velocidade

www.fastplas.com.br

Inovação em Autopeças Plásticas



Antonio Roberto Cortes

Presidente da MAN Latin America e membro do *Management Board* do Grupo MAN

Paulista, nascido em 1955 na capital São Paulo, Antonio Roberto Cortes é Personalidade Brasil-Alemanha 2014 representando o lado brasileiro. Dono de uma carreira excepcional, Cortes vivenciou diversas culturas organizacionais pelas áreas financeiras, de produtos e de negócios de cinco empresas multinacionais.

Começou a trabalhar na indústria automotiva no ano de 1979. Desde então, ocupou diversos importantes cargos na Volkswagen, tornando-se Presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus em 2007 e acumulando a partir de 2009 a presidência da MAN Latin America. A partir desse ano, passou a fazer parte do *Management Board* do Grupo MAN, sediado em Munique, na Alemanha.

Sob sua gestão, a MAN Latin America, com as marcas Volkswagen Caminhões e Ônibus e MAN Caminhões, tornou-se líder brasileira em vendas de caminhões, título que mantém há 11 anos consecutivos. Cortes foi um dos responsáveis pela implantação no Brasil do pioneiro e inovador sistema produtivo denominado Consórcio Modular, no qual os principais fornecedores participam diretamente da fabricação dos veículos, inseridos na própria planta da MAN em Resende, Rio de Janeiro.

Participa ainda dos Conselhos Administrativos do Banco Volkswagen, Fundação Volkswagen e Volkswagen Previdência Privada – VWPP. Também é vice-presidente da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha do Rio de Janeiro.



“ Nosso DNA é de relacionamento. Isso é importante para esse prêmio e para a posição que a MAN ocupa no mercado.

Gute Beziehungen zu allen unseren Geschäftspartnern sind Teil unserer DNA. Das ist ein wichtiger Faktor für diese Auszeichnung und die Marktposition von MAN. **”**



Cortes, à frente, junto ao Board da MAN Latin América
Cortes (vorn) und das Management Board von MAN Latin America

Antonio Roberto Cortes

CEO und Sprecher von MAN Latin America und Mitglied des Management Board der MAN SE

Der 1955 in São Paulo geborene Antonio Roberto Cortes hat in diesem Jahr auf brasilianischer Seite die Auszeichnung Deutsch-Brasilianische Persönlichkeit 2014 bekommen. Cortes kann auf eine außergewöhnliche Karriere zurückblicken. Er hat in fünf multinationalen Konzernen verschiedene Organisationskulturen erlebt und Positionen in den Bereichen Finanzen, Produktentwicklung und Business Strategy bekleidet.

Cortes trat 1979 in die Automobilindustrie ein. Seitdem besetzte er verschiedene wichtige Funktionen bei Volkswagen, wurde 2007 Geschäftsführer von Volkswagen Trucks and Buses und übernahm 2009 die Geschäftsführung auch von MAN Latin America. Seitdem gehört er auch dem Management Board der MAN SE mit Sitz in München an.

Unter seiner Führung wurde MAN Latin America mit den Marken Volkswagen Trucks and Buses und MAN Trucks brasilianischer Marktführer im Bereich LKW, ein Titel, den der Hersteller seit elf Jahren für sich beansprucht. Cortes war mitverantwortlich für die Einführung des wegweisenden und innovativen Produktionsverfahrens namens Consórcio Modular, bei dem die Schlüssellieferanten direkt am Fahrzeugbau beteiligt sind und in der MAN Fabrik in Resende im Bundesstaat Rio de Janeiro unter einem Dach zusammenarbeiten.

Er ist auch Mitglied des Verwaltungsrates der Volkswagenbank, der Volkswagenstiftung und des Volkswagen-Pensionsfonds in Brasilien. Außerdem ist er stellvertretender Vorsitzender der Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammer Rio de Janeiro.

Antonio Roberto Cortes empfing die Redaktion von BRASILALEMANHA im Firmensitz von MAN in São

Paulo und im Werk in Resende. Bei dieser Gelegenheit gab er das folgende Exklusivinterview:

BA: Sie wurden von der deutschen Presse als Mr. Truck bezeichnet. Wodurch haben Sie sich diese Anerkennung verdient? Als erstes geht es darum, Investitionszyklen in Brasilien zu garantieren. Dies zeigt sich in unserem Bemühen, durch den Einsatz von Eigenmitteln des Konzerns dazu beizutragen, dass ein großer Teil des hier erwirtschafteten Ertrages in Brasilien bleibt.

Der zweite Punkt ist das Ergebnis dieser Investitionen: das Technologieniveau und die Form, die wir gefunden haben, um größtmöglichen Nutzen für die Bedürfnisse des brasilianischen Marktes aus deutschem Know-how, Ingenieurswesen und deutscher Technologie zu ziehen.

Der dritte Punkt ist der Umstand, dass ich dem Unternehmen vorstehe, das in Brasilien die meisten Lastwagen verkauft. Dies ist das Resultat unserer starken Investitionsanstrengungen in die Marken MAN und Volkswagen.

BA: Ein Zug Ihrer Persönlichkeit, den Arbeitskollegen und die Medien beobachten, ist Ihre Nähe im Umgang mit Geschäftspartnern, Lieferanten, Kunden und Regierungsvertretern. Wie wichtig ist diese Einstellung im Geschäftsleben? Durch Beziehungen schafft man Vertrauen und dadurch entstehen Geschäfte. Deswegen standen für mich persönliche Beziehungen basierend auf Respekt, ethischem Verhalten und Vertrauen immer an erster Stelle. Ich habe während meiner gesamten beruflichen Laufbahn exzellente Beziehungen mit Regierungsstellen, Gewerkschaften, Geschäftspartnern und Händlern gehabt und mich dabei immer bemüht, eine Haltung an den Tag zu legen, die gut für die Mitarbeiter, das Unternehmen und das Land ist.

Ich habe eine sehr enge Beziehung zu Lieferanten und kenne alle Vertragshändler persönlich, über 300 in

Antonio Roberto Cortes recebeu a equipe da revista BRASILALEMANHA na sede da MAN, em São Paulo, e na fábrica de Resende. Na ocasião, concedeu esta entrevista exclusiva:

BA: O senhor foi chamado de “Mr. Truck” pela imprensa alemã. Quais foram os motivos desse reconhecimento? O primeiro ponto é assegurar ciclos de investimentos para o Brasil. Isso mostra o nosso esforço para que a empresa, mesmo sendo *self-funding*, contribua para que muito da riqueza gerada aqui permaneça no Brasil.

O segundo é o resultado desses investimentos: o nível tecnológico, a forma que encontramos para maximizar o conhecimento e as necessidades do Brasil com a competência, a engenharia e a tecnologia alemã.

O terceiro ponto é o fato de estar à frente da empresa que mais vende caminhões no Brasil. Isso aconteceu através desse trabalho forte de investimento com as marcas MAN e Volkswagen Caminhões.

BA: Um traço de sua personalidade, observado por colegas de trabalho e pela própria imprensa, é a proximidade com a qual o senhor lida com parceiros, fornecedores, clientes e representantes do governo. Qual a importância dessa atitude à frente dos negócios? Com o relacionamento se cria confiança e isso gera negócios. Por isso sempre priorizei o relacionamento com as pessoas pautado em respeito, ética e confiança. Venho tendo, durante toda minha carreira profissional, um excelente relacionamento com órgãos governamentais, com os sindicatos e com parceiros de

negócios, como os concessionários, sempre buscando tomar atitudes que sejam boas para o empregado, para a empresa e para o país.

Tenho uma proximidade muito forte com os fornecedores e conheço todos os revendedores pessoalmente, mais de 300 na América Latina. Nosso DNA é de relacionamento e isso também é outro fator importante para esse prêmio e para essa posição que a MAN ocupa no mercado.

BA: Qual a sua análise sobre o aspecto “inovação” no mercado atualmente? O nome do jogo é produtividade para ganhar competitividade. Na inovação acontece o maior salto, e o maior exemplo que eu dou para isso é o próprio *Consórcio Modular*. Se nós não tivéssemos inovado nesse modelo de produção de caminhões, a MAN não teria alcançado esse ní-



www.rothmann.com.br

42 anos

ASSESSORIA JURÍDICA PERSONALIZADA
em todas as áreas do direito empresarial.

ROTHMANN
ROTHMANN SPERLING PADOVAN

42 Jahre

INDIVIDUELLE RECHTSBERATUNG
in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts.

Av. Nove de Julho, 4939 - 6º andar - Torre Jardim
01407-200 - Jardim Paulista - São Paulo - SP - Brasil
Tel: +55 11 3704 0788 - rsp@rothmann.com.br



Carlo Ferretti / AHK Brasil

1. Cortes assume a direção de um dos caminhões MAN | 2. Visita à concessionária DIBRACAM, revendedora dos caminhões MAN e Volkswagen, em Santo André/ SP | 3. Junto da família, Cortes posa para foto em sua casa, em São Paulo

1. Cortes am Steuer eines MAN-Lastwagens | 2. Besuch beim Vertrags-händler für MAN und Volkswagen Nutzfahrzeuge DIBRACAM in Santo André, São Paulo | 3. Cortes zu Hause in São Paulo im Kreise der Familie



Carlo Ferretti / AHK Brasil



Arquivo Pessoal/ pessoais Archiv

Lateinamerika. Gute Beziehungen sind Teil unserer DNA und das ist ein anderer wichtiger Faktor für diese Auszeichnung und die Marktposition von MAN.

BA: Wie bewerten Sie den Faktor „Innovation“ für den Markt im Moment? Es geht darum, die Produktivität zu steigern, um Wettbewerbsfähigkeit zu erreichen. Durch Innovation geschieht der größte Sprung, und das beste Beispiel ist für mich das Produktionsverfahren Consórcio Modular selbst. Wenn wir diese Innovation im Herstellungsprozess für LKW nicht gemacht hätten, hätte MAN das derzeitige Produktivitätsniveau niemals erreicht. Die Prozessinnovation hat einen großen Beitrag geleistet. Dazu haben wir auch die Logistik neu aufgestellt. Dadurch ist das Unternehmen flexibler, senkt seine Ausgaben und bietet den Kunden höherwertige Produkte. Wir wollen dem Kunden immer das Beste liefern und folgen dabei der Devise „weniger will der Kunde nicht und viel mehr braucht er nicht“.

BA: Was bedeutet es, eine Sparte eines großen deutschen Konzerns zu füh-

ren? Wie gehen Sie mit der deutschen Kultur um? Ich glaube, dass Disziplin, das Einhalten von Regeln und gutes Benehmen kulturunabhängig sind, also weder brasilianisch noch deutsch. Ich nehme diese Grundprinzipien immer als Kompass für mein Verhalten und predige sie in meinem täglichen Leben. Ich finde es sehr einfach, mit Deutschen zusammenzuarbeiten. Sie sind diszipliniert und haben klar strukturierte Konzepte und Prozesse. Deswegen sind sie auch ziemlich berechenbar. Ich glaube, dass sie diese Vorhersehbarkeit auch von uns Brasilianern erwarten. Wir sollten Überraschungen tunlichst vermeiden. Falls solche auftreten, müssen wir sofort reagieren, bei einer Wirtschaftskrise oder bei einer schwierigen Marktlage.

BA: Was ist das für ein Gefühl, zur Deutsch-Brasilianischen Persönlichkeit 2014 gewählt zu werden? Ich habe bereits viele Auszeichnungen von vielen Einrichtungen entgegengenommen, doch zweifelsohne ehrt mich diese am meisten. Angesichts ihrer Bedeutung ist es die wichtigste. Von der

Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammer als brasilianische Persönlichkeit ausgezeichnet zu werden, ist wirklich etwas großartiges. Ohne Zweifel ist das die höchste Ehrung von allen, die ich bereits bekommen habe. Das wichtigste kommt zum Schluss.

BA: Ein Markenzeichen von Ihnen ist, dass Sie der Familie viel Wert beimessen. Wie schaffen Sie es, Familie und Beruf zu vereinbaren? Das war immer ein Anliegen für mich, aber ich halte das für ganz natürlich. Meine Frau ist Anwältin. Aufgrund ihrer Berufskennntnisse und Ausbildung weiß sie, wie wichtig es ist, den Großteil der Zeit der Firma oder Geschäftsreisen zu widmen. Sie ist eine sehr verständnisvolle Person, was das Familienleben erleichtert. Die Kinder sind bereits mit dem Wissen aufgewachsen, dass der Vater entschieden hat, sehr viel Kraft für die Karriere aufzuwenden. Das heißt nicht, dass er die Kinder außer Acht lässt, aber dass er dem Beruf viel Bedeutung beimisst. Ich denke, dadurch zeige ich, dass es möglich ist, beruflichen Aufstieg und Familienleben zu vereinen. •

vel produtivo. Muita coisa veio dessa inovação no processo e inovamos também na logística. Tudo isso faz com que a empresa seja mais ágil, gaste menos e ofereça ao cliente produtos com mais valor adicionado. Queremos sempre prover o que de melhor tem para o cliente, seguindo o mote “menos o cliente não quer e muito mais ele não precisa”.

BA: Como é comandar uma unidade de um grande grupo alemão? Como o senhor lida com a cultura germânica? Eu acho que a disciplina, a observância às normas e a conduta independem de cultura, seja brasileira ou alemã. Eu sempre sigo esses princípios básicos que norteiam o comportamento e é isso que eu prego no meu dia a dia. Acho muito fácil trabalhar com o alemão, um povo muito disciplinado, com esquema e

processos bem estruturados. Isso faz com que sejam bastante previsíveis, e acredito que é isso que esperam de nós brasileiros: previsibilidade. Precisamos evitar surpresas ao máximo, e caso haja, que a reação seja imediata, em uma crise econômica ou em um momento difícil de mercado.

BA: Como o senhor se sentiu ao saber que receberia o Prêmio Personalidade Brasil-Alemanha 2014? Eu já ganhei muitos prêmios, humildemente, de muitas entidades, mas sem dúvida este é o que mais me honra. Dada a importância, é o maior deles. Ser reconhecido como personalidade brasileira pela Câmara Brasil-Alemanha é realmente algo bastante forte. Sem dúvida é o maior prêmio que já recebi entre vários que graças a Deus tenho recebido. O mais importante é que vem para somar.

BA: Sua grande valorização da família também é uma marca registrada. Como o senhor concilia a família e os negócios? Essa sempre foi uma preocupação minha, mas também algo natural. Minha esposa é advogada, e com seu conhecimento e formação sabe da importância que é dedicar a maior parte do tempo na empresa ou em viagens, e vem sendo uma pessoa muito compreensiva, o que facilita o convívio em família. Os filhos foram crescendo também já conhecedores disso, que o pai optou por um esforço muito grande na carreira, não deixando os filhos de lado, mas dando bastante importância ao lado profissional. Com isso acho que provo que é possível conciliar ascensão profissional com a vida em família. •

• Marco Túlio Pereira



19º Seminário Internacional de Alta Tecnologia

09 OUT 2014
TEATRO UNIMEP

Campus Taquaral · Piracicaba · SP

Renomados pesquisadores, especialistas e profissionais abordarão as tecnologias e processos mais atuais no desenvolvimento do produto.

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NO DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO



INVESTIMENTO

Até 8/9 – R\$ 510,00

A partir de 9/9 – R\$ 600,00

TEMAS

- » 4ª Revolução Industrial (“Indústria 4.0”)
- » Produtos e componentes físico-cibernéticos
- » Avaliação virtual da aplicação do produto
- » Modelos humanos biomecânicos
- » Sistemas PLM – ágeis e de arquitetura aberta
- » *Frontloading* e o desenvolvimento de novos produtos
- » Cooperação internacional universidade-empresa

VAGAS LIMITADAS

Desconto de 5% para cinco ou mais inscrições de uma mesma empresa.

Até 8/9/2014 é oferecido desconto de 30% para professores universitários e 40% para estudantes de pós-graduação.

Informações 19 3124 1792

unimep.br/scpm/seminario
labscpm@scpm.unimep.br
@labscpm

Patrocínio



Realização



Apoio



PARABÉNS AOS EMPREENDEDORES DE VISÃO QUE FAZEM DE SEUS VALORES A SUA IDENTIDADE

A ZF parabeniza o Sr. Antonio Roberto Cortes e o Dr. Reinhold Festge, os dois homenageados do XX Prêmio Personalidade Brasil-Alemanha, pelo empenho no desenvolvimento da relação entre os dois países, por meio de valores como responsabilidade, visão e empreendedorismo, características presentes em nosso DNA.

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH AN DIE VISIONÄREN UNTERNEHMER, DEREN IDEALE SICH IN IHRER IDENTITÄT WIEDERSPIEGELN

Die ZF gratuliert den Herren Antonio Roberto Cortes und Dr. Reinhold Festge, den beiden Ehrenpersonen des 20. Deutsch-Brasilianischen Persönlichkeitspreises, die sich mit ihren Werten, wie Verantwortung, Visions- und Unternehmergeist für die Entwicklung der Beziehungen zwischen beider Länder eingesetzt haben, Charakteristika die auch unser Unternehmen im Blut hat.



MOTION AND MOBILITY



Dr. Reinhold Festge

Sócio proprietário da Haver & Boecker, presidente da Associação Alemã dos Fabricantes de Máquinas e Equipamentos (VDMA) e da Iniciativa da Economia Alemã para a América Latina (LAI)

Nascido em 1945 em Oelde, na região da Westfália, Dr. Reinhold Festge é Personalidade Brasil-Alemanha 2014 pelo lado alemão. Por mais de 26 anos foi sócio proprietário da Haver & Boecker, empresa familiar de médio porte que atua nos segmentos de malhas metálicas, máquinas e equipamentos para embalagem e tecnologia de processamento. A companhia está presente em todo o mundo com inúmeras subsidiárias e 2.700 funcionários. Desde 1974 atua no Brasil, comemorando neste ano quatro décadas no País.

Dr. Festge cursou medicina em Münster e Administração em Munique, e ainda enquanto estudante visitou o Brasil. Desde o primeiro contato ele ficou admirado com o país e seu povo, e se mudou junto com a família para Campinas, em 1980. De lá para cá, fez muitos amigos e hoje se orgulha da nora brasileira e de sua neta de sete anos, que combina características típicas dos dois países.

Dr. Festge é ativo voluntariamente em muitas associações. Ele preside a Iniciativa da Economia Alemã para a América Latina (LAI) e a Associação Alemã dos Fabricantes de Máquinas e Equipamentos (VDMA). Algo que faz com muita devoção é apoiar o desenvolvimento profissional de jovens. No Brasil, ele apoia em conjunto com a Câmara Brasil-Alemanha de São Paulo, a DIHK e a VDMA a introdução de elementos



Assinatura de contrato em Oelde, Alemanha: José Antônio Araujo (2º esq./dir.) sucede Dr. Festge (3º esq./dir.) na direção da subsidiária brasileira da Haver & Boecker

Vertragsunterzeichnung 1984 in Oelde: José Antonio Araujo (Zweiter von links) wird Nachfolger von Dr. Festge (Dritter von links) in der Geschäftsführung der brasilianischen Tochtergesellschaft von Haver & Boecker



Dr. Reinhold Festge

Persönlich haftender Gesellschafter der Haver & Boecker OHG, Vorsitzender der Lateinamerika-Initiative der Deutschen Wirtschaft (LAI) und Präsident des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA)

Dr. Reinhold Festge, 1945 im westfälischen Oelde geboren, ist eine der beiden Deutsch-Brasilianischen Persönlichkeiten 2014. Über 26 Jahre war er geschäftsführender Gesellschafter der Haver & Boecker OHG, einem mittelständischen Familienunternehmen im Bereich Drahtweberei und Maschinenbau für Verpackungs- und Aufbereitungstechnik. Das Unternehmen mit zahlreichen Tochtergesellschaften hat weltweit 2.700 Angestellte. Seit 1974 ist es auch in Brasilien vertreten, feiert also in diesem Jahr sein 40. Jubiläum.

Dr. Festge studierte Medizin in Münster und BWL in München. Noch während des Studiums besuchte er Brasilien. Er war vom ersten Tag begeistert vom Land und seinen Menschen und siedelte 1980 hochmotiviert mit seiner Familie nach Campinas über, um die lokale Niederlassung zu leiten. In dieser Zeit entstanden viele Freundschaften. Heute ist Dr. Festge stolz auf seine brasilianische Schwiegertochter und siebenjährige Enkeltochter, in der beide landestypischen Merkmale ideal vereint sind.

Dr. Festge ist in vielen Verbänden ehrenamtlich aktiv. So steht er u.a. der Lateinamerika-Initiative der Deutschen Wirtschaft (LAI) ebenso vor wie dem Verband des Deutschen Maschinen und Anlagenbau als Präsident. Eine Herzensangelegenheit dabei ist ihm die berufliche Förderung der Jugend. In Brasilien unterstützt er dabei zusammen mit der AHK São Paulo, dem DIHK und dem VDMA die Einführung von Elementen der deutschen dualen Berufsbildung. Dr. Festge hat BRASILALEMANHA ein exklusives Interview gegeben:

BA: Wann kamen Sie zum ersten Mal nach Brasilien und was führte Sie hier her? Der erste Besuch in Brasilien – und der war sicherlich der wichtigste, weil er Begeisterung auslöste – erfolgte im November 1977. Damals weihten wir die Fertigungsstätte unserer Firma in Brasilien ein.

BA: Worauf sind Sie in Ihrer brasilianischen Firmengeschichte besonders stolz? In den 40 Jahren seit der Gründung gab es mehrere Wegmarken: 1977 die Inbetriebnahme der eigenen Fertigung, 1982 die erste marktfähige brasilianische Eigenentwicklung, 1987 die erste rein brasilianische Geschäftsführung, 2005 die Gründung der ersten Tochtergesellschaft und 2008 der erste große Exportauftrag für in Brasilien entwickelte Produkte.

BA: Sie haben über viele Jahre die Geschäftskultur in Brasilien kennengelernt. Wodurch zeichnet sie sich aus und was können deutsche Unternehmer davon lernen? Ich habe immer die im Vergleich zu Deutschland reduzierte Obrigkeitsgläubigkeit als positiv empfunden. Den Brasilianern gelingt es in bewundernswerter Weise die sich daraus ergebenden Freiräume schneller und besser zu nutzen. Dabei werden sie unterstützt von der unbeeinträchtigten Neugier und der generellen Freude am Tun. Diese Lockerheit würde uns Deutschen auch gut zu Gesicht stehen.

BA: Was braucht ein deutscher Geschäftsmann, um in Brasilien erfolgreich zu sein? Ein deutscher Geschäftsmann in Brasilien braucht zuerst eine open mind. Er muss bereit sein, sich auf die geänderten Strukturen und Gegebenheiten einzustellen, und den Willen haben, in und





1. Dr. Reinhold Festge no telhado da sede da Haver & Boecker em Oelde, Alemanha | 2. Dr. Festge e sua família em frente à casa de Monte Mor, em Campinas (1980)

1. Dr. Reinhold Festge auf dem Dach der Haver & Boecker Hauptverwaltung in Oelde | 2. Dr. Reinhold Festge und seine Familie 1980 vor ihrem Haus in Monte Mor bei Campinas, Brasilien

do sistema alemão dual de ensino. Dr. Festge concedeu uma entrevista exclusiva à BRASILALEMANHA:

BA: Quando o senhor veio ao Brasil pela primeira vez? O que o trouxe até aqui? Minha primeira visita foi em novembro de 1977, e foi também a mais importante, pois despertou o meu entusiasmo com o País. Naquele ano, inauguramos a planta fabril de nossa empresa no Brasil.

BA: Qual aspecto da história da HAVER & BOECKER no Brasil o deixa mais orgulhoso? Nos 40 anos desde a fundação da empresa no Brasil, tivemos muitos pontos marcantes: em 1977, o início da produção própria, em 1982, o primeiro empreendimento comercializável desenvolvido no País, em 1987, a primeira gestão exclusivamente brasileira, em 2005, a fundação da primeira subsidiária, e em 2008, a primeira grande exportação de produtos genuinamente brasileiros.

BA: O senhor tem convivido com a cultura empresarial brasileira há muitos anos. Como ela pode ser útil às empresas alemãs e de

que forma é melhor descrita? Em comparação com a Alemanha, sempre percebi a pouca subordinação como ponto positivo. Disso resultam oportunidades que os brasileiros conseguem aproveitar de forma admirável, com rapidez e eficácia. Assim, eles estão amparados por uma curiosidade despreocupada e uma alegria geral em suas atividades. Essas características fariam muito bem aos alemães.

BA: O que um empresário alemão precisa para ter sucesso no Brasil? Primeiramente, ter a mente aberta. Ele precisa estar preparado para encarar mudanças estruturais e de necessidades, além de desejar trabalhar no e para o Brasil e a América Latina. É necessário ser muito paciente e ter fôlego financeiro, pois o sucesso não vem automaticamente e nem pelo simples fato de que alguém vem da Alemanha. No Brasil também é preciso lutar arduamente pelo sucesso, só que de acordo com outras regras.

BA: O senhor preside associações, iniciativas e instituições. Qual

o papel da América Latina e especialmente do Brasil nesse sentido? Minha carreira e meu trabalho nas diferentes instituições foram substancialmente marcados por minhas experiências no Brasil. Eu enxergo grandes semelhanças culturais e pessoais entre os países que levam a um estreito laço de amizade. Se conseguirmos aproximar esses mercados, podemos estabelecer um contrapeso ao desenvolvimento asiático. Não tenho dúvidas de que as Américas e a Europa devam trabalhar em conjunto para estabelecer um mercado em comum, que dê às pessoas segurança e uma base econômica saudável.

BA: Quais resultados a Iniciativa da Economia Alemã para a América Latina (LAI), da qual o senhor é presidente, pode apresentar após 20 anos de trabalho? A LAI realizou um trabalho muito positivo nos últimos anos, de fato. Conseguiu com muita competência levar os interesses das pequenas e médias empresas, especialmente, para os dois lados do Atlântico. Os diversos elemen-



für Brasilien und Lateinamerika zu arbeiten. Um Erfolg zu haben, braucht es sehr viel Geduld und einen langen finanziellen Atem, denn der Erfolg kommt nicht automatisch und schon gar nicht nur, weil man aus Deutschland kommt. Auch in Brasilien muss hart um den Erfolg gerungen werden, nur eben oft nach anderen Regeln.

BA: Sie stehen mehreren Verbänden, Initiativen und Stiftungen vor. Welche Rolle spielt dabei Lateinamerika und insbesondere Brasilien? Mein Berufsweg und meine Arbeit in den unterschiedlichen Verbänden sind wesentlich von meinen Erfahrungen in Brasilien geprägt worden. Ich sehe große kulturelle und menschliche Ähnlichkeiten, die zwischen den Ländern zu einer engen Verbundenheit geführt haben. Wenn es uns gelänge, die Wirtschaftsräume noch weiter anzunähern, könnten Gegengewichte zu den Entwicklungen in Asien gebildet werden. Für mich steht außer Frage, dass die Amerikas und Europa enger zusammenarbeiten müssen, um einen gemeinsamen „Markt“ zu bilden, der den Menschen eine gesunde Basis und Sicherheit gibt.

BA: Welche Ergebnisse kann die Lateinamerika-Initiative der Deutschen Wirtschaft, deren Vorsitzender Sie sind, nach 20 Jahren Arbeit vorweisen? Die LAI hat in der Tat in den letzten 20 Jahren eine sehr positive Arbeit geleistet. Es ist ihr gelungen, die Interessen insbesondere des Mittelstandes auf beiden Seiten des Atlantiks deutlicher zum Ausdruck zu bringen. Besonders stolz ist die LAI darauf, dass das Lateinamerikakonzept der Bundesregierung von 2010 viele Elemente enthält, die von uns eingebracht wurden. Highlights der vergangenen Jahre waren wichtige Politikerbesuche, die Betreuung von Ministern, die stetige Kontaktverbesserung zu den Botschaften der lateinamerikanischen Länder in Berlin und eine Reihe von Lateinamerikakonferenzen. Diese Konferenzen erfreuen sich steigender Beliebtheit und sind für alle Beteiligten eine willkommene Plattform zum Austausch von Ideen und zur Entwicklung gemeinsamer Projekte.

Der deutsche Maschinen und Anlagenbau genießt weltweit ein hohes Ansehen. Worin sehen Sie als Präsident des VDMA das Erfolgsgeheimnis dieser

Branche in Brasilien und wo liegen dort die Herausforderungen? Seit jeher hat Made in Germany einen guten Klang in Brasilien, und eines der positiven Erlebnisse, die ich in meiner Zeit hatte, war, dass die brasilianischen Kollegen unsere Technik ohne große Diskussion akzeptierten und anerkannten. Wir müssen aber weiter daran arbeiten, dass die Qualität im Vordergrund steht, dass wir in allen Bereichen effiziente Produkte auf den Markt bringen und dass wir auch in Zukunft die Kompetenz haben werden, die anstehenden Probleme gemeinsam zu lösen.

BA: Was bedeutet die Auszeichnung Deutsch-Brasilianische Persönlichkeit 2014 für Sie? Die Auszeichnung ist für mich Anerkennung und Ehre. Ich freue mich riesig darüber und fühle mich in meinem Bemühen, zur Verbesserung der deutsch-brasilianischen Beziehungen beizutragen, bestätigt. Ich freue mich über diese Auszeichnung, weil sie mir die Möglichkeit gibt, noch intensiver unsere gemeinsamen deutsch-brasilianischen Ziele zu verfolgen. •

• Matthias Nitsch

Educação, cultura, formação,
modernidade e qualidade
aliadas a 113 anos de tradição alemã



EDUCAÇÃO INFANTIL
Rua Humberto I, 266
Tel: (+11) 5579.9408 /
99453.1738

ENSINO FUNDAMENTAL (1º ao 3º ano)
Rua José Antonio Coelho, 75
Tel: (+11) 5084.4335 /
99318.1222

ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO
Rua Eça de Queiroz, 75
Tel: (+11) 5574.8177 Fax: (+11) 5579.4622

www.colegiobenzamin.com.br

E-mail: colegiobenzamin@colegiobenzamin.com.br



// Minha carreira e meu trabalho nas diferentes instituições foram substancialmente marcadas por minhas experiências no Brasil.

Mein Berufsweg und meine Arbeit in den unterschiedlichen Verbänden sind wesentlich von meinen Erfahrungen in Brasilien geprägt worden. //

tos sugeridos pela LAI presentes no *Lateinamerikakonzert* (estratégia do Governo alemão para o mercado latino-americano) são motivo de orgulho para a instituição. Os destaques do ano passado foram as visitas políticas, o acompanhamento de ministros, a contínua melhoria no contato com as embaixadas dos países da América Latina em Berlim e uma série de conferências latino-americanas. Essas conferências estão se tornando cada vez mais populares e se apresentam como uma plataforma bem-vinda para troca de ideias e de desenvolvimento de projetos em conjunto.

BA: A indústria alemã de máquinas e equipamentos goza de grande prestígio internacional. Como presidente da VDMA, a que o senhor acredita o segredo do sucesso desse setor no Brasil e quais são os seus desafios? Desde sempre o *Made in Germany* é bem recebido no Brasil, e um fenômeno positivo, que notei durante todos esses anos, foi a facilidade com que nossos colegas brasileiros reconheciam e aceitavam a tecnologia alemã. Nós precisamos continuar trabalhando para que a qualidade permaneça em primeiro plano, que continuemos oferecendo ao mercado produtos eficientes em todos os segmentos e que

também tenhamos no futuro a competência para em conjunto oferecer soluções a novos problemas.

Qual o significado do prêmio Personalidade Brasil-Alemanha 2014 para o senhor? A distinção é uma honra para mim e significa reconhecimento. Eu me alegro muito por isso e sinto meus esforços para a melhoria das relações Brasil-Alemanha reconhecidos. Fico feliz pelo prêmio, pois ele me dá a possibilidade de perseguir de maneira ainda mais intensiva os objetivos conjuntos do Brasil e da Alemanha. •

• Matthias Nitsch

BOLTZ, BRINK ADVOGADOS

Unternehmensgründungen • Fusionen und Übernahmen • Gesellschaftsrecht • Steuerrecht
Kapitaltransfer • Zivil- und Handelsrecht • Beratung und Prozessführung • Arbeitsrecht

Rua Verbo Divino, 1.661 - 3º andar - conj. 32 - Edifício Verbo Divino - 04719-002 - São Paulo - SP

Tel: (55 11) 3463 6363 - Fax: (55 11) 3463 6390

E-mail: boltz@boltzadvogados.com.br - Home page: www.boltzadvogados.com.br



LEADING IN PRODUCTION EFFICIENCY



ANOS DE EFICIÊNCIA DE PRODUÇÃO

O tempo passa e nossos valores permanecem: confiabilidade, proximidade com o cliente e eficiência. Com satisfação, desde 1964 trabalhando para a orientação e assistência dos nossos clientes no Brasil. Trabalho feito com prazer é trabalho bem feito.





Empresas alemãs celebram *jubileu* no Brasil em 2014

Há 514 anos, os primeiros alemães chegaram ao Brasil com os descobridores portugueses, e a partir de então firmaram as bases para uma relação marcada pelo pioneirismo, pela parceria e pelo empreendedorismo. Isso permanece assim até hoje, e neste ano de 2014 muitas das 1.400 empresas alemãs no Brasil celebram um significativo jubileu no País. Parabéns!

A Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha de São Paulo é orgulhosa de suas empresas associadas, e apresenta nesta matéria doze delas que comemoram em 2014 seu jubileu no Brasil.

Na construção civil, a **Knauf AMF** celebra seus 15 anos de presença no Brasil. Especialista em coberturas

prediais, a empresa possui uma representação em São Paulo desde 1999 e é líder mundial no seguimento dos desmontáveis.

Entre as montadoras de veículos, a **Audi** completa 20 anos de Brasil neste ano. A importação e comercialização de carros começou em março de 1994 no País, após a formatação de uma *Joint-Venture* com o tricampeão mundial de Fórmula 1 Ayrton Senna.

A seguradora alemã **HDI** está, há 35 anos, entre as maiores do Brasil. Com 1,3 milhões de carros segurados, a empresa ocupa hoje a sexta posição no mercado brasileiro.

Desde 1972, a **ACE Schmersal** atua no mercado brasileiro de eletrotécnica, fornecendo sistemas e 

2014 - Ein Jubiläumsjahr für zahlreiche deutsche Unternehmen in Brasilien

Vor 514 Jahren erreichten die ersten Deutschen mit den Entdeckern Brasilien und legten den Grundstein für eine Beziehung, die gekennzeichnet ist von Pioniergeist, Partnerschaft und Unternehmertum. Das ist bis heute so geblieben. Viele der rund 1.400 deutschen Unternehmen in Brasilien feiern in diesem Jahr ein bedeutendes Jubiläum. Herzlichen Glückwunsch!

Die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer in São Paulo ist stolz auf ihre Mitgliedsunternehmen und stellt Ihnen stellvertretend 12 Jubilare vor.

Im Baugewerbe feiert die bayerische Firma **Knauf AMF** ihr 15-jähriges Bestehen in Brasilien. Der Deckenspezialist unterhält seit 1999 eine Handelsniederlassung in São Paulo und zählt im Bereich abnehmbarer Decken zu den Weltmarktführern.

Unter den Autoherstellern ist **Audi** seit 20 Jahren in Brasilien präsent. Im März 1994 begann der Import und der Vertrieb von Fahrzeugen im Land, nachdem die Ingolstädter ein Joint-Venture mit dem dreimaligen Formel-1-Weltmeister Ayrton Senna eingegangen waren.

Auf dem brasilianischen Versicherungsmarkt gehört **HDI** seit 35 Jahren zu den größten Akteuren. Mit 1,3 Mio. versicherten Fahrzeugen ist das Unternehmen heute die Nummer sechs in diesem Bereich.

Der Wuppertaler Hersteller von Sicherheits-Schaltgeräten und -Systemen **ACE Schmersal** agiert seit 1974 auf dem brasilianischen Elektrotechnikmarkt. Das Unternehmen feiert sein 40-jähriges Jubiläum zusammen mit 250 Angestellten, die 15,4 Mio. Euro im Jahr erwirtschaften.

Auf eine ebenfalls vier Jahrzehnte lange Erfolgsgeschichte kann der westfälische Maschinen- und Anlagenbauer **Haver & Boecker** zurückblicken, der 1974 in Brasilien sein erstes Büro eröffnete. Der einstige Geschäftsführer Dr. Reinhold Festge wird zudem am 31. August im Börsensaal der Handelskammer Hamburg als Deutsch-Brasilianische Persönlichkeit 2014 ausgezeichnet.

Vor 40 Jahren kam auch der Baumaschinenhersteller **Liebherr** nach Brasilien, der neben seiner Fabrik in Guaratiningá inzwischen 18 Filialen in allen fünf Regionen des Landes unterhält und insgesamt 1.400 Mitarbeiter beschäftigt.

Der auf Lackiertechnologien für die Automobilindustrie spezialisierte Maschinen- und Anlagenbauer **Dürr** feiert seinen 50. Jahrestag in Brasilien. 1964 eröffnete das Unternehmen in São Paulo seine erste Niederlassung außerhalb Deutschlands.

Auch **Voith Hydro**, ein führender Anbieter von Komplettlösungen für Wasserkraftwerke, kam vor einem halben Jahrhundert nach Brasilien. Die 1964 in São Paulo eröffnete Fabrik ist heute das weltweit modernste Werk des Unternehmens, dessen Anlagen in Brasilien für 50% der aus Wasserkraft erzeugten Energie verantwortlich sind.

Der Hannoveraner Automobilzulieferer **Continental** ist seit 55 Jahren in Brasilien vertreten. Das Unternehmen beschäftigt an 13 Standorten etwa 6.300 Mitarbeiter. Zur Produktpalette gehören u.a. Bremssysteme und -komponenten, Motoren, Fahrgestelle, Elektronik und Reifen.

Zu den besonders traditionsreichen deutschen Unternehmen aus der Autozulieferindustrie gehören **Bosch** und **Mann+Hummel**, welche sich 1954 in Brasilien ansiedelten und in diesem Jahr ihr 60. Jubiläum feiern.

Zu den am längsten in Brasilien präsenten Firmen zählt die Münchner Versicherungsgruppe **Allianz**. Das Unternehmen feiert in diesem Jahr sein 110-jähriges Bestehen und kann auf 60 Filialen und 1.300 Mitarbeiter im ganzen Land stolz sein.

In den vergangenen vier Jahren haben sich in Brasilien mehr als 200 deutsche Unternehmen neu angesiedelt. Die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer in São Paulo wünscht auch ihnen viele erfolgreiche Geschäftsjahre!

Deutsche Unternehmen in Brasilien

Jahre	Unternehmen	Gründungsjaar
15	Knauf AMF	1999
20	Audi	1994
35	HDI Seguros	1979
40	ACE Schmersal	1974
40	Haver & Boecker	1974
40	Liebherr	1974
50	Dürr	1964
50	Voith	1964
55	Continental	1959
60	Bosch	1954
60	Mann+Hummel	1954
110	Allianz	1904



Nova sede da Allianz em São Paulo
Neuer Firmensitz der Allianz in São Paulo



Selo comemorativo de 110 Anos da Allianz no Brasil
Logo zum 110-jährigen Jubiläum der Allianz in Brasilien



Inauguração da filial brasileira do Grupo Voith, no bairro do Jaraguá, em 1964
Eröffnung der brasilianischen Niederlassung der Voith Unternehmensgruppe im Satdtviertel Jaraguá im Jahre 1964



Construção da fábrica da Voith no Brasil
Bau der Voith Fabrikanlagen in Brasilien



Inauguração por Hugo Rupf
Einweihung durch Hugo Rupf

Allianz

Mann+Hummel

Voith

1904

1954

1959

1964

Bosch

Continental

Dürr



Primeiro escritório da Bosch no Brasil em 1954
Erstes Büro von Bosch in Brasilien, 1954



Matriz em Campinas, São Paulo
Hauptwerk in Campinas, São Paulo

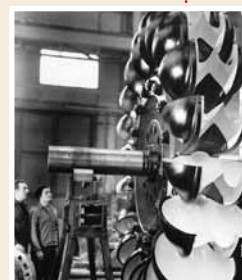


Primeira unidade industrial da Bosch em Campinas - 1956
Erste Produktionsanlage von Bosch in Campinas, 1956



Fábrica Aratu em 1970
Bosch-Fabrik in Aratu, 1970

Tecnologia Flex Fuel da Bosch
Flex Fuel-Technologie von Bosch



Peça da Voith
Voith-Turbine



Foto área da fábrica da Liebherr em Guaratinguetá, em 1982
Luftbild der Liebherr-Fabrik in Guaratinguetá, 1982



Bancada de testes de guindastes navais, os primeiros equipamentos que foram produzidos pela Liebherr no Brasil
Testgelände für Schiffskräne. Sie gehörten zu den ersten Ausrüstungen, die Liebherr in Brasilien produzierte



Foto da escavadeira R 974, produzida no Brasil, para atender o mercado de mineração e movimentação de terra do país
Der Liebherr-Bagger R 974, der für den Bergbau und Erdarbeiten in Brasilien produziert wurde



Processo de solda na Liebherr, no início da operação
Schweißarbeiten bei Liebherr zu Beginn der Produktion in Brasilien



Foto aérea recente da Liebherr (2013)
Aktuelles Luftbild der Liebherr-Fabrik, 2013

Liebherr

HDI Seguros

Knauf AMF

1974

1979

1994

1999

Haver & Boecker
ACE Schmersal

Audi



São Paulo Motor Show, 1994



Chegada do primeiro Audi TT no Brasil
Ankunft des ersten Audi TT in Brasilien



Aterrisagem do Audi TT no Sambódromo do Anhembi
Landung des Audi TT im Sambódromo do Anhembi in São Paulo



São Paulo Motor Show, 1997

O novo Audi A3 Sedan
Der neue Audi A3



Fotos: Divulgação - Allianz, Bosch, Voith, Liebherr e Audi



Imagem superior: Fábrica da Bosch em Curitiba, 2008.

Imagem inferior: Fábrica da Bosch em Curitiba, 1978

Oben: Bosch-Werk in Curitiba, 2008.

Unten: Bosch-Werk in Curitiba, 1978

aparelhos de segurança para máquinas e equipamentos industriais. A empresa celebra os seus 40 anos no Brasil junto a 250 colaboradores, gerando uma receita anual de 15,4 milhões de euros.

Também com uma história de 40 anos de sucesso no Brasil, a **Haver & Boecker** celebra seu jubileu no Brasil. A empresa familiar de médio porte, que atua nos segmentos de malhas metálicas, máquinas e equipamentos para embalagem e tecnologia de processamento, abriu seu primeiro escritório no País em 1974. Seu antigo diretor geral Dr. Reinhold Festge foi escolhido como Personalidade Brasil-Alemanha 2014.

Há 40 anos, a fabricante de máquinas e equipamentos para construção **Liebherr** chegou ao Brasil. A empresa conta com uma planta fabril em Guaratinguetá, 18 filiais espalhadas pelas cinco regiões do Brasil e emprega um total de 1.400 colaboradores.

A fabricante de máquinas e equipamentos especialista em tecnologia de pintura automotiva **Dürr** celebra o seu 50º ano de atuação no Brasil. Em 1964, a empresa iniciou sua primeira unidade fora da Alemanha, em São Paulo.

No mesmo ano de 1964, a líder em soluções completas para usinas hidroelétricas **Voith Hydro** abriu sua fábrica no Brasil. Hoje, a unidade é a mais moderna da empresa em todo o mundo e responde por 50% da energia hidroelétrica gerada no País.

A fornecedora de componentes automotivos **Continental** está há 55 anos no Brasil, e emprega cerca de 6.300 colaboradores em 13 unidades. Seu mix de produtos contempla, entre outros, sistemas de frenagem e componentes, motores, chassis, eletrônicos e pneus.

Entre as mais tradicionais empresas alemãs fornecedoras de autopeças, estão a **Bosch** e a **Mann+Hummel**, cujas atividades no Brasil se iniciaram em 1954. Neste ano, ambas as empresas celebram seus 60 anos no País.

Das empresas alemãs há mais tempo no Brasil, a **Allianz Seguros** celebra em 2014 seus 110 anos no País com 60 filiais e 1.300 colaboradores em todo o território nacional.

Nos últimos anos, mais de 200 novas empresas alemãs se estabeleceram no Brasil. A Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha de São Paulo deseja a todas elas muito sucesso nos negócios neste e nos próximos anos. •

Empresas alemãs no Brasil

Anos	Empresa	Ano de Fundação
15	Knauf AMF	1999
20	Audi	1994
35	HDI Seguros	1979
40	ACE Schmersal	1974
40	Haver & Boecker	1974
40	Liebherr	1974
50	Dürr	1964
50	Voith	1964
55	Continental	1959
60	Bosch	1954
60	Mann+Hummel	1954
110	Allianz	1904

• Matthias Nitsch



GRAF VON FABER-CASTELL



Pura Elegância

Moldada em uma única peça de resina preciosa, a série "Intuition Terra" irradia o calor dos tons de terracota. O contraste das cores do corpo e da tampa é realçado pelo brilho das partes metálicas de platina.

Efeito único e sofisticado.

A caneta tinteiro tem pena de ouro 18 quilates.



- São Paulo: Espaço Faber-Castell, Conjunto Nacional 11 3142-9885 • Espaço Faber-Castell, Pátio Higienópolis 11 2221-5617
• Espaço Faber-Castell, Market Place 11 5181-3108 • Espaço Faber-Castell, Shopping Villa Lobos 11 3021-1104
Le Paquet, Oscar Freire 11 3062-1510 • Paper House, Oscar Freire 11 3082-4022 • Canetaria Borges, Shopping Eldorado 11 3814-2520
• Tabacaria Lee, Shopping Pátio Higienópolis 11 3823-2705 - Rio de Janeiro, Caneta Continental, BarraShopping 21 2431-9107
• Caneta Continental, Centro 21 2262-1616 • Caneta Continental, Village Mail 21 3252-2528 • Lafry, Fashion Mall 21 3322 2959

A. W. Faber-Castell S.A. • WWW.FABER-CASTELL.COM.BR • WWW.GRAF-VON-FABER-CASTELL.COM.BR • SAC: 0800-701-7068



Gostei de estudar na Alemanha

Jovens brasileiros participam de intercâmbio acadêmico no país referência mundial em inovação e tecnologia

Alguns sentiram saudade de casa, outros conheceram diversas cidades e países europeus, um até mudou de curso, mas todos voltaram cheios de histórias e descobertas. Quatro estudantes de engenharia, de diferentes regiões do Brasil, contaram sobre suas experiências na Alemanha durante o programa Ciências sem Fronteiras.

A iniciativa é promovida pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) e pelo Ministério da Educação (MEC), por meio de suas respectivas instituições de fomento – CNPq e Capes –, e Secretarias de Ensino Superior e de Ensino Tecnológico do MEC, que fornecem bolsas de intercâmbio a estudantes de graduação e pós-graduação. A ação tem como objetivo promover globalmente a expansão da pesquisa brasileira, incentivando bolsas e projetos científicos no exterior. O DAAD (Serviço Alemão de Intercâmbio Acadêmico) é parceiro do programa.

Para **Daniel C. R. Felzemburg** (24), aluno de Engenharia Mecânica da Universidade Federal da Bahia, o país é considerado por muitos como um dos centros das melhores práticas de engenharia do mundo. “Com o estágio no Instituto Fraunhofer de Tecnologia de Produção (IPT Fraunhofer), pude ver na prática como a pesquisa, a inovação e o desenvolvimento são incentivados e bem aplicados na Alemanha. É realmente incrível ver a organização, a seriedade e a importância com que tudo isso é conduzido”, afirma Felzemburg.

Já **Tiago Pretto** (22), estudante de engenharia química na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), realizou algo completamente diferente de sua grade curricular original. Decidiu cursar *Brauwesen* (produção de cervejas) na Universidade Técnica de Munique (TUM), em Frisinga. Seu maior desafio, segundo ele, foi ter que se virar sozinho.

Igor Prado (24), estudante de Engenharia de Produção Civil na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), cursou Engenharia de Transportes na Universidade Técnica de Dresden (TU Dresden). “Viajei bastante pela Europa, tanto para o Oeste, como para

o Leste. Além de conhecer novos lugares, a melhor coisa foi ter contato com pessoas de diferentes culturas e visões de mundo”, afirma Prado. Porém, quando perguntado sobre seu maior desafio, ele responde: “Conviver com o inverno alemão”.

Laura Vasconcellos (23), estudante de engenharia agrônoma na USP, cursou ciências agrárias na Alemanha. “Escolhi o país porque queria conhecer a agricultura alemã, muito mais automatizada e que enfrenta desafios climáticos e de mercado muito diferentes da agricultura brasileira. Também queria aprender o vocabulário técnico da minha área.” Além disso, Vasconcellos afirma que sua maior vantagem foi ter ampliado a rede de contatos tanto no Brasil, quanto no mundo. •

Mais informações:

Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior)

Tel.: 0800-616161 – opção 0 – subopção 1 (central de atendimento)

Site: www.cienciasemfronteiras.gov.br

Escritório Regional do DAAD

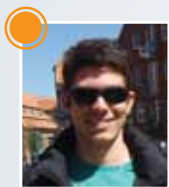
Tel.: (21) 2553-3296

E-mail: info@daad.org.br

Site: www.daad.org.br

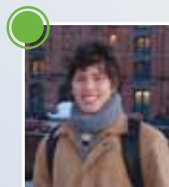


• Cynthia Navarro



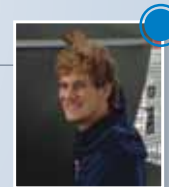
Daniel Felzemburg

Instituto Fraunhofer de Tecnologia de Produção
Fraunhofer-Institut für Produktionstechnologie



Igor Prado

Universidade Técnica de Dresden
Technische Universität Dresden



Tiago Pretto

Universidade Técnica de Munique
Technische Universität München



Laura Vasconcellos

Universidade Técnica de Munique
Technische Universität München

Studieren in Deutschland hat mir Spaß gemacht

Junge Brazilianer absolvieren einen akademischen Austausch im „Land der Ingenieure“

Manche hatten Heimweh, andere haben verschiedene europäische Städte und Länder kennengelernt, einer hat sogar das Studienfach gewechselt, aber alle kamen voller Geschichten und Entdeckungen nach Hause. Vier Studierende der Ingenieurwissenschaften aus unterschiedlichen Regionen Brasiliens berichten über ihre Erfahrungen in Deutschland im Rahmen des Austauschprogramms Wissenschaft ohne Grenzen (Ciência sem Fronteiras - CsF).

Die Initiative wird von den brasilianischen Ministerien für Wissenschaft, Technologie und Innovation (MCTI) und für Bildung (MEC) über ihre Förderorganisationen CNPq und Capes getragen. Sie vergibt Stipendien an Studierende in Graduierten- und Postgraduierten-Studiengängen für Forschungsaufenthalte im Ausland. Ziel der Initiative ist es, den wissenschaftlichen Austausch zwischen Brasilien und der Welt durch Forschungsprojekte im Ausland zu fördern. Der DAAD (Deutscher Akademischer Austauschdienst) ist Partner des Programms.

Laut **Daniel C. R. Felzemburg** (24), Maschinenbaustudent an der Bundesuniversität von Bahia, gilt Deutschland vielen als Inbegriff des Ingenieurwesens in der Welt: „Durch das Praktikum am Fraunhofer-Institut für Produktionstechnologie IPT konnte ich selbst erleben, wie Forschung, Innovation und Entwicklung in Deutschland gefördert und angewandt werden. Es ist echt unglaublich zu sehen, wie gut alles organisiert ist, wie ernsthaft das betrieben wird und welcher Stellenwert dem beigemessen wird“, bekräftigt Felzemburg.

Tiago Pretto (22), der an der Bundesuniversität von Rio Grande do Sul (UFRGS) Chemieingenieurwesen studiert, hat sich in Deutschland für eine ganz andere Fachrichtung eingeschrieben. Er entschied sich, an der Technischen Universität München am Standort Freising (TUM) das Fach Brauwesen zu belegen. Die größte Schwierigkeit war für ihn, alleine klar zu kommen.

Igor Prado (24), angehender Produktionsingenieur der Bundesuniversität von Santa Catarina (UFSC), hat an der Technischen Universität Dresden (TU Dresden) den Studiengang Verkehrsingenieurwesen besucht. „Ich bin ziemlich viel in Europa herumgereist, im Westen wie im Osten. Außer neue Orte kennenzulernen war das Beste daran, mit Leuten aus unterschiedlichen Kulturen und mit unterschiedlichen Weltansichten in Kontakt zu kommen“, behauptet Prado. Auf seine größte Herausforderung angesprochen, meint er: „Mit dem deutschen Winter zu leben.“

Die Agronomiestudentin **Laura Vasconcellos** (23) von der Universität São Paulo hat auch in Deutschland Agrarwissenschaften studiert: „Ich habe das Land gewählt, weil ich die deutsche Landwirtschaft kennenlernen wollte, die viel automatisierter ist als die brasilianische und mit ganz anderen klimatischen und wirtschaftlichen Herausforderungen umgehen muss. Außerdem wollte ich den Fachwortschatz in meinem Gebiet erlernen.“ Der größte Nutzen war für Vasconcellos, dass sie ihr Netzwerk in Brasilien und im Ausland erweitern konnte. •



Anjos alemães apostam em *Startups* brasileiras

Ninguém diz que criar um projeto do zero é fácil. Você pode ter uma ideia inovadora de negócio brilhante e contar com uma equipe básica. Mas para tirá-la do papel falta sempre algo: dinheiro. Como conseguir recursos necessários para viabilizar seu projeto? Quanto você vai precisar? Quem vai poder bancar algo que pode ou não dar certo? Grandes corporações, empresas e até investidores individuais com capital próprio, nacionais ou estrangeiros, podem ser o caminho. No mundo do empreendedorismo, essas figuras são conhecidas como investidores-anjo. Você pode até não perceber, mas eles estão de olho no que vem sendo feito e desenvolvido por aqui.

Nunca, de acordo com especialistas no assunto, houve no Brasil um interesse tão significativo da parte desse tipo de investidores em colocar dinheiro em empresas iniciantes com alto grau de inovação, grande potencial de crescimento e ótimas perspectivas de retorno econômico, as chamadas *startups*. E

é quase unânime entre investidores anjo da Alemanha a percepção de que o País

vive hoje essa “onda de empreendedorismo por oportunidade”. Isto é, pessoas que escolhem empreender não apenas por questões de subsistência, mas porque enxergam oportunidades nos mercados para gerar soluções e modelos inovadores de negócios de alto valor agregado.

“Isso é muito positivo, pois essas pessoas geralmente são bem preparadas

e ambiciosas, e podem ser parceiras valiosas na jornada das grandes corporações de inovar sempre”, explica Ronald Dauscha, diretor de Estratégia e Inovação da Siemens no Brasil. Na avaliação dele, uma grande companhia, por mais recursos financeiros que invista e sólidas estruturas possua para o desenvolvimento de novos produtos, processos, serviços e modelos de negócio, não consegue captar todas as oportunidades do mercado. Dados da Anjos do Brasil, organização sem fins lucrativos para fomentar o crescimento do investimento-anjo, mostram que a necessidade de recursos por empresa é, em média, entre R\$ 200 mil e R\$ 500 mil, podendo chegar a R\$ 1 milhão.

“As grandes corporações precisam investir para aproveitar a agilidade e a propensão a risco e experimentação que as *startups* têm, fatores essenciais para a criação de inovações”, pondera Dauscha. Além disso, acrescenta o executivo da Siemens, “com o avanço de ferramentas de TI e a crescente capacitação dos empreendedores, as *startups*, cada vez mais, apresentam um risco de se tornarem concorrentes de grandes empresas”.

Não foi em vão que a Siemens tenha colocado em operação, há cerca de dois anos, um programa chamado *New Ventures Forum*, que visa prospectar *startups* e incubadoras no Brasil, desde que tenham um alinhamento estratégico com a companhia, que engloba diversos mercados e tecnologias. O primeiro passo, segundo Dauscha, é construir parcerias com o intuito de gerar novos negócios.

“Trata-se de um programa recente. Estamos progredindo nas conversas com *startups* prospectadas”, comenta o executivo da Siemens, que prefere não falar no montante de recursos envolvidos no programa. Antecipa apenas que a Siemens está em processo de

**Como
conseguir
recursos
necessários
para viabilizar
seu projeto?**

Deutsche Investoren setzen auf brasilianische Start-ups

Keiner behauptet, dass es einfach ist, ein Projekt von Null aufzubauen. Man kann eine innovative und brillante Geschäftsidee und ein Team dafür haben. Um sie umzusetzen fehlt jedoch immer eines: Geld. Wie kommt man an die nötigen Mittel, um sein Projekt auf den Weg zu bringen? Wie viel braucht man dafür? Wer finanziert etwas, das vielleicht klappt, vielleicht aber auch nicht? Großkonzerne, Unternehmen und selbst Privatinvestoren mit Eigenkapital aus dem In- und Ausland können den Weg ebnen. In der Unternehmerwelt sind diese Personen als Business Angels bekannt. Selbst wenn Sie es nicht bemerken: diese Engel beobachten, was in Brasilien passiert und was sich hier entwickelt.

Laut Experten gab es noch nie zuvor ein so großes Interesse dieser Art von Investoren, Geld in sogenannte Start-ups zu stecken, junge Unternehmen mit einem hohen Innovationsgrad, großem Wachstumspotenzial und besten Renditeaussichten. Und Business Angels aus Deutschland stimmen praktisch alle in der Einschätzung überein, dass Brasilien heute eine „Welle des Gelegenheitsunternehmertums“ erlebt. Damit sind Personen gemeint, die sich nicht nur entscheiden, Unternehmer zu werden, um ihre Existenz zu sichern, sondern weil sie Marktchancen für innovative Lösungen und Geschäftsmodelle mit hohem Mehrwert erkennen.

„Das ist sehr positiv, denn diese Leute sind in der Regel gut vorbereitet und ehrgeizig. Sie können wertvolle Partner für Großkonzerne im kontinuierlichen Innovationsprozess sein“, erklärt Ronald Dauscha, Direktor für Strategie und Innovation bei Siemens Brasilien. Seiner Einschätzung nach gelingt es keinem großen Unternehmen, alle Marktchancen zu nutzen, egal wie viel finanzielle Ressourcen es für die Entwicklung neuer Produkte, Prozesse, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle aufwendet und wie solide Strukturen es dafür besitzt. Zahlen der Anjos do Brasil, einer gemeinnützigen Organisation zur Förderung von Angel Investments, zeigen, dass der Finanzierungsbedarf pro Unternehmen im Schnitt zwischen 200.000 und 500.000 R\$ liegt und 1 Millionen R\$ erreichen kann.

„Große Unternehmen müssen investieren, um von der Risikobereitschaft und Experimentierfreude zu profitieren, die die Start-ups haben. Das sind unabdingbare Faktoren für Innovationen“, befindet Dauscha. Außerdem, fügt der Siemens-Manager hinzu, „stellen Start-ups durch den Fortschritt der Informationstechnologien und das steigende Ausbildungsniveau der Unternehmer ein immer größeres Risiko dar, Konkurrenten der Großkonzerne zu werden.“

Nicht umsonst hat Siemens vor etwa zwei Jahren ein Programm namens New Ventures Forum ins Leben gerufen, das Start-ups und Gründerzentren in Brasilien ausfindig machen soll, die auf der strategischen Linie des Konzerns liegen, welche verschiedene Märkte und Technologien umfasst. Laut Dauscha besteht der erste Schritt darin, Partnerschaften aufzubauen, um neue Geschäfte zu entwickeln.

„Das ist ein neues Programm. Wir sind dabei, Gespräche mit den identifizierten Start-ups zu führen“, kommentiert der Siemens-Manager, der nichts zur finanziellen Ausstattung des Programms sagen möchte. Er kündigt lediglich an, dass Siemens das Programm gerade neu ausrichtet. „Wir werden bald Neuigkeiten haben. Es gibt verschiedene Arten, Partnerschaften aufzubauen, und wir sind noch auf der Suche nach dem Modell, das für alle Beteiligten am besten funktioniert“, fügt er hinzu.

EdTech-Fonds zieht 100 Millionen Reais an

Auch der Medienkonzern Bertelsmann, der seit den 1960er Jahren durch Tochterfirmen in Brasilien vertreten ist, gehört zu denen, die ein Auge auf brasilianische Start-ups geworfen haben. Anfang dieses Jahres hat er einen Fonds von 30 Millionen Euro (ca. 100 Millionen R\$) aufgelegt, um in junge Firmen im Bereich Bildungstechnologien (EdTech) zu investieren. Der Fonds BR Education Ventures wird gemeinsam mit Bozano Investimentos gemanagt. „Bertelsmann hält etwa 30% an BR Education Ventures, während Bozano Investimentos als Fondsverwalter agiert“, erklärt Thomas Mackenbrock, Leiter des Corporate Center von Bertelsmann in São Paulo.

Ihm zufolge prüft der BR Education Ventures, in acht bis zehn Unternehmen zu investieren, die auf Bildungstechnologien ausgerichtet sind. Zwei Beteiligungen stehen bis jetzt schon fest. An Evolve, einem Start-up, das Bildungsvideos für Unternehmen und Organisationen produziert, und an QMágico, einer Online-Plattform, die Studenten, Professoren und Anbieter von Bildungsinhalten vernetzt und individuelle Lernumgebungen schafft (sogenanntes adaptive learning).

„Bertelsmann ist daran interessiert, seine Präsenz in Brasilien dauerhaft zu verstärken“, bekräftigt Macken-

Wie kommt man an die nötigen Mittel, um sein Projekt auf den Weg zu bringen?



Algumas coisas sobre o up! que talvez você não tenha visto:

- Único compacto com nota máxima em segurança.
- O compacto mais potente e econômico do país.
- Agora na versão duas portas.

**E uma que não tem como não ver:
primeiro 1.0 com
câmbio automatizado.**



Eleito o Melhor
Hatch Compacto no
comparativo da Revista
Quatro Rodas.

Em duas categorias:
abaixo de R\$ 35 mil
e até R\$ 29 mil.



Eleito pela revista
Autoesporte o melhor
automóvel entre
R\$ 26.900 e R\$ 39.390



Sem limite
de quilometragem.

Carro com menor
custo de reparabilidade,
segundo o CESVI.



Melhor consumo.
Classificação A - Inmetro.



www.latinncap.com TEST 2013

Nota máxima em
segurança pelo Latin NCAP.

Alguns itens mencionados ou mostrados são opcionais, acessórios ou referem-se a versões específicas. Para mais informações, consulte uma Concessionária Autorizada Volkswagen, ligue 0800 019 5775 ou acesse www.vw.com.br. Garantia total de 3 anos válida para os modelos vendidos a partir de 1º de janeiro de 2014, sem limite de quilometragem para defeitos de fabricação, exceto Polo, Gol G4, Saveiro, Golf e Kombi (este último, limitado a 80.000 km), que continuam com 1 ano de garantia. É necessário,

Respeite os limites de velocidade.



vw.com.br/upvw

Chegou o up! Tudo nele é up.



Das Auto.

para a sua utilização, o cumprimento do plano de manutenção. O up! obteve a melhor classificação, "A" (verde), no Programa Brasileiro de Etiquetagem do Inmetro, entre os modelos equipados com motor flexível, direção assistida e ar-condicionado. O up! é capaz de rodar, quando abastecido com gasolina, até 13,2 km/l na cidade e 14,3 km/l na estrada e, quando abastecido com etanol, 9,1 km/l na cidade e 9,9 km/l na estrada. Comparativo Hatches Compactos Revista Quatro Rodas – Ed. 654/ Março 2014.



Divulgação

“ Por meio de investimentos em *Startups*, as grandes corporações lucram a partir da agilidade, propensão a risco e experimentação que esses negócios têm.

Durch Investitionen in Start-ups profitieren die Unternehmen von deren Geschwindigkeit, Mut zum Risiko und Experimentierfreude. ”

Ronald Dauscha

reformulação do programa. “Teremos novidades em breve. Existem diversos modos de estabelecer parcerias, e ainda estamos à procura do modelo que funciona melhor para todos os envolvidos”, acrescenta.

EdTech atrai R\$ 100 milhões

A Bertelsmann, multinacional alemã da área de mídia e presente no Brasil desde a década de 1960 por meio de subsidiárias, é outra das que estão de olho em *startups* brasileiras. No início deste ano, iniciou um fundo de 30 milhões de euros (cerca de R\$ 100 milhões) para investir em empresas nascentes ligadas às tecnologias educacionais (EdTech). O fundo *BR Education Ventures* é gerido em parceria com a Bozano Investimentos. “A Bertelsmann detém uma participação de cerca de 30% do *BR Education Ventures*, enquanto a Bozano Investimentos atua como gestor

do fundo”, explica Thomas Mackenbrock, chefe do Centro Corporativo da Bertelsmann em São Paulo.

De acordo com ele, o fundo estuda investir em oito a dez empresas focadas em tecnologia educacional. Duas participações já estão definidas até agora. Na *Evolve*, *startup* que produz e distribui conteúdo de vídeo educativo para empresas e organizações, e na *QMágico*, uma plataforma online que conecta estudantes, professores e provedores de conteúdo educacional e cria ambientes de aprendizagem individuais (*adaptive learning*).

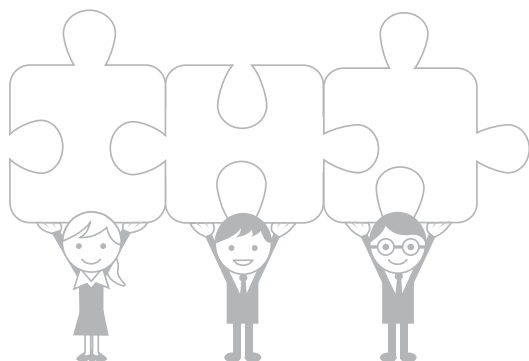
“A Bertelsmann está interessada em expandir sua presença no Brasil de forma permanente”, reforça Mackenbrock. Ressalta, no entanto, que, por tratar-se de um fundo, ele tem uma espécie de vida útil, que normalmente é de oito anos. Ele lembra que a multinacional alemã fez outros investimentos no País e ainda tem a intenção de realizar mais, inclusive em empresas de maior porte. “O Brasil é um dos três mercados de crescimento estratégico (para a Bertelsmann), ao lado da China e da Índia”, afirma Mackenbrock.

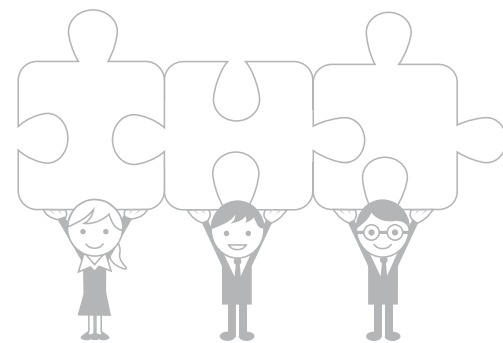
A SAP Ventures, um dos braços da também alemã SAP AG, líder mundial em softwares empresariais e serviços relacionados com software, é outra que quer fincar pé no mercado brasileiro. A empresa, com sede em

Palo Alto (EUA), financia atualmente 125 *startups* das áreas de tecnologia da informação (B2B, B2C, B2B2C) nos cinco Continentes. Em geral, a SAP Ventures aplica entre US\$ 5 milhões e US\$ 20 milhões, mas pode injetar valores superiores. Atualmente, a companhia tem cerca de US\$ 1,4 bilhão sob sua gestão.

“Acreditamos que a nossa experiência com a *Spring Mobile Solutions* nos dá antecedentes e credibilidade para continuar a investir no mercado brasileiro, onde certamente podem surgir novas oportunidades”, explica a empresa, em entrevista concedida por e-mail. A *Spring Mobile Solutions*, cuja razão social era *Spring Wireless* antes de receber um aporte a título de *growth equity* da SAP Ventures há dois anos, foi fundada no Brasil. Hoje, é líder global na área de aplicativos móveis e em soluções de mobilidade ponta a ponta que permitem a empresas aumentar sua produtividade e maximizar seu sucesso. Entre seus clientes estão a Unilever, Visa, Coca-Cola, Santander e L’Oréal.

Iniciativas como as da Siemens, Bertelsmann e SAP mostram que investir em empresas com potencial promissor vale a pena. Não é demais lembrar que o Brasil foi bola da vez nos últimos três anos (2010 a 2013), quando houve uma bolha





brock. Allerdings stellt er klar, dass der Fonds eine Art Lebensdauer hat, normalerweise acht Jahre. Er erinnert daran, dass der multinationale deutsche Konzern bereits andere Investitionen in Brasilien getätigt hat und weitere beabsichtigt, auch in größere Unternehmen. „Brasilien ist einer von drei strategischen Wachstumsmärkten (für Bertelsmann) neben China und Indien“, versichert Mackenbrock.

SAP Ventures, Tochter des Weltmarktführers für Unternehmenssoftware und softwarebezogene Dienstleistungen SAP AG, will ebenfalls auf dem brasilianischen Markt Fuß fassen. Das Unternehmen mit Sitz in Palo Alto (USA) finanziert aktuell 125 Start-ups im Bereich Informationstechnologie (B2B, B2C, B2B2C) auf fünf Kontinenten. Im Allgemeinen investiert SAP Ventures zwischen 5 Mio. und 20 Mio. USD, manchmal aber auch höhere Beträge. Derzeit verwaltet die Gesellschaft etwa 1,4 Mrd. USD.

„Wir glauben, dass uns unsere Erfahrung mit Spring Mobile Solutions ausreichend Background und Glaubwürdigkeit gibt, um weiter in den brasilianischen Markt zu investieren, auf dem sicher neue Gelegenheiten auftauchen können“, erklärt das Unternehmen in einem E-Mail-Interview. Die Firma Spring Mobile Solutions, deren Name Spring Wireless lautete, bevor sie vor zwei Jahren eine „Growth Equity“-Kapitalspritze von SAP Ventures bekam, wurde in Brasilien gegründet. Heute ist das Unternehmen Weltmarktführer bei mobilen Apps und Punkt-zu-Punkt-Verbindungen, durch die Unternehmen ihre Produktivität steigern und ihren Erfolg maximieren können. Zu seinen Kunden gehören Unilever, Visa, Coca Cola, Santander und L'Oréal.

Initiativen wie die von Siemens, Bertelsmann und SAP zeigen, dass es sich lohnt, in Unternehmen mit vielversprechendem Potenzial zu investieren. Es darf auch daran erinnert werden, dass Brasilien in den letzten drei Jahren (2010 bis 2013), als es eine Welle von Unternehmensgründungen gab, bei Investoren hoch im Kurs stand. Wer

nun weiß, wie man eine brillante Idee in die Tat umsetzt, dem empfehlen Experten, das Silicon Valley als globale Innovationsoase kennenzulernen. Dort wurden Apple, Google, Facebook, Intel, HP, eBay, Evernote, Twitter, LinkedIn, Netflix, Yahoo und hunderte weitere kleine, mittlere, große und riesengroße Unternehmen für B2B, B2C, B2B2C, Hardware und Software geboren.

Hinter den Erfolgen steht Rocket

In Brasilien gibt es nichts Vergleichbares zum Silicon Valley, doch einige Technologiezentren mit der gleichen Zielsetzung beginnen, sich zu etablieren. In der Westzone von São Paulo sind in einer von Parks, Skatepisten, Restaurants und Cafés umgebenen Anlage bereits fast zwei Dutzend Technologie-Start-ups untergebracht. Der sogenannte Villa Lobos Office Park, ein Ensemble von Geschäftsgebäuden, liegt in der Nähe der Universität von São Paulo (USP). Der Komplex ist dafür bekannt, dass hier die deutsche Firma Rocket Internet sitzt, ein schlagkräftiger Start-up-Fonds und einer der größten Gründungsbeschleuniger der Welt.

Rocket hat seinen Hauptsitz im welt-offenen Berlin, dem europäischen Silicon Valley, und hat seit 1999 mehr als 100 Unternehmen in mehr als 50 Ländern beim Wachstum geholfen. In Brasilien verantwortet Rocket gemeinsam mit dem Fonds Latin America Internet Holding (LIH) und der Firma iMena den Erfolg von Easy Taxi, Pionier im mobilen Taxirufdienst in mehr als 30 Ländern. Der deutsche Fonds hat darüber hinaus die Entwicklung verschiedener anderer Start-ups in Brasilien unterstützt, darunter Dafiti (Onlineshop für Kleidung und Accessoires), CupoNation (Rabattgutscheine), Tricac (Onlineshop für Kinderkleidung und -artikel), Kanui (Onlineshop für Kleidung und Sportartikel), Hellofood (Online-Lieferdienst), ClickBus (Online-Verkauf von Bustickets) und Zocprint (personalisierte Produkte, Werbeartikel und Accessoires).

Als weitere brasilianische Stadt besitzt Recife einen Unternehmerpark für Informationstechnologie und Kreativwirtschaft (Multimedia, Computerspie-

le, Film, Design, Musik, Fotografie und Werbung). Der Porto Digital gilt als Referenz für das Modell der „dreifachen Helix“, bei dem Universitäten, Industrie und die Regierung des Bundesstaats zusammenarbeiten, und hat sich in den 14 Jahren seit seiner Gründung (2000) zu einem der Hauptinnovationsstandorte in Brasilien entwickelt. Derzeit sind im Porto Digital mehr als 250 Unternehmen angesiedelt, die über 1 Milliarde R\$ Umsatz pro Jahr erwirtschaften.

In Porto Alegre bekommen Unternehmen, die gerade aus der Gründungsphase heraus sind, im Wissenschafts- und Technologiepark Tecnopuc ein eigenes Gebäude. Mit dem Bau des Vorhabens für 3,35 Millionen R\$ wurde Ende Mai begonnen. Es wird erwartet, dass das neue Zentrum Anfang 2015 eingeweiht werden kann. Zielsetzung ist es, neuen Akteuren einen sanfteren Einstieg in den Technologiepark zu ermöglichen. In dem im August 2003 eingeweihten Tecnopuc sind zurzeit 120 Unternehmen, Verbände sowie Forschungseinrichtungen der Katholischen Universität von Rio Grande do Sul (PUC-RS) mit insgesamt mehr als 6.000 Arbeitsplätzen untergebracht.

Ebenfalls mit der Absicht, innovative Unternehmungen zu fördern, hat die brasilianische Bundesregierung im Mai die zweite Auflage des Programms Start-Up Brasil lanciert. Ziel ist es, die Entwicklung neuer Technologieunternehmen zu beschleunigen. In der ersten Auflage wurden 118 Start-ups in das Programm aufgenommen, von denen 88 einen Vertrag mit Inkubatoren abgeschlossen haben. Nun soll das Programm bis 2015 300 Start-ups ein Jahr lang mit Stipendien von bis zu 200.000 R\$ des Nationalen Wissenschafts- und Technologieentwicklungsrates (CNPq) fördern, damit diese Löhne und Gehälter zahlen können. •

• Vladimir Goitia



// O Brasil é, para a Bertelsmann, um dos três mercados de crescimento estratégico, ao lado da China e da Índia.

Brasilien ist für Bertelsmann einer der drei strategischen Wachstumsmärkte, neben China und Indien. //

Thomas Mackenbrock

de empreendedorismo. Agora, que você sabe como tirar do papel uma ideia brilhante, os especialistas da área recomendam conhecer o Vale do Silício, oásis da inovação mundial. Lá, nasceram a Apple, Google, Facebook, Intel, HP, eBay, Evernote, Twitter, LinkedIn, Netflix, Yahoo, entre centenas de outras pequenas, médias, grandes e gigantes empresas de B2B, B2C, B2B2C, de hardware e de software.

Por trás de sucessos, a Rocket

No Brasil, não existe nada igual ao Vale do Silício, mas alguns centros tecnológicos com o mesmo objetivo começam a se consolidar. Um condomínio na Zona Oeste de São Paulo, cercado de parques, pistas de skate, restaurantes e cafés, já abriga quase duas dúzias de *startups* da área de tecnologia. Trata-se do Villa Lobos Office Park, um conjunto de prédios comerciais próximo à Universidade de São Paulo (USP). O condomínio é conhecido por abrigar a alemã Rocket Internet, um agressivo fundo de investimentos em *startups* e uma das maiores aceleradoras do mundo.

A Rocket, que tem sede em Berlim, cidade cosmopolita que abriga o Vale do Silício europeu, ajudou a desenvolver desde 1999 mais de 100 empresas em mais de 50 países. No

Brasil, junto com o Fundo *Latin America Internet Holding* (LIH) e com a iMena, a Rocket é responsável pelo sucesso do Easy Taxi, pioneiro no serviço móvel de chamada de táxi em mais de 30 países. Esse fundo alemão ajudou ainda a desenvolver várias outras *startups* no Brasil, como a Dafiti (loja virtual de roupas e acessórios), a CupoNation (descontos com cupons), a Tricae (loja virtual de roupas e artigos infantis), a Kanui (loja virtual de roupas e produtos esportivos), a Hellofood (entregas de restaurantes online), a ClickBus (compra online de passagens de ônibus) e a Zocprint (produtos, brindes e acessórios personalizados).

Recife (PE) é outra cidade brasileira que abriga um parque voltado para a tecnologia da informação e economia criativa (multimídia, *games*, cinema, design, música, fotografia propaganda e publicidade). Considerado uma referência na implementação do modelo *triple helix*, o Porto Digital é fruto de uma ação coordenada entre universidades, indústria e o governo do Estado, que resultou, 14 anos após a sua fundação (2000), em um dos principais e maiores ambientes de inovação do País. Atualmente, o Porto Digital abriga mais de 250 empresas que geram uma receita anual de mais de R\$ 1 bilhão.

Em Porto Alegre (RS), empresas recém-saídas do processo de incubação ganharão um prédio no Parque Científico e Tecnológico da PUC-RS (Tecnopuc). As obras, a um custo de R\$ 3,35 milhões, começaram ao final de maio. A expectativa é que o novo espaço possa ser inaugurado no início de 2015. O objetivo é oferecer uma transição mais tranquila para a entrada de novos players na estrutura do parque tecnológico. Atualmente, o Tecnopuc, inaugurado em agosto de 2003, abriga 120 organizações, considerando empresas, entidades representativas e estruturas de pesquisa da PUC-RS, que, juntas, somam mais de 6 mil postos de trabalho.

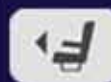
Na outra ponta, também na tentativa de impulsionar negócios inovadores, o governo brasileiro lançou em maio a segunda versão do programa *Start-Up Brasil*. O objetivo é acelerar o desenvolvimento de novas empresas de tecnologia. Na versão anterior, foram aprovadas 118 *startups*, das quais 88 fecharam contrato com as aceleradoras. Agora, o programa prevê desenvolver e fomentar 300 *startups* até 2015 com até R\$ 200 mil em bolsas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) para cada uma durante um ano para pagamento de salários. •

• Vladimir Goitia

Premium Economy Lufthansa: Aperte o cinto e estique as pernas.

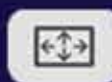


Benefícios que vão muito além de espaço adicional:



Mais espaço

- assento totalmente novo
- até 50% mais espaço individual
- apoio individual para os braços
- descanso para pés e cabeça
- entrada USB individual



Mais entretenimento

- telas maiores, com 11" a 12"



Mais refrescância

- welcome-drink
- garrafa de água individual



Mais gastronomia

- refeições em porcelana chinesa
- menu de opções



Mais conveniência

- nécessaire com produtos selecionados



Mais exclusividade

- acesso à Business Class lounge mediante taxa

A partir de 11.12.2014 na rota São Paulo - Frankfurt. Já disponível para reservas no LH.com



Lufthansa



Divulgação - BMW

Automobilísticas alemãs apostam no crescimento do mercado *premium* no Brasil

Enquanto o mercado de veículos em geral perde fôlego por causa das incertezas da economia, as maiores fabricantes de automóveis de luxo do mundo – BMW, Mercedes-Benz e Audi – apostam na popularização e na expansão da fatia dos modelos *premium* no Brasil. Mais do que isso, acreditam na fidelização não apenas dos tradicionais clientes, mas também de novos e jovens consumidores que, além de sonhar com carros tecnologicamente mais avançados, designs arrojados, segurança e conforto, já dão sinais de que ao entrar numa concessionária sairão sentados num deles.

As três multinacionais alemãs, que já “invadiram” o segmento de compactos e utilitários medianos na Europa, pretendem fazer o mesmo no mercado nacional. Não é à toa que em outubro do ano passado tenham anunciado investimentos de quase R\$ 2 bilhões para produzir essa categoria de veículos no Brasil. BMW, Mercedes e Audi são unânimes ao afirmar que o segmento *premium* no País encontra-se em franca expansão e com perspectivas importantes no futuro. Vale ressaltar que, apesar de o mercado de luxo ser

ainda pequeno, a expectativa é que a frota *premium* mais do que triplique até 2020.

Gleide Souza, diretora de Relações Governamentais do BMW Group Brasil, lembra que, em 2013, esse segmento teve crescimento de 50% nas vendas, com 41.191 automóveis comercializados no período. Esse número equivalia, à época, a 1,2% do market share do total do setor automotivo. No primeiro trimestre deste ano já pulou para 1,5% devido a um aumento de 60% das vendas em relação ao mesmo intervalo de 2013. O setor vendeu entre janeiro e março 11.515 veículos *premium*. Dados impressionantes se comparados à queda de 4,9% das vendas de automóveis e comerciais leves.

“O Brasil é a sétima economia do mundo e o quarto maior mercado mundial de veículos, além de abrigar uma classe emergente de 120 milhões de pessoas e apresentar uma situação atual de pleno emprego”, argumenta Gleide. O poder aquisitivo do brasileiro também está em expansão, o que aponta perspectivas futuras de aumento das vendas de veí-



Deutsche Autohersteller setzen auf Wachstum des Premiumsegments in Brasilien

Während dem Fahrzeugmarkt insgesamt wegen der unsicheren Wirtschaftslage die Luft ausgeht, setzen die größten Hersteller von Luxusautos der Welt – BMW, Mercedes-Benz und Audi – auf die Ausweitung des Premiumsegments in Brasilien. Mehr noch, sie glauben nicht nur an die Bindung ihrer Stammkunden, sondern auch, dass sie neue und junge Konsumenten dazugewinnen können, die von Autos mit Spitzentechnologie, trendigem Design, Sicherheit und Komfortausstattung nicht nur träumen, sondern bereits beim Betreten eines Autohauses zu erkennen geben, dass sie es nur mit einem Auto wieder verlassen werden.

Die drei multinationalen Konzerne aus Deutschland, die in Europa bereits in die Kompakt- und Geländewagen-Klasse „eingedrungen“ sind, beabsichtigen auf dem brasilianischen Markt dasselbe zu tun. Nicht von ungefähr haben sie im letzten Oktober Investitionen von fast zwei Milliarden R\$ angekündigt, um diese Fahrzeugkategorie in Brasilien herzustellen. BMW, Mercedes und Audi erklären einstimmig, dass das Premiumsegment im Land kräftig wächst und beste Zukunftsaussichten hat. Wenngleich der Markt für Luxusfahrzeuge noch klein ist, wird erwartet, dass die Premiumflotte sich bis 2020 mehr als verdreifacht.

Gleide Souza, Leiterin der Government Relations bei BMW Brasilien, erinnert daran, dass der Absatz in diesem Segment 2013 um 50% gewachsen ist und im Gesamtjahr 41.191 Automobile verkauft wurden. Die Zahl entsprach 1,2% Marktanteil am gesamten Automobilmarkt in diesem Zeitraum. Im ersten Quartal dieses Jahres ist der Marktanteil dank eines Absatzsprungs von 60% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bereits auf 1,5% gestiegen. Die Branche verkaufte zwischen Januar und März 11.515 Premiumfahrzeuge. Die Zahlen sind beeindruckend, vor allem wenn man sie mit dem Absatzrückgang von insgesamt 4,9% bei Pkw und leichten Nutzfahrzeugen vergleicht.

„Brasilien ist die siebtgrößte Volkswirtschaft und der viertgrößte Fahrzeugmarkt der Welt, zudem verfügt das Land über eine aufstrebende Mittelschicht von 120 Millionen Menschen und derzeit herrscht Vollbeschäftigung“, argumentiert Gleide Souza. Zudem steigt die Kaufkraft der Brasilianer, was in der Zukunft einen steigenden Autoabsatz verspricht. Souza zufolge spiegelt sich diese Situation und das Vertrauen der BMW Group in den brasilianischen Markt in der Investition von 200 Millionen Euro (nach aktuellen Wechselkurs 620 Mio. R\$) in die erste Fabrik der BMW Group in Brasilien wider, mit deren Bau im Dezember letzten Jahres in Araquari (Santa Catarina) begonnen wurde.

Luiz Vieira, Leiter des Bereichs Operations und Partner bei der Beratungsgesellschaft Strategy&, macht auf einen anderen Faktor aufmerksam, der für das Wachstum des Premiumsegments eine Rolle spielt: der „Zugang“ des Kunden zu diesem Fahrzeugtyp, der in der Vergangenheit in Brasilien unter starken Beschränkungen litt. Der Berater erinnert auch daran, dass die Premium-Marken einen Teil ihrer Produktion zu kleineren, kompakteren Fahrzeugen hin verlagert haben, ohne Luxus-Image und Qualität der Mechanik zu vernachlässigen, gerade um neue Kunden zu gewinnen. Selbstredend kommen die Steueranreize für die Ansiedlung von Fabriken in Brasilien hinzu. „Es handelt sich um ein Zusammenspiel mehrerer Faktoren“.

BMW teilte mit, dass verschiedene Faktoren bei der Ansiedlung des Werks in Santa Catarina berücksichtigt wurden, nicht nur der ein oder andere Steuervorteil. Gleide Souza zufolge war die Logistik der wichtigste Aspekt. Der Bundesstaat hat als einziger im Land fünf Häfen. „Die Bauarbeiten laufen im beschleunigten Rhythmus und die Produktion soll bereits im Oktober dieses Jahres aufgenommen werden“, sagt Souza. Die Produktionskapazität wird anfangs bei 32.000 Einheiten pro Jahr liegen und kann bei Bedarf erweitert werden. Außer der Fabrik wird der Standort über eine Teststrecke und eine große Stellfläche für die fertigen Fahrzeuge verfügen. Anfangs werden die 1er Reihe, die 3er Reihe, der BMW X1 und X3 und der MINI Countryman gebaut.

BMW investiert auch in die Ausbildung. Der multinationale Konzern hat in Joinville, 20 km von Araquari, ein Trainingszentrum angesiedelt, wo die zukünftigen Arbeiter

O Brasil é a sétima economia do mundo e o quarto maior mercado mundial de veículos.

Brasilien ist die siebtgrößte Volkswirtschaft und der viertgrößte Fahrzeugmarkt der Welt.

Gleide Souza,
BMW Group Brasil



Divulgação - BMW

Ele é rápido. O HDI Bate-pronto,



César Cielo, recordista mundial dos 50 metros livres de natação, com 20s91.

também.

PYRATA

HDI Bate-pronto, um centro de atendimento que libera em minutos o conserto do seu carro.

HDI
Seguros

É de bate-pronto.

Consulte seu corretor.

www.hdi.com.br



Até 2020, queremos atingir a liderança mundial no mercado de luxo.

Bis 2020 wollen wir Weltmarktführer im Luxussegment werden.

Luiz Carlos Moraes,
Mercedes-Benz do Brasil

mundo. “O centro de treinamento conta com uma réplica da linha de montagem da futura fábrica, de modo que os profissionais contratados possam ser treinados no método produtivo das demais unidades produtivas da BMW”, explica a executiva da companhia.

Mercedes busca liderança

Com a futura produção nacional de automóveis *premium* em Iracemápolis (SP), a Mercedes-Benz desponta como a única empresa a atuar em todos os segmentos de mobilidade no Brasil (automóveis, caminhões, ônibus e vans). A nova fábrica, com capacidade de produção de até 20 mil veículos por ano, exigirá R\$ 500 milhões em investimentos. Luiz Carlos Moraes, diretor de Comunicação Corporativa e de Relações Institucionais da multinacional, informa que a empresa está na fase de obtenção da licença ambiental do terreno. E as condições de infraestrutura, como fornecimento de água e energia, além de toda documentação, já começaram.

A planta, terceira da montadora no Brasil, porém a primeira de veículos leves, deve gerar pelo menos mil empregos diretos e outros 3 mil em fornecedores. Até o final de 2015, ou no máximo início de 2016, lá serão produzidos a nova geração do modelo Classe C, um sedan de luxo, 

culos. De acordo com ela, esse quadro e a confiança do BMW Group no mercado nacional refletem o investimento de 200 milhões de euros (R\$ 620 milhões ao câmbio atual) na primeira fábrica da BMW Group no Brasil, que começou a ser erguida em dezembro do ano passado na cidade de Araquari (Santa Catarina).

Luiz Vieira, líder da área de Operações e sócio da empresa de consultoria Strategy&, ressalta que outro fator para a expansão do mercado *premium* é o “acesso” do consumidor a esse tipo de veículos, que, no passado, sofriam duras restrições no Brasil. O consultor lembra também que essas marcas têm, de certa forma, migrado parte de sua produção para veículos menores, mais compactos, mas sem se esquecerem da percepção do luxo, da mecânica diferenciada, para justamente conquistar novos clientes. Sem falar dos incentivos fiscais concedidos para a instalação de fábricas no País. “Trata-se de uma conjugação de fatores”, resume.

A BMW informa que vários fatores foram levados em conta para a instalação da planta em Santa Catarina, e não esse ou aquele benefício fiscal. O principal, segundo Gleide, foi o aspecto logístico. O Estado conta com cinco portos, sendo o único do país com essa condição. “As obras seguem em ritmo acelerado e o início da produ-

ção está previsto ainda para outubro deste ano”, diz Gleide. A capacidade de produção será de 32 mil carros por ano, com a possibilidade de ampliá-la, caso necessário. Além da fábrica, o local abrigará uma pista de testes e um amplo estacionamento para os automóveis montados. Inicialmente, serão produzidos os modelos BMW Série 1, BMW Série 3, BMW X1, BMW X3 e MINI Countryman.

O BMW Group também está investindo em capacitação. A multinacional instalou um centro de treinamento em Joinville, a 20 km de Araquari, onde os futuros funcionários estão sendo capacitados para manter os mesmos procedimentos e a mesma qualidade da marca no

As marcas têm migrado parte de sua produção para veículos compactos, sem esquecer da percepção do luxo.

Die Premium-Marken haben einen Teil ihrer Produktion zu kompakteren Fahrzeugen verlagert, ohne das Luxus-Image und die Qualität zu vernachlässigen.

Luiz Vieira, Consultoria Strategy&



ter geschult werden, damit sie die selben Abläufe und die selbe Markenqualität wie an den anderen Standorten weltweit einhalten. „Das Trainingszentrum besitzt ein Modell der Fertigungslinie der zukünftigen Fabrik. Auf diese Weise können die Arbeitskräfte im Produktionsverfahren der anderen BMW-Produktionsstandorte geschult werden“, erklärte die Managerin Souza.

Mercedes will Weltmarktführer werden

Mit der Aufnahme der Produktion von Pkws der Oberklasse in Iracemápolis (Bundesstaat São Paulo) wird Mercedes-Benz als einziger Hersteller in allen Fahrzeugklassen in Brasilien vertreten sein (Automobile, Lastwagen, Busse und Vans). Das neue Werk mit einer Produktionskapazität von bis zu 20.000 Fahrzeugen pro Jahr erfordert Investitionen von 500 Millionen R\$. Luiz Carlos Moraes, Leiter der Corporate Communications und Institutional Relations des multinationalen Konzerns, berichtet, dass das Unternehmen dabei ist, die Umweltlizenz für das Fabrikgelände zu erhalten. Mit der infrastrukturellen Erschließung wie der Wasser- und Energieversorgung und der Erstellung der Bauunterlagen wurde bereits begonnen.

Das dritte Werk des Herstellers in Brasilien, und zugleich das erste für Pkws, dürfte mindestens 1000 direkte Arbeitsplätze schaffen und weitere 3000 bei Zulieferern. Bis Ende 2015, spätestens aber Anfang 2016, wird dort die Fertigung der neuen C-Klasse und des

sportlichen Kompakt-Geländewagens GLA aufgenommen. Beide Modelle, die gewissermaßen für das Bestreben der Marke stehen, ein trendbewusstes Publikum zu erreichen, werden noch in diesem Jahr auf dem brasilianischen Markt zu kaufen sein. Design, Innovation und Sportlichkeit der beiden Modelle können sich zu einem Traum für viele und einem Statussymbol für alle entwickeln.

Es darf erwähnt werden, dass Mercedes hofft, bis 2020 Weltmarktführer im Luxussegment zu werden. Deswegen muss das Unternehmen kräftig auf dem brasilianischen Markt wachsen, wo aus seiner Sicht noch genügend Luft nach oben ist. „Wir sehen Brasilien in einer langfristigen Perspektive“, sagt Moraes. Er bestätigt, dass die Zulieferer nicht innerhalb des Fabrikgeländes angesiedelt werden, und erwähnt nur, dass sie bereits kontaktiert und besucht wurden. Ein Großteil, der auch in Deutschland zu den Zulieferern gehört, hat bereits Produktionseinheiten in Brasilien. „Wir befinden uns in der Verhandlungsphase“, fügt Moraes hinzu.

Den ersten Audi vergisst man nicht

Der Audi-Konzern, der 2020 weltweit über 2 Millionen Fahrzeuge pro Jahr fertigen will, hat ebenfalls entschieden, sein Produktionsnetzwerk au-

ßerhalb Europas deutlich auszubauen. Der Hersteller bestätigte, bis 2016 175 Millionen Euro (542 Millionen R\$ zum Wechselkurs von Anfang Juni) in Brasilien zu investieren, um die Produktion in seinem Werk in São José dos Pinhais in Paraná vorzubereiten. Das Unternehmen wird dort bereits ab dem zweiten Halbjahr 2015 den neuen A3 fertigen. Die Produktion des SUV Audi Q3 wird Anfang 2016 beginnen.

Das Unternehmen schätzt die Jahresproduktion auf etwa 25.000 Fahrzeuge. Bis 2018 sollen 30.000 Einheiten verkauft werden, aus nationaler Produktion und Importfahrzeuge. „Wir investieren außerdem 300 Mio. R\$ in unser Vertragshändlernetz, das bis 2017 verdoppelt werden soll“, sagt Jörg Hofmann, Geschäftsführer Audi Brasilien. Die Zahl der Händler soll von 28 auf 60 steigen. Der Manager gibt außerdem bekannt, dass Audi in ein Fahrzeug-Distributionszentrum in Jundiaí (Bundesstaat São Paulo) investiert, das 2015 30.000 Einheiten pro Jahr umschlagen soll. Heute liegt die Kapazität bei 20.000 Stück. „Wir schaffen immer mehr Gelegenheiten, damit die Brasilianer endlich ihren ersten Audi kaufen können“, bekräftigt Hofmann. •

• Vladimir Goitia

Utilitário esportivo GLA, um dos que será produzido na nova fábrica da Mercedes-Benz em Iracemápolis (SP)

Das Kompakt-SUV der GLA-Klasse ist eines der Modelle, das in der neuen Fabrik von Mercedes-Benz in Iracemápolis, São Paulo, produziert werden soll.





A3 Sedan 1.8 começa a ser produzido no 2º semestre de 2015 em São José dos Pinhais (PR)

Der neue A3 soll im zweiten Halbjahr 2015 im Audi-Werk in São José dos Pinhais im Bundesstaat Paraná gefertigt werden

e o utilitário esportivo GLA (SUV compacto). Os dois modelos, que de alguma forma representam a evolução da marca para atender um público de vanguarda, estarão disponíveis no mercado brasileiro ainda este ano. O design, a inovação e esportividade desses dois modelos podem se transformar no sonho de muitos e no símbolo de status de todos.

Não custa ressaltar que, em 2020, a Mercedes espera atingir a liderança mundial no mercado de luxo, razão pela qual precisa crescer fortemente no mercado brasileiro, onde acredita existir espaço significativo a ser conquistado. “Vemos o Brasil a longo prazo”, diz Moraes. Sobre os fornecedores, Moraes confirma que eles não ficarão dentro da planta da Mercedes. Contou apenas que eles já foram contatados e visitados. Boa parte, que já é fornecedor na Alemanha, tem unidades de produção no Brasil. “Estamos em fase de negociação”, acrescenta.

O primeiro Audi não se esquece

Já a Audi, que espera produzir no mundo mais de dois milhões de unidades por ano até 2020, também decidiu expandir significativamente a sua rede de produção fora da Eu-

ropa. A montadora confirmou investir, até 2016, 175 milhões de euros (R\$ 542 milhões ao câmbio de início de junho) no Brasil para a preparação da produção na sua unidade de São José dos Pinhais, no Paraná. A montadora produzirá o novo A3 Sedã já a partir do segundo semestre de 2015, sendo que a produção do Audi Q3, uma espécie de SUV, será iniciada no início de 2016.

A empresa estima fabricar aproximadamente 25 mil veículos por ano. Até 2018, a ideia é vender 30 mil unidades entre nacionais e importados. “Estamos também investindo R\$ 300

milhões na nossa rede de concessionárias, que deve ser duplicada até 2017”, diz Jörg Hofmann, presidente e CEO da Audi do Brasil. Elas devem passar de 28 para 60. O executivo informa ainda que a Audi está investindo em um Centro de Distribuição em Jundiaí (SP), que, em 2015, contará com espaço para o gerenciamento de 30 mil peças por ano. Hoje a capacidade é para 20 mil. “Estamos criando cada vez mais oportunidades para que os brasileiros compre o seu primeiro Audi”, afirma Hofmann. •

• Vladimir Goitia

Estamos investindo 175 milhões de euros na unidade de São José dos Pinhais (PR).

Wir investieren 175 Mio. Euro in unser Werk in São José dos Pinhais in Paraná.

Jörg Hofmann, Audi do Brasil





CUIDAR É MAIS QUE
UMA ESCOLHA.
É NOSSA VOCAÇÃO.

190 ANOS DA IMIGRAÇÃO ALEMÃ NO BRASIL

Com satisfação que o **Hospital Alemão Oswaldo Cruz** celebra os 190 anos da imigração alemã no Brasil. Nesta data tão especial, homenageamos os responsáveis pelas raízes da Instituição, que permanece com o olhar para o futuro, ao mesmo tempo que mantém os valores dos seus fundadores.

Unidade Paulista

Rua João Julião, 331 - São Paulo

Unidade Campo Belo

Av. Vereador José Diniz, 3.457 - São Paulo



Hospital Alemão
OSWALDO CRUZ

Responsável Técnico
Dr. Mauro M. Borges
CRM143213

+55 11 3549 0000
www.hospitalalemao.org.br

Agronegócio

exige mudanças para dar novo salto

Dono de uma invejável lista de números e dados que mostram o seu poderio e sua competitividade, capaz de puxar para cima qualquer economia até mesmo em momentos adversos, o agronegócio brasileiro vai exigir neste ano de eleição presidencial mudanças substanciais nas políticas de Estado que permitam ao setor atingir seu verdadeiro potencial.

Apesar de hoje ser responsável por um quinto (20%) da riqueza produzida pelo Brasil, por quase metade (41%) de todas as exportações e por empregar direta e indiretamente 30% das pessoas ocupadas (30 milhões), os produtores querem estratégias públicas de longo prazo para que a agricultura atinja um patamar mais alto e a sustentabilidade almejada.

Roberto Rodrigues, presidente do Centro de Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas (GV Agro) e ex-ministro da Agricultura, explica que essa estratégia precisa englobar de cara infraestrutura e logística, política de renda, política comercial agressiva e modernização de leis obsoletas. “Isto é, uma estratégia pública que permita ao Brasil dar um novo salto”, diz Rodrigues.

Em 2013, a produção de máquinas agrícolas somou 100,5 mil unidades. Um recorde histórico.

Im Jahr 2013 betrug die Produktion von Landmaschinen 100.500 Einheiten. Ein Rekord.

Para levar o projeto adiante, o ex-ministro reuniu no decorrer do primeiro semestre deste ano um grupo de acadêmicos que elaborou um plano de interesses comuns à cadeia produtiva. O documento teve como base um vasto material com demandas e preocupações das entidades relacionadas ao agronegócio enviado a Rodrigues.

“O plano foi encaminhado aos principais candidatos à presidência do país, assim que homologaram a sua candidatura”, conta o ex-ministro, que agora também preside o Conselho de Administração da ÚNICA (União da Indústria de Cana-de-Açúcar), a maior organização representativa do setor de açúcar e bioetanol do Brasil. Em agosto, durante 13º Congresso Brasileiro do

Agronegócio, Rodrigues informou aos participantes quais dos candidatos se comprometeram com a íntegra ou apenas com parte do projeto.

Aspectos básicos

Em linhas gerais, o plano exige compromissos para melhorar a infraestrutura e logística do País, um gargalo que, na prática, não deve melhorar nem mesmo na próxima década dada as graves deficiências



Agrobusiness fordert Reformen, um den nächsten Sprung nach vorne machen zu können

Das brasilianische Agrobusiness verfügt über einen beneidenswerten Katalog an Zahlen und Daten, die seine Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit untermauern, und ist in der Lage, die Wirtschaft selbst in Krisenzeiten nach oben zu ziehen. Und doch wird der Sektor in diesem Wahljahr substantielle politische Reformen fordern, damit er sein tatsächliches Potenzial ausschöpfen kann.

Obwohl sie heute für ein Fünftel (20%) der brasilianischen Wertschöpfung, fast die Hälfte (41%) aller Exporte und die direkte und indirekte Beschäftigung von 30% der Arbeitnehmer (30 Millionen) im Land stehen, verlangen die Produzenten eine langfristige Strategie der öffentlichen Hand, damit die Landwirtschaft ein höheres Produktivitätsniveau und die erwünschte Nachhaltigkeit erreicht.

Roberto Rodrigues, Leiter des Zentrums für Agrobusiness bei der Fundação Getúlio Vargas (GV Agro) und ehemaliger brasilianischer Landwirtschaftsminister, erklärt, dass diese Strategie die Themen Infrastruktur und Logistik, Einkommenspolitik, Handelspolitik und Gesetzesreformen in Angriff nehmen muss. „Das heißt, eine politische Strategie, die es Brasilien erlaubt, einen Sprung nach vorne zu machen“, sagt Rodrigues.

Um das Projekt voranzutreiben, brachte der Ex-Minister im Laufe des ersten Halbjahres 2014 eine Gruppe von Experten zusammen, die einen gemeinsamen Interessenplan für die landwirtschaftliche Wertschöpfungskette ausgearbeitet hat. Dem Dokument lag ein umfangreicher Katalog von Forderungen und Anliegen zugrunde, die Verbände aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft Rodrigues zugeschiedt hatten.

„Der Plan wurde an die wichtigsten Präsidentschaftskandidaten des Landes verschickt, sobald sie offiziell nominiert waren“, berichtet der Ex-Minister, der nun zugleich dem Verwaltungsrat des Zuckerindustrieverbandes UNICA vorsteht, der größten Interessenvertretung des Zucker- und Bioethanolsektors Brasiliens. Auf dem 13. Brasilianischen Agrobusiness-Kongress im August informierte Rodrigues die Teilnehmer darüber, welche der Kandidaten sich ganz oder nur teilweise zu dem Reformprojekt bekannt haben.

Grundlegende Ziele des Plans

Der Plan verlangt insbesondere Zusagen, die Infrastruktur und Logistik des Landes zu verbessern, ein Eng-



Bernhard Kiep, Vice-présidente de Marketing, Pós-venda, Gestão de Produtos e Desenvolvimento da AGCO para América do Sul

Bernhard Kiep, Vizepräsident Marketing, Kundendienst, Produktmanagement und Geschäftsentwicklung der Firma AGCO für Lateinamerika

pass, der in der Praxis nicht einmal im nächsten Jahrzehnt verschwinden dürfte, angesichts der schwerwiegenden Mängel im Straßen-, Eisenbahn-, Hafen- und Flughafenbereich. Um eine Vorstellung davon zu geben: Der Transport von einer Tonne Soja von Mato Grosso nach China kostet 185 USD, aus Argentinien 102 USD und aus den USA 71 USD.

In Bezug auf die Einkommenspolitik kritisierte Rodrigues, dass die Absicherung für Landwirte völlig unzureichend ist. „Der Garantiefonds der Regierung für den Sektor beläuft sich auf 700 Millionen R\$ pro Jahr und deckt nur „klimabedingte Ausfälle“ ab, beschwert sich Rodrigues. Ihm zufolge stehen in den USA über einen Zeitraum von 9 Jahren 90 Mrd. USD dafür zur Verfügung, das heißt 10 Mrd. USD (24 Mrd. R\$) pro Jahr. „Also, das muss hierzulande besser werden“, vergleicht er.

Eine andere Kritik betrifft das Fehlen einer aktiven Handelspolitik für Brasilien. Der Ex-Minister hebt hervor, dass 40% des Welthandels über bilaterale und multilaterale Verträge im Rahmen der Welthandelsorganisation (WTO) abgewickelt werden. „Brasilien hat keine Handelsabkommen, die erlauben, seinen Handel mit der

HAVER & BOECKER



TIME TO CHAIN

PROCESSING – STORAGE – PACKING – FILLING – PALLETIZING – LOADING



FORGE YOUR COMPLETE CHAIN WITHOUT COMPROMISES

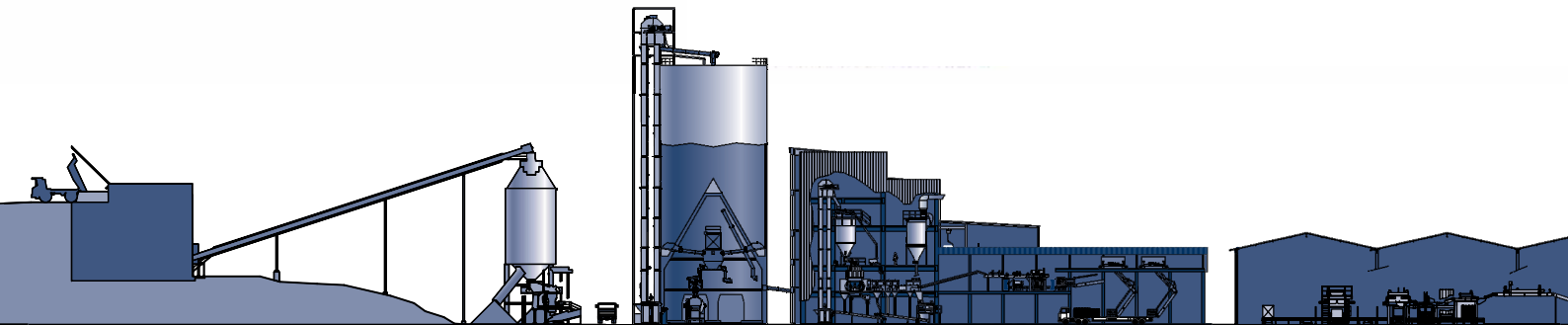
What if it were possible to forge your complete value chain with nothing but first-class technologies, while still giving all responsibility into one set of hands?

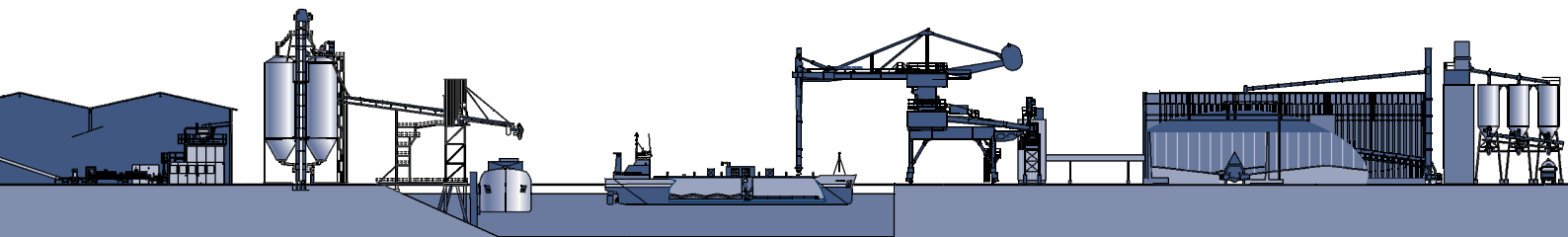
With HAVER & BOECKER you can now do exactly that!

With HAVER & TYLER processing technology, IBAU HAMBURG storage technology, BEHN+BATES and HAVER packaging technology, FEIGE filling technology and NEWTEC palletizing and loading technology we combine only the best brands in the industry to design your complete process chain without making any compromises.

For more information call +55 19 3879-9185 or send an e-mail to Paula Wright: pwright@haverbrasil.com.br

www.haverboecker.com





HAVER & TYLER



IBAU HAMBURG



HAVER & BOECKER



Made by

NEWTEC BAG
PALLETIZING



em rodovias, ferrovias, portos e aeroportos. Para ter uma ideia, a saída de uma tonelada de soja do Mato Grosso para a China custa US\$ 185. Da Argentina, US\$ 102. Dos EUA, US\$ 71.

Em relação à política de renda, que contempla o seguro rural, Rodrigues critica, e diz não estar funcionando nada bem. “O seguro garantido pelo governo para o setor é de R\$ 700 milhões por ano, e ainda é voltado apenas para ‘acidentes climáticos’”, reclama Rodrigues. Segundo ele, nos Estados Unidos esse montante é de US\$ 90 bilhões para nove anos. Ou seja, US\$ 10 bilhões (R\$ 24 bilhões) por ano. “Então, por aqui precisa melhorar”, compara.

Outra crítica é em relação à ausência de uma política comercial para o País. O ex-ministro ressalta que 40% do comércio mundial se dá em ambientes bilaterais e multilaterais, e isso ao longo da Organização Mundial do Comércio (OMC). “O Bra-

sil não tem acordos comerciais que permitam ampliar seu comércio com o mundo. Tudo está depositado na cesta da OMC”, lamenta.

Ele lembra que as exportações agrícolas em 2013 (US\$ 101,5 bilhões) salvaram a balança comercial daquele ano, caso contrário o governo teria amargado um déficit de US\$ 98 bilhões, e comido parte das reservas do País. Ele diz que o acordo entre o Mercosul e a União Europeia continua a ser barrado pela Argentina.

Para o ex-ministro, todas essas reivindicações urgem porque o País precisa fazer muito mais do que já conseguiu até agora. Para se ter uma ideia, o Brasil aumentou a área plantada com grãos em 41% nos últimos 20 anos, enquanto a produção subiu 220%. Com a produtividade de 20 anos atrás, seriam necessárias 68 milhões de hectares a mais para colher a safra de grãos 2013/2014, que, segundo dados oficiais, deve chegar a 194

milhões de toneladas. Na próxima década, deve superar 250 milhões. A produtividade será a responsável por esse aumento – 90% se deve a ela e apenas 10% a outros fatores.

Produtividade puxa fabricantes de máquinas

Animados com esse cenário, os fabricantes de tratores, máquinas e equipamentos agrícolas, além de plantadeiras, pulverizadores, colheitadeiras e silos, avaliam que, apesar de uma ligeira desaceleração das vendas no primeiro semestre, as perspectivas são otimistas para os próximos anos. Em 2013, a produção de máquinas agrícolas somou 100,5 mil unidades, 20% maiores do que as 83,7 mil de 2012. Um recorde histórico.

A demanda por produção foi consequência da elevação do mercado interno, estimulado pela safra recorde, taxas atrativas de financiamento e busca permanente de aumento da



Welt auszubauen. Alles liegt im WTO-Verhandlungskorb“, bedauert er.

Er erinnert daran, dass die Agrarexporte 2013 (101,5 Mrd. USD) die Handelsbilanz gerettet haben. Ansonsten hätte die Regierung ein bitteres Defizit von 98 Mrd. USD hinnehmen und einen Teil der Währungsreserven des Landes aufbrauchen müssen. Er verweist darauf, dass das Abkommen zwischen dem Mercosul und der Europäischen Union weiterhin von Argentinien blockiert wird.

Für den Ex-Minister sind alle genannten Forderungen dringend, weil Brasilien noch viel mehr tun muss als das bisher Erreichte. Zur Veranschaulichung: Brasilien hat in den letzten 20 Jahren seine Getreideanbaufläche um 41% ausgedehnt, während die Produktion zugleich um 220% gestiegen ist. Mit der gleichen Produktivität wie vor 20 Jahren wären 68 Millionen Hektar zusätzlich erforderlich, um die Ernte 2013/2014 einzufahren, die laut offiziellen Zahlen 194 Millionen Tonnen erreichen wird. Im nächsten Jahrzehnt soll sie 250 Millionen Tonnen übersteigen. Hauptverantwortlich für den Zuwachs ist der Produktivitätsgewinn – 90% gehen darauf zurück und nur 10% auf andere Faktoren.

Landmaschinenhersteller profitieren vom Produktivitätszuwachs

Angesichts dieser Entwicklung schätzen Hersteller von Traktoren, landwirtschaftlichen Maschinen und Geräten sowie Saat- und Spritzmaschinen, Mähdreschern und Silos trotz eines leichten Absatzzurückgangs im ersten Halbjahr die Perspektiven für die nächsten Jahre sehr optimistisch ein. 2013 erreichte die Landmaschinenproduktion 100.500 Einheiten, 20% mehr als 2012 (83.700) und zugleich ein historischer Rekord.

Die Nachfrage war Folge des Zuwachses auf dem Binnenmarkt, der seinerseits durch die Rekordernte, attraktive Finanzierungsbedingungen und die permanente Suche nach Produktivitätszuwachs getrieben wurde. Dieser Kontext machte 2013 zum besten Jahr

Fabricantes de tratores, máquinas e equipamentos agrícolas avaliam que as perspectivas são otimistas para os próximos anos.

Hersteller von Traktoren, landwirtschaftlichen Maschinen und Geräten blicken den nächsten Jahren optimistisch entgegen.

in der Geschichte beim heimischen Absatz, der um 18,4% zulegte, wenn man die 83.100 verkauften Einheiten mit den 70.100 Einheiten aus 2012 vergleicht.

Dieser Erfolg dürfte sich in diesem Jahr nicht wiederholen. Doch laut Bernhard Kiep, Vice President Marketing, Kundendienst, Produktmanagement und Geschäftsentwicklung der Firma AGCO für Lateinamerika, ist festzustellen, dass einige Landwirte ihre Fahrzeugflotte erneuern wollen und andere neue, größere und technisch ausgereifere Maschinen suchen.

Ein weiterer Faktor, der den Fabrikanten zugutekommen dürfte, ist die Ausweitung der Anbaufläche. Kiep erinnert, dass die neue Ackerfläche in Brasilien in den nächsten Jahren um 2% bis 3% pro Jahr zunehmen wird. Der AGCO-Manager teilt mit, dass die Gruppe, die einen Marktanteil von fast 50% hat, in die Ausweitung ihrer Produktionskapazität investiert. Dabei soll insbesondere die Produktion von Kabinentraktoren mit stufenlosem Getriebe erhöht werden, das es ermöglicht, den Traktor zu bewegen ohne zu schalten.

Es gibt laut Kiep eine steigende Nachfrage nach High-Tech-Traktoren, die im Ausland bereits erhältlich sind. Vor 10 Jahren betrug der technologische Abstand zwischen Brasilien und Europa bei Traktoren und Landmaschinen 20 bis 30 Jahre. Heute sind es keine drei Jahre mehr. „Das Zeitfenster ist viel kleiner geworden“, sagt Kiep.

Getreidesilos sind ein anderes Segment, das kräftig wächst. Während die

Sojaproduktion um 6% pro Jahr zulegt, steigt die Speicherkapazität nur um 4%. Die Anbaufläche wiederum hat um fast 3% zugenommen. Das bedeutet, dass der Mangel an Speicherflächen für Getreide jedes Jahr größer wird. Gerade einmal 15% der Betriebe haben Branchenzahlen zufolge ein eigenes Getreidelager. 10% der Körner gehen vor oder nach der Ernte verloren, was im Vergleich zum weltweiten Durchschnitt viel ist.

Allein für die auf 30 Millionen Tonnen geschätzte Getreideproduktion in Rio Grande do Sul beispielsweise fehlen Speicher für mindestens 2,1 Millionen Tonnen. Gemäß der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen müsste die statische Speicherkapazität 20% größer sein als die Produktionsmenge. Das zeigt, wie notwendig die Investitionen in Infrastruktur seitens der Landwirte sind.

Eine vor kurzem durchgeführte Umfrage des Industrieverbandes des Bundesstaates São Paulo (Fiesp) und der Organisation der brasilianischen Landwirtschaftskooperativen (OCB) zeigt, dass 21% der Landwirte Infrastrukturinvestitionen planen, vor allem in Silos. Anscheinend beginnt dieser Engpass sich somit aufzulösen. Die Firma AGCO und ihr Konkurrent Kepler Weber erwarten in diesem Jahr einen Umsatz von 1,5 Mrd. R\$. „Unsere Silosparte ist um 10% gewachsen“, informiert Kiep. •

• Vladimir Goitia



Istockphoto

Outra área que vem crescendo significativamente é a de silos e outras tecnologias para armazenagem.

Ein weiterer Bereich, der deutlich wächst, sind die Silos und andere Lagerhaltungstechniken.

produtividade. Este contexto fez de 2013 o melhor ano da história em vendas internas, que registraram 18,4% de aumento quando comparadas às 83,1 mil máquinas comercializadas com as 70,1 mil de 2012.

Este ano não deve repetir o mesmo desempenho. Mas, de acordo com Bernhard Kiep, vice-presidente de Marketing, Pós-Venda, Gestão de Produtos e Desenvolvimento da AGCO para América do Sul, nota-se que o agricultor está em busca de renovação de sua frota, em alguns casos, e, em outros, em busca de novas e mais máquinas, maiores e com alta tecnologia.

Outro fator que deve ajudar os fabricantes é a expansão da área plantada. Kiep ressalta que a área nova cultivável no Brasil deverá crescer entre 2% e 3% ao ano, nos próximos anos. O executivo da AGCO informa que o grupo, que detém um market share de quase 50%, está investindo para ampliar sua capacidade de produção, principalmente para aumentar a fabricação

de tratores cabinados e com câmbio CVT, que permite o movimento do trator sem troca de marchas.

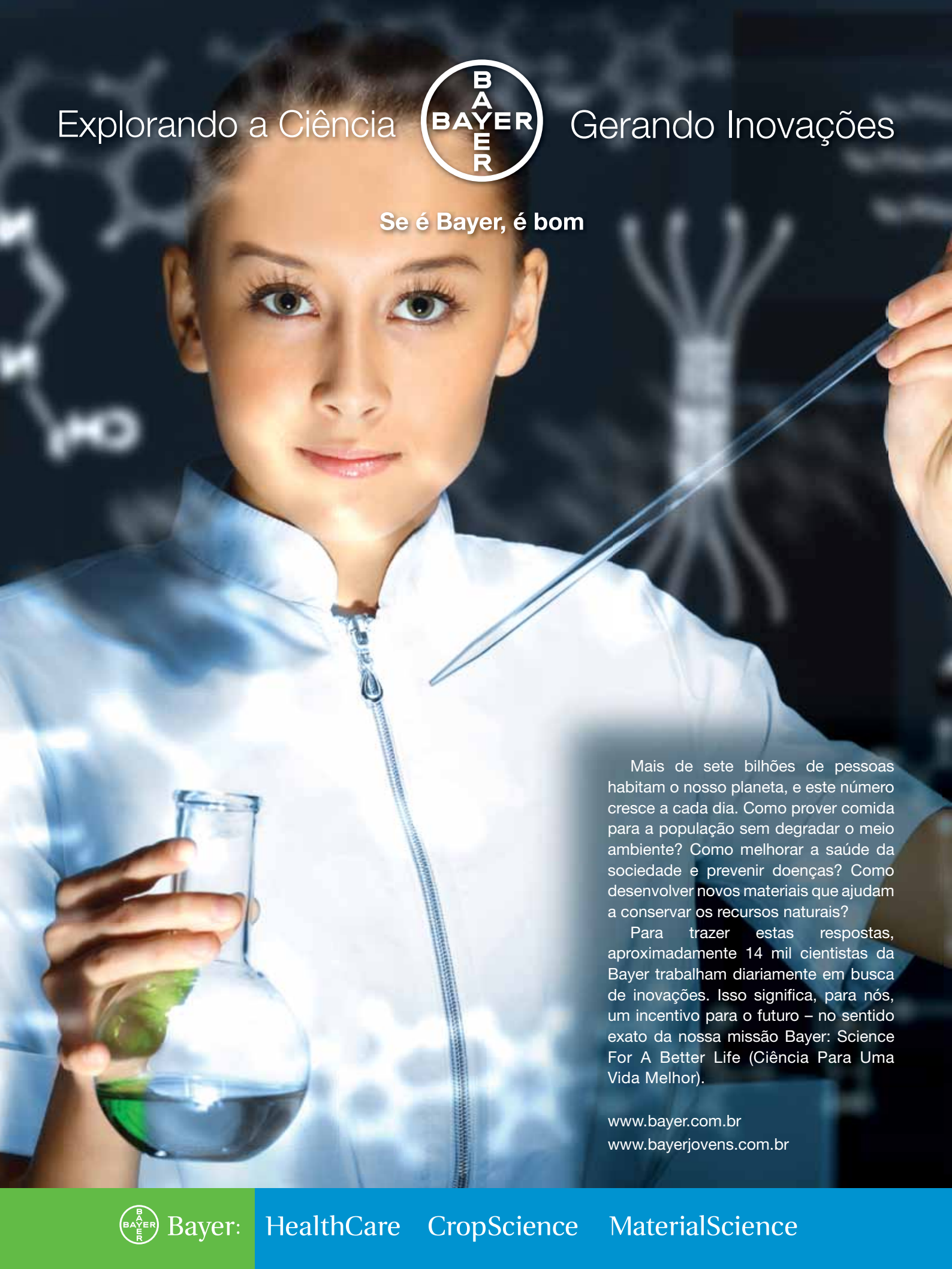
Há uma demanda crescente por tratores com alta tecnologia, a exemplo do já disponível no exterior, segundo ele. Há dez anos, a distância tecnológica entre o Brasil e a Europa em tratores e máquinas era de 20 a 30 anos. Hoje, não passa de três anos. “A janela diminuiu muito”, diz Kiep.

Outra área que vem crescendo significativamente é a de silos. Enquanto a produção de soja vem crescendo 6% ao ano, a capacidade de armazenagem aumenta apenas 4%. Já a área de plantio tem aumentado quase 3%. Isso representa um aumento do déficit de áreas ou locais para estocar grãos a cada ano. Apenas 15% das fazendas possuem sistema próprio de armazenagem de grãos, de acordo com dados do setor. E o percentual de perda no mercado de grãos na pré e na pós-colheita é de 10%, considerado alto em comparação à média mundial.

Para uma estimativa de 30 milhões de toneladas de produção de grãos só no Rio Grande do Sul, por exemplo, falta espaço para pelo menos 2,1 milhões de toneladas. Conforme a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), a capacidade estática deveria ser 20% superior à produção. Daí a necessidade de investimentos em infraestrutura por parte dos produtores agrícolas.

Pesquisa recente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) indica que 21% dos produtores pretendem investir em infraestrutura, principalmente em silos. Aparentemente, é um gargalo que começa a tentar ser resolvido. A AGCO e a sua concorrente Kepler Weber esperam faturar este ano R\$ 1,5 bilhão “A nossa divisão de silos tem mostrado crescimento de 10%”, informa Kiep. •

• Vladimir Goitia



Explorando a Ciência



Gerando Inovações

Se é Bayer, é bom

Mais de sete bilhões de pessoas habitam o nosso planeta, e este número cresce a cada dia. Como prover comida para a população sem degradar o meio ambiente? Como melhorar a saúde da sociedade e prevenir doenças? Como desenvolver novos materiais que ajudam a conservar os recursos naturais?

Para trazer estas respostas, aproximadamente 14 mil cientistas da Bayer trabalham diariamente em busca de inovações. Isso significa, para nós, um incentivo para o futuro – no sentido exato da nossa missão Bayer: Science For A Better Life (Ciência Para Uma Vida Melhor).

www.bayer.com.br

www.bayerjovens.com.br



Bayer:

HealthCare

CropScience

MaterialScience

Câmara Brasil-Alemanha realiza o sonho de torcedora na Copa

AHK São Paulo e Lufthansa promoveram bolão entre colaboradores das câmaras alemãs pelo mundo. Vencedora ganhou viagem ao Brasil e ingresso para o jogo Alemanha x Estados Unidos



Eckart Michael Pohl, Diretor de Comunicação Mercosul da AHK (Esq) e Lars Grabenschroer, Vice-Presidente de Marketing e Vendas da Câmara Brasil-Alemanha de São Paulo (Dir) entregam os ingressos da Copa a Michèle Kieffer e Anne-Marie Weis (Centro)

Eckart Michael Pohl, Leiter Öffentlichkeitsarbeit Mercosur der AHK (links) und Lars Grabenschroer, Stv. Hauptgeschäftsführer der AHK São Paulo (rechts) überreichen Michèle Kieffer und Anne-Marie Weis (Mitte) die WM-Tickets

O Brasil aguardou ansiosamente o evento do ano de 2014. Seja pela expectativa da bola rolando, seja pela incerteza sobre o seu sucesso, a Copa do Mundo FIFA mexeu com todo o País. Para além de suas fronteiras, o torneio também chamou a atenção do mundo.

A Câmara Brasil-Alemanha (AHK SP), que já estava na torcida pelos dois países, aproveitou o grande entusiasmo gerado e organizou uma promoção em parceria com a Lufthansa. Colaboradores de todas as câmaras alemãs espalhadas pelo mundo foram convidados a participar de um bolão, cujo vencedor ganharia uma viagem ao Brasil para assistir a um jogo da Alemanha.

Mais de 300 colegas de vários países deram os seus palpites para os jogos Alemanha x Portugal (4

a 0) e Brasil x México (0 a 0). Oitenta acertaram o vencedor da primeira partida, mas ninguém cravou o placar correto, o que levou o bolão a ser decidido com um sorteio entre os participantes. A vencedora foi a luxemburguesa Anne-Marie Weis, da AHK Paris, que escolheu a amiga Michèle Kieffer como acompanhante para a viagem ao Brasil.

No dia 24 de junho, as duas chegaram em São Paulo e tiveram uma programação gastronômica. Elas visitaram tradicionais restaurantes e centros de compras da cidade e provaram o famoso churrasco brasileiro. No dia seguinte, partiram para Recife, onde em 26 de junho assistiram à partida entre Alemanha e Estados Unidos, na Arena Pernambuco.

Sob forte chuva, Anne-Marie e Michèle tiveram um dia de aventura desde o trajeto até o estádio, durante o jogo e na volta ao hotel. A capital pernambucana sofreu com um temporal que inundou ruas e complicou a vida de moradores e torcedores que estavam na cidade. A partida foi disputada, com a Alemanha pressionando a todo momento a bem colocada defesa americana. No gramado, o tempo chuvoso ditava o ritmo até que Thomas Müller abriu o placar nos primeiros minutos do segundo tempo. Para Anne-Marie, no entanto, tudo isso valeu à pena com a vitória da Alemanha por 1 a 0. “O jogo foi uma experiência única, também por causa das condições climáticas em Recife. Isso tornou esse dia ainda mais memorável”, afirmou.

De volta a São Paulo, vivenciaram a torcida de rua, na Vila Madalena, região boêmia e ponto de encontro dos estrangeiros durante a Copa. “As pessoas que conhecemos foram muito receptivas, simpáticas e sempre prontas a ajudar. A atmosfera nas ruas antes, durante e depois dos jogos era festiva”, disse Michèle. Em seu último dia no Brasil, em 28 de junho, fizeram um *sightseeing* pela região histórica do centro da cidade e então voaram de volta à Europa, levando do Brasil boas recordações do País, de seu povo e da Copa do Mundo. •

• Marco Túlio Pereira

Kammer erfüllt Fantraum zur Fußball-WM

Die AHK São Paulo und Lufthansa veranstalteten ein Tippspiel für die Mitarbeiter aller IHK's und weltweiten deutschen Auslandshandelskammern. Die Gewinnerin durfte nach Brasilien reisen und das Spiel Deutschland – USA anschauen

Brasilien wartete gespannt auf das Ereignis des Jahres 2014. Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft bewegte das ganze Land, sei es wegen der Erwartung, dass der Ball endlich rollt, sei es aufgrund der Unsicherheit, ob die WM ein Erfolg würde. Und über die Landesgrenzen hinaus weckte das Turnier die Aufmerksamkeit der ganzen Welt.

Die Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer (AHK São Paulo), die beide Länder anfeuerte, nutzte den großen Enthusiasmus und organisierte mit Unterstützung der Lufthansa ein Tippspiel. Mitarbeiter aller deutschen IHK's und Außenhandelskammern in der ganzen Welt konnten daran teilnehmen. Zu gewinnen gab es eine Reise nach Brasilien, um dort ein Deutschland-Spiel im Stadion anzuschauen.

Mehr als 300 Kollegen aus verschiedenen Ländern gaben Tipps für den Ausgang der Spiele Deutschland-Portugal (4:0) und Brasilien-Mexiko (0:0) ab. Achtzig lagen beim Sieger der ersten Partie richtig, doch niemand tippte das richtige Ergebnis. Deswegen wurde das Tippspiel per Los entschieden. Es gewann die Luxemburgerin Anne-Marie Weis von der AHK Paris, die ihre Freundin Michèle Kieffer als Begleiterin auf die Reise nach Brasilien mitnahm.

Die beiden kamen am 24. Juni in São Paulo an und absolvierten als erstes ein kulinarisches Programm. Sie besuchten traditionelle Restaurants und Einkaufszentren der Stadt und probierten das berühmte brasilianische Churrasco. Am nächsten Tag reisten sie nach Recife, wo sie am 26. Juni das Spiel zwischen Deutschland und den Vereinigten Staaten in der Arena Pernambuco mitverfolgten.

Im starken Regen erlebten Anne-Marie und Michèle ein richtiges Abenteuer bei der Anfahrt zum Stadion, während des Spiels und bei der Rückfahrt zum Hotel. Über die Hauptstadt von Pernambuco zog ein Unwetter hinweg, das Straßen unter Wasser setzte und das Leben der Einwohner und der Fans, die



Anne-Marie
e Michèle
na Arena
Pernambuco

Anne-Marie
und Michèle
in der Arena
Pernambuco

sich in der Stadt aufhielten, erschwerte. Das Spiel war hart umkämpft. Deutschland drückte die ganze Zeit gegen die gut stehende amerikanische Abwehr. Der Regen bestimmte den Rhythmus, bis Thomas Müller in den ersten Minuten der zweiten Halbzeit ein Tor erzielte. Für Anne-Marie haben sich angesichts des 1:0-Siegs von Deutschland jedoch alle Mühen gelohnt. „Das Spiel war ein einmaliges Erlebnis, nicht zuletzt wegen der klimatischen Bedingungen in Recife. Das hat den Tag noch unvergesslicher gemacht“, versicherte sie.

Zurück in São Paulo erlebten sie in der Vila Madalena, Szeneviertel und während der WM Treffpunkt für ausländische Besucher, die WM-Stimmung auf der Straße. „Die Menschen, die wir kennengelernt haben, waren sehr gastfreundlich, sympathisch und immer hilfsbereit. Vor, während und nach den Spielen herrschte Feststimmung auf den Straßen“, sagte Michèle. An ihrem letzten Tag, dem 28. Juni, machten die beiden noch eine Sightseeing-Tour durch das historische Stadtzentrum und flogen danach zurück nach Europa. Aus Brasilien nahmen sie schöne Erinnerungen an das Land, seine Bevölkerung und die Fußball-WM mit. •

LAUTENSCHLAGER, ROMEIRO e IWAMIZU ADVOGADOS

Relacionamentos de confiança e parceria com os seus clientes.
Consultoria jurídica ampla a empresas nacionais e estrangeiras.

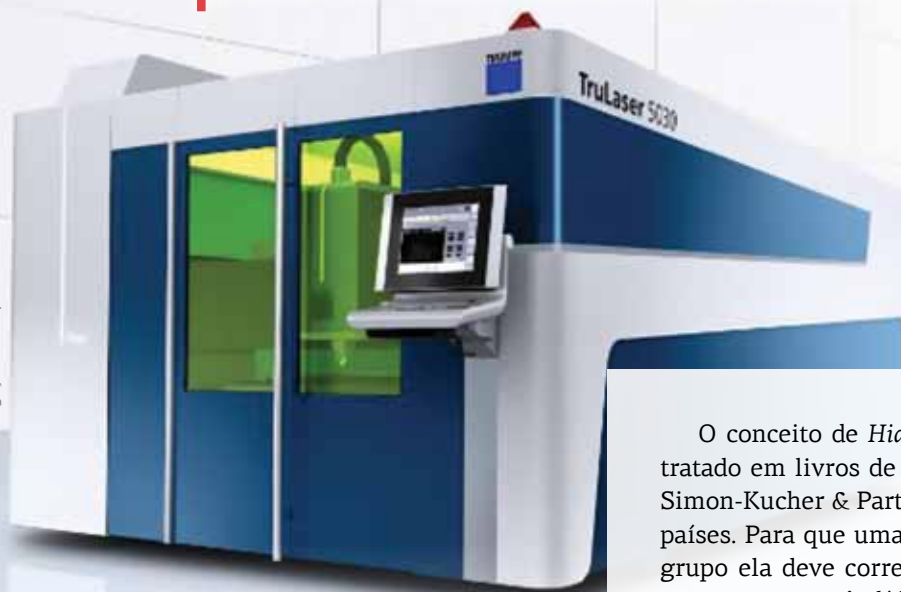
Langfristige Beziehungen zu den Mandanten, die auf Vertrauen und
Partnerschaft in der Zusammenarbeit beruhen

Avenida Paulista, 1.842 - 22º andar - Torre Norte - 01310-200 - São Paulo - SP - Brasil - Tel.: +55 11 2126-4600 Fax.: +55 11 2126-4601
www.lrlaw.com.br

Hidden Champions

alemães dão receitas de sucesso para o mercado brasileiro

Divulgação - Trumpf



Divulgação - Ottobock



Divulgação - Würth

1 - Máquina TruLaser 5030 fiber da Trumpf / 2 - Equipamento da Ottobock / 3 - Centro de distribuição da Würth
 1 - Der TruLaser 5030 fiber von Trumpf / 2 - Rollstuhl von Ottobock / 3 - Logistikzentrum von Würth

O conceito de *Hidden Champions* não é novo e foi tratado em livros de Hermann Simon, da consultoria Simon-Kucher & Partners, com edições em mais de 30 países. Para que uma empresa seja enquadrada nesse grupo ela deve corresponder aos seguintes critérios: estar entre as três líderes do mundo ou ser a número um em seu continente, em sua área de atuação, e não ser muito conhecida do público em geral.

No mundo todo são 2.734 empresas e a Alemanha é a campeã desse segmento com 1.307. O Brasil está em 21º lugar com 11 empresas enquadradas no conceito. Na Alemanha, essas empresas geraram 1 milhão de novos empregos em 10 anos, crescimento anual de 10%, receitas cinco vezes maiores do que em 1995, mais de 200 empresas com faturamento bilionário, forte crescimento do market share mundial e uma massiva onda de inovação.

Na Alemanha, 70% das exportações vem de pequenas e médias empresas. Segundo o Departamento Federal de Estatísticas (Destatis, na sigla em alemão), cerca de 26,2 milhões de empregos na Alemanha são gerados por PMEs. No Brasil são mais de 31 milhões de empregos, segundo o Ministério do Trabalho e Emprego. Os Hidden Champions são nesse contexto o benchmark para outras empresas seguirem.

Para entender melhor e mais sobre o sucesso dessas empresas no Brasil, entrevistamos algumas delas associadas à Câmara Brasil-Alemanha.

Inovação

Entre as 50 empresas que mais registraram patentes na Alemanha, 18 são Hidden Champions. Ao relacionar o número de patentes ao número de funcionários, os resultados demonstram que os participantes desse grupo



Deutsche Hidden Champions liefern Erfolgsrezepte für den brasilianischen Markt

Das Konzept der Hidden Champions ist nicht neu und wurde bereits in Büchern von Hermann Simon von der Unternehmensberatung Simon-Kucher & Partners behandelt, die in mehr als 30 Ländern erschienen sind. Damit ein Unternehmen dieser Gruppe zugeordnet werden kann, muss es die folgenden Kriterien erfüllen: in seinem Bereich zu den drei Weltmarktführern gehören oder die Nummer 1 auf seinem Kontinent sein und der Öffentlichkeit weitgehend unbekannt sein.

Weltweit werden 2.734 Unternehmen zu den Hidden Champions gezählt. Deutschland ist mit 1.307 Spitzenreiter in diesem Segment. Brasilien liegt auf Platz 21 mit 11 Unternehmen, die in das Konzept passen. In Deutschland haben diese Unternehmen in 10 Jahren eine Million neue Arbeitsplätze geschaffen, sind jährlich um 10% gewachsen und setzen heute fünf Mal so viel um wie 1995. Mehr als 200 von ihnen haben einen Jahresumsatz in Milliardenhöhe. Ihr weltweiter Marktanteil wächst kräftig und sie haben einen massiven Innovationsschub ausgelöst.

In Deutschland kommen 70% der Exporte aus kleinen und mittleren Unternehmen. Laut Statistischem Bundesamt (Destatis) gibt es in KMUs etwa 26,2 Millionen Arbeitsplätze. In Brasilien sind es laut brasilianischem Arbeitsministerium mehr als 31 Millionen. Die Hidden Champions sind in diesem Zusammenhang die Benchmark für andere Unternehmen.

Um den Erfolg dieser Unternehmen in Brasilien besser zu verstehen und mehr darüber zu erfahren, haben wir einige Mitgliedsunternehmen der Deutsch-Brasilianischen Handelskammer interviewt.

Innovation

Unter den 50 Unternehmen in Deutschland mit den meisten Patenten sind 18 Hidden Champions. Wenn man die Zahl der Patente der Zahl der Mitarbeiter gegenüberstellt, zeigen die Resultate, dass Unternehmen aus dieser Gruppe mit weniger Investitionsausgaben innovativer sind. Während in Großkonzernen auf 1.000 Mitarbeiter sechs Patente kommen und im Schnitt 3,7 Millionen Euro für jedes Patent investiert wurden, sind es bei den Hidden Champions 31 Patente pro 1.000 Mitarbeiter und Kosten von 725.000 Euro pro Patent. Die Investitionsausgaben sind somit fünf Mal niedriger und das Ergebnis ist fünf Mal höher. Anders gesagt: Hidden Champions müssen nur ein Fünftel investieren, um dasselbe Ergebnis zu erzielen.

A Trumpf investe cerca de 10% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento.

Trumpf investiert circa 10% des Umsatzes in Forschung und Entwicklung.

João Visetti, Trumpf



Vivian Koblinski

Unternehmen suchen im Allgemeinen nach innovativen Produkten, die die Arbeit schneller, besser und zu geringeren Kosten erledigen. „Bei Würth haben wir Ingenieure und Produktentwickler in Deutschland, der Schweiz, Italien, Asien und Brasilien. Jedes Land kann innerhalb des weltweiten Qualitätsstandards seine eigene Produktlinie entwickeln. Zwei- bis dreimal pro Jahr nehmen die Ingenieure und Fachkräfte an Seminaren teil, um Erfahrungen auszutauschen. In Brasilien haben wir ein Team von mehr als 30 Mitarbeitern, die in der Produktentwicklung arbeiten. Lateinamerika ist ein ziemlich anspruchsvoller und kreativer Markt, und fordert uns, immer neue Innovationen zu suchen, damit unser Kunde seine Arbeit noch schneller erledigen kann“, erklärt César Ferreira, Geschäftsführer von Würth Brasilien. Das Unternehmen ist auf die Herstellung von Befestigungstechnik, chemischen Produkten, Werkzeugen und Schutzausrüstungen spezialisiert.

Investitionen in Innovation sind üblicherweise umfangreich und beweisen, wie wichtig es ist, sich immer weiter zu entwickeln. „Die Firma Trumpf investiert circa 10% ihres Umsatzes in Forschung und Entwicklung. Im letzten Jahr waren es mehr als 200 Millionen Euro. Wir liegen deutlich über dem Branchendurchschnitt von etwa 5% des Umsatzes und auch deutlich vor dem Zweitplatzierten“, betont João Carlos Visetti, Vorstandsvorsitzender von Trumpf Brasilien. Das Unternehmen zählt bei Werkzeugmaschinen, Lasertechnologien und Medizintechnik zu den Weltmarktführern.

Ein anderes Unternehmen mit deutschem Ursprung und starkem Fokus auf F&E ist Ottobock, das ansehnliche



Imagens meramente ilustrativas.



CÂMBIO AUTOMATIZADO DE SÉRIE
VTRONIC

- Maior eficiência na troca de marchas.
- Melhor custo-benefício.
- Maior conforto.

VOLKS | Total
CONHEÇA CONDIÇÕES ESPECIAIS

Uma marca da MAN Latin America.
www.man-la.com



Respeite os limites de velocidade.



**Novo Constellation 24.280 com câmbio automatizado V-Tronic.
O caminhão líder de vendas ainda mais sob medida para o seu negócio
e com o melhor serviço de pós-venda.**

• Dispensa uso do ARLA • Disponível nas versões 6x2 e 8x2.



**Caminhões
sob medida.**



Acima: Produtos Würth disponíveis no Brasil. Ao lado: Próteses da Ottobock permitem grande mobilidade e segurança

Oben: Produktpalette von Würth in Brasilien. Links: Prothesen von Ottobock ermöglichen Mobilität und Sicherheit

Baixa rotatividade de funcionários é ponto em comum entre essas empresas de sucesso.

Die niedrige Fluktuation von Mitarbeitern ist eine Gemeinsamkeit dieser erfolgreichen Unternehmen.

são mais inovadores com menos investimentos. Enquanto entre as grandes corporações temos seis patentes para cada mil funcionários ao custo de 3,717 milhões de euros cada uma, entre os Hidden Champions encontramos 31 patentes para cada mil funcionários ao custo de 725 mil euros cada uma. O investimento em inovação é cinco vezes menor e o resultado é cinco vezes maior, ou seja, elas precisam investir apenas um quinto para ter o mesmo resultado.

As empresas, em geral, estão em busca de produtos inovadores, que façam o trabalho mais rápido, com mais perfeição e com custos menores. “Na Würth, temos engenheiros e técnicos de produtos na Alemanha, Suíça, Itália,

Ásia, Brasil, e cada país tem independência para desenvolver, dentro do padrão de qualidade mundial, a sua linha de produtos. Duas ou três vezes por ano os engenheiros e técnicos participam de seminários de troca de experiências. No Brasil, temos uma equipe de mais de 30 profissionais que trabalham no desenvolvimento de produtos. A América Latina é um mercado bastante exigente e criativo e nos exige cada dia mais buscar inovação para que nosso cliente possa fazer o trabalho dele mais rápido”, explica César Ferreira, presidente da Würth do Brasil, empresa especializada em peças de fixação, produtos químicos, ferramentas e EPI’s.

Os investimentos em inovação costumam ser substanciais nessas empresas, demonstrando a importância de manter-se sempre em evolução. “A Trumpf investe cerca de 10% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento. No ano passado, foram mais de 200 milhões de euros. Estamos bem à frente da média do setor, que está na faixa de 5% do faturamento, e do segundo colocado também”, destaca João Carlos Visetti, Diretor Presidente da Trumpf Brasil, uma das empresas líderes mundial-

mente em máquina-ferramenta, tecnologia a laser e tecnologia médica.

Uma outra empresa de origem alemã com grande foco em P&D é a Ottobock, que diz investir valores significativos na área. “Buscamos sempre a interação com os principais centros de pesquisa nas diversas partes do mundo. No Brasil, estamos em fase de implementação da primeira base de desenvolvimento de produto da empresa em um país emergente, que estará conectado às nossas plantas de produção de próteses e cadeiras de roda”, detalha Wilson Zampini - Regional President Latin America da Ottobock, líder mundial em próteses para amputados.

Funcionários de alta performance e baixo turnover

Funcionários são um ponto chave para o sucesso dos *Hidden Champions*. Em dez anos, os integrantes desse grupo mais do que dobraram sua cota de funcionários com diploma universitário, chegando à taxa de 19,1% na Alemanha. Um bom exemplo é o Grupo Würth, que foca suas ações de capacitação na equipe de vendas. “Somos uma empresa com 35 mil vendedores no mundo, todos



Summen in den Bereich investiert. „Wir suchen ständig den Austausch mit den wichtigsten Forschungszentren in verschiedenen Teilen der Welt. In Brasilien bauen wir gerade das erste Produktentwicklungszentrum des Unternehmens in einem Schwellenland, das mit unseren Prothese- und Rollstuhlfabriken verbunden wird“, führt Wilson Zampini, Vorstand der Region Lateinamerika bei Ottobock, aus. Das Unternehmen ist Weltmarktführer im Bereich Prothetik.

Leistungsstarke Mitarbeiter und geringe Fluktuation

Ein Schlüssel zum Erfolg der Hidden Champions sind die Mitarbeiter. In den letzten 10 Jahren hat sich der Anteil von Mitarbeitern mit Universitätsabschluss in den Unternehmen dieser Kategorie verdoppelt und erreicht heute in Deutschland 19,1%. Die Würth-Gruppe, die viel in das Training ihrer Verkäufer investiert, ist ein gutes Beispiel. „Wir sind ein Unternehmen mit 35.000 Verkäufern in der ganzen Welt. Alle sind offiziell registriert und haben einen Firmenwagen. In Brasilien sind es mehr als 1.500. Unsere Verkäufer werden technisch geschult, damit sie die Produktkenntnis zum Kunden bringen können. Sie bekommen einen besonderen Stellenwert und ein Auto, das den Status unterstreicht. In Deutschland ist es üblich, dass Verkäufer BMW fahren genauso wie das Topmanagement der Muttergesellschaft. Wir machen bei der Hierarchie keine großen Unterschiede. Wir sind sehr nah am Verkäufer und am Kunden“, führt Ferreira als Beispiel an.

Er fügt hinzu, dass im Unternehmen drei bis vier Mal pro Jahr sogenannte Intensive Verkaufswochen veranstaltet werden, in denen Mitarbeiter aus dem Innendienst die Verkäufer auf Kundenbesuche begleiten, um herauszufinden, wie der Kundendienst verbessert werden kann.

Geringe Mitarbeiterfluktuation ist ein weiterer Punkt, den die Erfolgsunternehmen gemeinsam haben. Unter den Hidden Champions liegt die Fluktuationsrate der Mitarbeiter bei nur 2,7%, während es in Deutschland insgesamt

7,3% sind. In den brasilianischen Filialen ist die Situation nicht anders. „In der brasilianischen Fabrik von Ottobock haben wir sehr niedrige Raten, unter 0,5%. Unsere wichtigsten Strategien in diesem Bereich sind Programme zur Schulung und Entwicklung der Mitarbeiter. Dazu kommt unsere Wachstumsstrategie, die vorhandenen Mitarbeitern Aufstiegschancen bietet und unser Unternehmen für Nachwuchstalente attraktiv macht“, betont Ottobock-Vorstand Zampini.

Bei Trumpf liegt die Fluktuationsrate unter 1%. „Wir geben unseren Mitarbeitern ein hohes Maß an Wertschätzung und verfolgen das Ziel, 100% unserer Führungskräfte intern zu rekrutieren, indem wir Personen entwickeln, die jung im Unternehmen anfangen. Dafür haben wir verschiedene Programme zur Identifizierung und Entwicklung von High Potentials, damit sie bereits nach kurzer Zeit Führungspositionen einnehmen können“, erläutert Trumpf-Chef Visetti.

Kundennähe

Kundenbeziehungen sind ein weiterer Punkt von strategischer Bedeutung für die Hidden Champions. Schnelle Lieferzeiten stehen bei Würth im Fokus. Das Unternehmen versucht die Prozesse so zu straffen, dass zwischen dem Eingang einer Bestellung vom Palm-Gerät des Verkäufers und dem Verlassen des Lagers maximal eine Stunde vergeht. „Eine Bestellung nach Rio de Janeiro kommt zum Beispiel in 24 Stunden an. Außerdem haben wir 12 Verkaufsstellen und 25 Vans in Brasilien, die mit kleinen Laboren ausgestattet sind, in denen der Kunde einige Produkte testen kann. Von den Läden aus, die ein Warenlager haben, können wir den Kunden in dringenden Fällen in weniger als 30 Minuten mit dem Motorrad beliefern. Die Auswirkung davon auf unser Geschäft ist fantastisch“, beschreibt Ferreira.

Die Schulung der Sales Force, damit diese in der Lage ist, die Kunden zu beraten, ist eines der Erfolgsgeheimnisse von Trumpf. „Wenn ein Unternehmen gerade anfängt, träumt der Inhaber oft davon, die beste Maschine anzu-



Divulgação - Ottobock

Atleta joga futebol com prótese da Ottobock

Ein Fußballspieler mit Prothese von Ottobock

schaffen. Doch nicht immer ist es das, was er braucht. Es braucht Zeit, bis sich eine große Maschine rentiert. Wir raten dazu, langsam anzufangen. Unser Ansatz ist nicht, die größtmögliche Lösung zu verkaufen, sondern die bestmögliche“, bekräftigt Visetti.

Alle befragten Unternehmen bestätigen, dass Brasilien eine immer größere Bedeutung für ihr globales Geschäft gewinnt. Bei Ottobock wurde das Land zu einem von acht Fokusbörsen in der Welt gewählt, was mehr Investitionszuwendungen ermöglicht. Für die Würth-Gruppe ist das Land der wichtigste aufstrebende Markt und heute der neuntgrößte Markt weltweit mit der Möglichkeit, in den nächsten 5 Jahren unter die drei oder vier wichtigsten aufzurücken. Das Unternehmen plant in den nächsten vier bis fünf Jahren umfangreiche Investitionen in Brasilien, um das Geschäftsvolumen zu verdoppeln. Auch bei Trumpf sind die Aussichten für das Brasiliengeschäft sehr positiv. Brasilien ist unter den größten Volkswirtschaften der Welt vom 14. auf den 7. Platz gesprungen, gehört jetzt also zu den Top Ten. •

• Silvia Russo Cavalcanti



A velocidade do prazo de entrega é um dos focos da Würth. Um pedido para o Rio de Janeiro chega em 24 horas.

Schnelle Lieferzeiten stehen bei Würth im Fokus. Eine Lieferung nach Rio de Janeiro kommt in 24 Stunden an.

César Ferreira - Würth do Brasil

O relacionamento com clientes é questão bastante estratégica para os Hidden Champions.

Die Beziehung zu den Kunden ist ein strategisch wichtiges Thema für die Hidden Champions.

registrados e com carro da empresa. No Brasil, são mais de 1.500. Nosso vendedor recebe capacitações técnicas para que possa levar o conhecimento do produto ao cliente e com isso vai crescendo e recebendo um status diferenciado e um carro que acompanha esse status. Na Alemanha, é comum um vendedor ter um BMW como os altos diretores da matriz. Não fazemos muita distinção de hierarquia. Somos muito próximos do vendedor e do cliente”, exemplifica Ferreira.

Ele acrescenta que na empresa, entre três e quatro vezes por ano são promovidos os chamados KFTs, na sigla em alemão, as Semanas Intensivas de Vendas, quando os funcionários internos vão à rua acompanhar vendedores e visitar clientes, para saber o que pode ser melhorado para atender melhor.

Baixa rotatividade de funcionários é outro ponto comum entre essas empresas de sucesso. Entre os Hidden Champions a taxa de rotatividade de funcionários é de apenas 2,7%, enquanto na Alemanha como um todo fica em 7,3%. Entre as filiais no Brasil a realidade não é diferente. “Na unidade brasileira da Ottobock temos taxas muito baixas, menores que 0,5%. As principais estratégias nessa área são programas de treinamento e desenvolvimento de pessoal, somados a nossa estratégia de crescimento que cria oportunidades para nossos funcionários atuais e atratividade de nossa empresa para novos talentos”, aponta o presidente da Ottobock.

Na Trumpf, outra empresa desse grupo, a taxa fica abaixo de 1%. “Prezamos muito por nossos funcionários e temos como meta formar 100% dos gestores internamente, por meio de pessoas que iniciam jovens na empresa. Para isso, temos diversos programas para identificação de *high potentials* e desenvolvimento dessas pessoas para que possam vir a assumir posições de gerência em um curto espaço de tempo”, explica Visetti, da Trumpf.

Proximidade com os clientes

O relacionamento com clientes é outra questão bastante estratégica para os Hidden Champions. A velocidade do prazo de entrega é um dos focos na

Würth, que procura enxugar processos para que o tempo entre a chegada de um pedido, enviado pelo *palm* do vendedor, e a saída da área de logística demore, no máximo, uma hora. “Por exemplo, um pedido para o Rio de Janeiro chega em 24 horas. Temos também 12 lojas e 25 vans no Brasil equipadas com pequenos laboratórios, onde o cliente pode testar alguns produtos. Nas lojas que têm estoque, conseguimos atender o cliente em até 30 minutos com motociclista no caso das urgências. O impacto disso nos resultados é fantástico”, descreve Ferreira.

Capacitação da força de vendas para que sejam capazes de dar consultoria aos clientes é um dos segredos da Trumpf. “Quando uma empresa está começando, muitas vezes o dono sonha em ter a melhor máquina, mas nem sempre isso é o que ele precisa. Leva tempo para conseguir carregar uma grande máquina e, assim, ter o *payback*. A gente orienta a começar devagar. A ideia não é vender o máximo que puder e sim o melhor possível”, defende Visetti.

Todas as empresas entrevistadas afirmaram que o Brasil vem ganhando cada vez mais importância nos negócios globais. Para a Ottobock, o País foi eleito como um dos oito mercados foco no mundo, o que possibilita suporte para mais investimentos. Além disso, é o mercado emergente mais importante para a Würth e é hoje a nona operação do grupo, com possibilidade de estar entre as três ou quatro maiores nos próximos cinco anos. A empresa prevê grandes investimentos no Brasil para os próximos quatro ou cinco anos para que seja possível dobrar a operação brasileira de tamanho. Na Trumpf, as perspectivas para o futuro da operação brasileira também são bem positivas, já que o Brasil saltou da 14ª para a 7ª posição mundialmente e se mantém entre as dez maiores no mundo. •

• Silvia Russo Cavalcanti

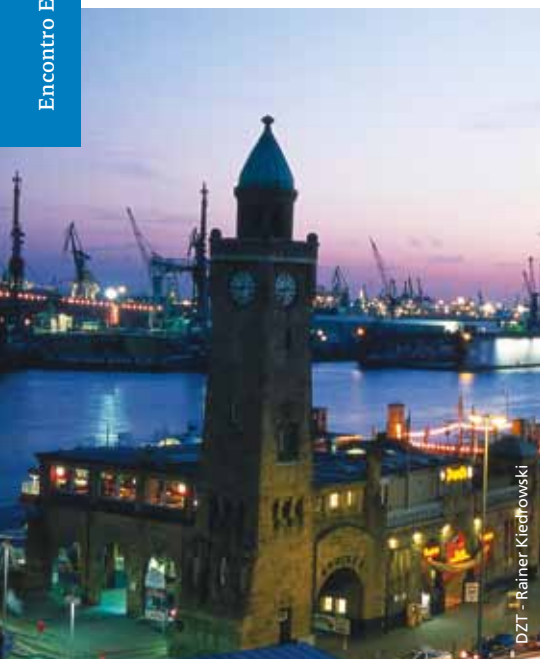
Inovative Bosch Systeme für perfekt synchronisierte Benzinmotoren, reduzieren die CO₂ Emission.



Boschinnovationen schützen die Umwelt und erhalten die natürlichen Ressourcen. Technologie fürs Leben ist unser Leitsatz: Wir entwickeln Innovationen, die heute den globalen Problemen der Zukunft nachkommen. Bosch entwickelt Kraftfahrzeugsysteme wie Flex-Start und Start/Stop, welche, integriert, den Kraftstoffkonsum und die CO₂-Emission reduzieren. Dies ist nur einer unserer Beiträge für eine bessere Zukunft. www.bosch.com.br



BOSCH
Technik fürs Leben



DZI - Rainer Kiedrowski



Marcelo Camargo/ Agência Brasil

Industry for the Future: Brasil e Alemanha reafirmam cooperação

A parceria entre Brasil e Alemanha é uma realidade consolidada. Para reforçar e evoluir esse relacionamento, entre 31 de agosto e 02 de setembro acontece em Hamburgo, na Alemanha, o 32º Encontro Econômico Brasil-Alemanha. Promovido pela Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) e pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), com o apoio da Câmara Brasil-Alemanha, o evento deve reunir mil empresários dos dois países. Na ocasião também acontecem o XXXII Encontro de Empreendedorismo e o XLI Encontro da Comissão Conjunta de Cooperação Econômica.

Estruturado em torno do tema *Industry for the future*, o encontro bilateral será um momento ideal para o debate e definição dos rumos que relação entre Brasil e Alemanha deve seguir. O evento tem também a função de apresentar as melhores práticas em setores como a tecnologia verde.

Na noite de 31 de agosto acontece o Prêmio Personalidade Brasil-Alemanha 2014, que homenageia o Dr. Reinhold Festge, sócio proprietário da Haver & Boecker e presidente da Iniciativa da Economia Alemã para a América Latina (LAI) e da Associação Alemã de Máquinas e Equipamentos (VDMA, na sigla em

alemão), pelo lado alemão, e Antonio Roberto Cortes, presidente e CEO da MAN Latin America, pelo lado brasileiro. Durante o dia, serão realizados alguns encontros pontuais entre lideranças.

Já o dia 01 de setembro será concentrado nos temas logística marítima, energias renováveis e bens de consumo. A programação inclui Painel de Política Econômica, coletiva de imprensa, fóruns “Logística e Infraestrutura como pré-requisito para o crescimento”, “As Cadeias de Valor Agregado Brasil-Alemanha”, com destaque para os setores de óleo e gás e automotivo, além do fórum “Sistema de Saúde”, que tem foco em equipamento médico-hospitalar e a relação entre a indústria farmacêutica e os medicamentos naturais. Uma recepção do Governo de Hamburgo no *Fischauktionshalle* fecha a programação da data.

O terceiro dia do evento é dedicado à cidade de Hamburgo, com discussões sobre o acesso aos mercados alemão e brasileiro, fórum de energias renováveis, fórum de transporte marítimo e logística e visitas técnicas a empresas e portos da cidade alemã.

Durante o evento, será anunciado que em 2015 o Encontro Econômico Brasil-Alemanha acontece em Joinville, entre os dias 21 e 23 de setembro. •

„Industry for the Future“: Brasilien und Deutschland stärken Kooperation

Embaixada Alemã



Chancellor Angela Merkel com representantes das empresas associadas após encontro em Brasília, onde foi apresentada ao documento da Câmara Brasil-Alemanha denominado "10 Propostas Construtivas para o Desenvolvimento Econômico entre Brasil e Alemanha"

Bundeskanzlerin Merkel nach dem Wirtschaftsgespräch in Brasília mit Firmenvertretern, die ihr bei dieser Gelegenheit die AHK-Broschüre „10 Konstruktive Vorschläge zur Weiterentwicklung der deutsch-brasilianischen Wirtschaftsbeziehungen“ vorstellten

Die Partnerschaft zwischen Brasilien und Deutschland ist eine feste Größe. Mit dem Ziel, die Beziehungen weiter zu stärken und auszubauen, finden vom 31.08. bis zum 02.09. in Hamburg die 32. Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage statt. Das Event, das vom Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) und seinem brasilianischen Partnerverband CNI mit Unterstützung der AHK São Paulo organisiert wird, wird etwa 1.000 Unternehmer aus beiden Ländern zusammenbringen. Gleichzeitig finden das XXXII. Unternehmertreffen und die XLI. Sitzung der Gemischten Kommission für Wirtschaftliche Zusammenarbeit statt.

Rund um das Leitthema Industrie für die Zukunft bietet das bilaterale Treffen eine hervorragende Gelegenheit zu diskutieren, welchen Kurs die Beziehung zwischen Brasilien und Deutschland einschlagen soll. Die Veranstaltung soll auch dazu dienen, Best Practices zu präsentieren, zum Beispiel im Bereich Grüne Technologien.

Am 31.08. wird abends die Auszeichnung Deutsch-Brasilianische Persönlichkeit 2014 verliehen. Dieses Jahr werden Dr. Reinhold Festge, persönlich haftender Gesellschafter der Haver & Boecker OHG und Vorsitzender der Lateinamerika-Initiative der Deutschen Wirtschaft (LAI) und Präsident des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), als deutscher Vertreter und Antonio Roberto Cortes, Geschäftsführer MAN Latin America, als brasilianischer Vertreter

ausgezeichnet. Tagsüber finden Einzeltreffen zwischen Unternehmensverantwortlichen statt.

Themenschwerpunkte am 01.09. sind Hafen und Logistik, Erneuerbare Energien und Konsumgüter. Das Programm umfasst ein Panel zur Wirtschaftspolitik, eine Pressekonferenz, die Foren „Logistik und Infrastruktur als Voraussetzung für Wachstum“, „Wertschöpfungsketten Brasilien-Deutschland“ im Öl- und Gassektor und in der Automobilindustrie sowie das Forum „Gesundheitswirtschaft/Medizintechnik“ mit Fokus auf Medizintechnik für Krankenhäuser und dem Verhältnis der Pharmazeutischen Industrie zu natürlichen Heilmitteln. Ein Empfang in der Fischauktionshalle auf Einladung des Senats der Freien und Hansestadt Hamburg schließt das Programm des Tages.

Der dritte Tag der Veranstaltung ist der Stadt Hamburg gewidmet mit Diskussionsrunden über den Zugang zum deutschen und brasilianischen Markt, dem Forum Erneuerbare Energien, dem Forum Hafen und Logistik sowie Besuchen von Unternehmen und dem Hafen der Hansestadt.

Auf dem Event wird auch angekündigt, dass die Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage 2015 vom 21. bis 23.09.2015 in Joinville stattfinden werden. •

• Silvia Russo Cavalcanti



Brasil e Alemanha apoiam o paraesporte

Iniciativa Atletas do Futuro investe em paratletas profissionais e no desenvolvimento de novos talentos do esporte. Empresas dos dois países financiam o projeto



A iniciativa Atletas do Futuro – Fundo Paraesportivo Brasil-Alemanha, promovida pelo Instituto Sócio Cultural Brasil-Alemanha (ISCBA) em parceria com o Esporte Clube Pinheiros, une esforços de empresas e instituições alemãs e brasileiras para proporcionar o desenvolvimento do paraesporte brasileiro. Fazem parte da iniciativa, atualmente, dezessete atletas profissionais de alto rendimento e novos talentos em desenvolvimento.

Com verdadeiros exemplos de superação e força de vontade, a equipe formada para o Atletas do Futuro reúne supercampeões e iniciantes na carreira esportiva. Ponto comum entre eles são as histórias de

vida, contadas com muito orgulho por quem teve de enfrentar diferentes adversidades.

Entre eles, destaque para os medalhistas paralímpicos André Brasil, padrinho da iniciativa, com sete medalhas de ouro e três de prata entre os jogos de Pequim 2008 e Londres 2012, e Alan Fonteles, medalhista de ouro biamputado vencendo o atleta sul-africano Oscar Pistorius na última edição em Londres. “Nós podemos realizar coisas maravilhosas. Basta que acreditem e apostem em nós. É uma alegria fazer parte desse projeto e espero que ele seja o início de um novo momento para o esporte paralímpico brasileiro”, disse André Brasil.

De um lado, o projeto fomenta a preparação de esportistas de ponta visando grandes competições nacionais e internacionais, sobretudo as Paralimpíadas Rio 2016. De outro, foca no desenvolvimento de jovens destaques do esporte. Em ambos os grupos, a iniciativa trabalha a inclusão social e profissional dessas pessoas com deficiência, abrindo caminho para um futuro pós-carreira com bases qualificadas para o mercado de trabalho. “Um dia, esses campeões vão se aposentar das competições e nosso objetivo

também é prepará-los para esse momento”, afirma Klaus-Wilhelm Lege, presidente do Instituto.

Iniciada no primeiro semestre de 2014, a ação conta com o patrocínio de um seleto grupo de empresas de origens alemã e brasileira. O ISCBA promove a iniciativa junto às empresas e instituições e o Esporte Clube Pinheiros é responsável pela gestão esportiva dos atletas, administração dos recursos recebidos e prestação de contas. “O Pinheiros orgulha-se em ser o principal formador de atletas olímpicos da história do Brasil e, agora, é pioneiro também no fomento ao esporte paralímpico”, afirma o presidente do Clube, Luís Eduardo Dutra Rodrigues.

Para os anos de 2015 e 2016, está prevista a ampliação do escopo da iniciativa, além da sequência do projeto de capacitação e inclusão profissional, com a busca de mais benefícios aos atletas. •



Stephan Weil (ao centro), governador da Baixa Saxônia, na apresentação da iniciativa em São Paulo

Stephan Weil (Mitte), Ministerpräsident von Niedersachsen, bei der Vorstellungsveranstaltung der Initiative in São Paulo

Carlo Ferrenti/ AHK Brasil



AUMENTE SUAS CHANCES PROFISSIONAIS

APRENDA ALEMÃO NO GOETHE-INSTITUT

CURSOS EXTENSIVOS, SEMI-INTENSIVOS E INTENSIVOS

CURSOS SEMI-PRESENCIAIS A1, A2, B1 E B2

CURSOS ESPECIAIS - VÁRIOS NÍVEIS

CURSOS PARA ADOLECENTES

CURSO PREPARATORIO PARA O EXAME GOETHE-ZERTIFIKAT C2



Rua Lisboa, 974 - Pinheiros

E-mail: cursos@saopaulo.goethe.org

www.goethe.de/saopaulo

☎ 3296 7000

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.



Divulgação - Esporte Clube Pinheiros



1 - Atleta Alex Sandro faz exibição de esgrima | 2 - Atletas do futuro com os organizadores da Iniciativa

1 - Der Athlet Alex Sandro demonstriert seine Fechtkunst | 2 - Die „Athleten der Zukunft“ mit den Organisatoren der Initiative

Brasilien und Deutschland fördern gemeinsam den Behindertensport

Die Initiative „Athleten der Zukunft“ fördert professionelle Behindertensportler und die Entwicklung neuer Talente. Unternehmen aus beiden Ländern finanzieren das Projekt.

Die Initiative Athleten der Zukunft – Behindertensportfonds Brasilien-Deutschland, die vom Deutsch-Brasilianischen Kultur- und Sozialinstitut (ISCBA) und dem Sportclub Pinheiros getragen wird, bündelt die Kräfte von deutschen und brasilianischen Unternehmen und Institutionen zur Entwicklung des brasilianischen Behindertensports. Derzeit werden 17 Spitzensportler und Nachwuchstalente durch die Initiative unterstützt.

Das Team Athleten der Zukunft vereint Sportstars und Athleten am Anfang der Karriere, die wahre Beispiele für Selbstüberwindung und Willenskraft sind. Allen gemeinsam sind Lebensgeschichten, die mit viel Stolz erzählt werden von Menschen, die verschiedenste Widrigkeiten überwinden mussten.

Besonders hervor ragen die paralympischen Medallenträger André Brasil, zugleich Pate der Initiative, der bei den Spielen in Peking 2008 und London 2012 sieben Gold- und drei Silbermedaillen gewann, und der beidseitig beinamputierte Sprinter Alan Fonteles, der in London den Südafrikaner Oscar Pistorius besiegte und die Goldmedaille errang. „Wir können Außergewöhnliches erreichen. Es reicht, wenn andere an uns glauben und uns unterstützen. Ich freue mich, dass ich Teil dieses Projektes bin und hoffe, dass es der Beginn einer neuen Etappe für den brasilianischen Behindertensport ist“, so André Brasil.

Das Projekt unterstützt zum einen Spitzensportler bei der Vorbereitung auf große nationale und internationa-

le Wettkämpfe, allen voran die Paralympischen Spiele in Rio de Janeiro 2016. Der zweite Fokus liegt auf der Förderung junger Talente. In beiden Fällen arbeitet die Initiative an der gesellschaftlichen und beruflichen Integration der behinderten Menschen, um ihnen Wege für die Zeit nach dem Ende der sportlichen Karriere aufzuzeigen und sie für den Arbeitsmarkt zu qualifizieren. „Eines Tages werden diese Spitzensportler ihre aktive Karriere beenden. Unser Ziel ist auch, sie auf diesen Moment vorzubereiten“, bekräftigt Institutspräsident Klaus-Wilhelm Lege.

Das Programm, das im ersten Halbjahr 2014 gestartet wurde, wird von einer ausgewählten Gruppe deutscher und brasilianischer Unternehmen gesponsert. Das ISCBA trägt die Initiative gemeinsam mit Unternehmen und Institutionen. Der Sportclub Pinheiros ist für die sportliche Betreuung der Athleten sowie für die Mittelverwaltung und die Rechnungslegung verantwortlich. „Pinheiros ist stolz darauf, die meisten olympischen Athleten in der Geschichte Brasiliens ausgebildet zu haben und nun Pionier in der Förderung des Behindertensports zu sein“, bekräftigt Clubpräsident Luís Eduardo Dutra Rodrigues.

2015 und 2016 soll die Initiative ihre Aktivitäten ausweiten und die berufliche Qualifikation und Integration der Athleten fortführen, um ihnen noch größeren Nutzen zu bringen. •

• Marco Túlio Pereira



figwal

transportes internacionais Ltda.



International Experience - Brazilian Flexibility



Experiência Internacional e Flexibilidade Brasileira

- International Freight Forwarder since 1983
Agente de Cargas Internacionais desde 1983
- Agent IATA, FIATA, NVOCC
Agente IATA, FIATA, NVOCC
- Regular Air and Sea Import / Export Consolidations
Serviços regulares de Consolidação por via aérea e marítima
- Partial and Full Charters (air and sea import/ export)
Fretamento parcial e/ou total (aéreo e marítimo)
- Project Cargo (door-to-door and turn-key)
Cargas de Projeto (porta-à-porta e "turn key")
- Export Documentation
Documentação de exportação
- Weekly Full and Consolidated Truck Service BRASIL - Argentina, Chile, Uruguay and Paraguay
Serviço Rodoviário FTL e Consolidado, semanal, entre Brasil, Argentina, Chile, Uruguai e Paraguai

- Logistics Integrator
Integrador Logístico
- Customs Consulting
Consultoria Aduaneira
- Transport Insurance
Seguro de Transporte
- Warehouse and Trucking
Armazenagem e transporte rodoviário
- Global Network present in over 75 countries and 20 important business centers in Brazil
Presença Global em mais de 75 países e em 20 importantes Centros de Negócios no Brasil
- Fumigation
Fumigação

MAZZANTI

Branches

Belo Horizonte / MG
Phone: (55-31) 3427.6456
figwal.bhz@figwal.com.br

Joinville / SC
Phone: (55-47) 3481.1500
figwal.joi@figwal.com.br

São José dos Campos / SP
Phone: (55-12) 3946.1500
figwal.sjk@figwal.com.br

Campinas / SP
Phone: (55-19) 3738.1600
figwal.cpq@figwal.com.br

Porto Alegre / RS
Phone: (55-51) 3358.1500
figwal.poa@figwal.com.br

Santos / SP
Phone: (55-13) 3229.1200
figwal.ssz@figwal.com.br

Rio de Janeiro / RJ
Phone: (55-21) 3461.9300
figwal.rio@figwal.com.br

Curitiba / PR
Phone: (55-41) 3282.9833
figwal.cwb@figwal.com.br

Vitória / ES
Phone: (55-27) 2123.1500
figwal.vix@figwal.com.br

Caxias do Sul / RS
Phone: (55-54) 3211.1552
figwal.cxj@figwal.com.br

Ribeirão Preto / SP
Phone: (55-16) 3995.8800
figwal.rao@figwal.com.br

Salvador / BA
Phone: (55-71) 3272.1699
figwal.ssa@figwal.com.br

Recife / PE
Phone: (55-81) 3326-3410
figwal.rec@figwal.com.br

Fortaleza / CE
Phone: (55-85) 3268.3633
figwal.for@figwal.com.br

Airport Handling Offices

Guarulhos / SP
Phone: (55-11) 2303.0023
figwal.gru@figwal.com.br

Viracopos / SP
Phone: (55-19) 3725.5646
figwal.vcp@figwal.com.br

Home Office - Itajubá / MG

Head Office / Matriz - São Paulo

Phone: (55-11) 5098.1500 | figwal@figwal.com.br | www.figwal.com.br



SIEMENS

Respostas sustentáveis para o Brasil de hoje.

Uma parceria tecnológica que contribui para o país crescer e inovar ainda mais.

Estamos no Brasil há mais de 100 anos colaborando para a construção e modernização da infraestrutura do país. Por meio de um portfólio ambiental líder, contamos com 13 fábricas e 7 centros de pesquisa e desenvolvimento, tendo nossas atividades agrupadas em quatro setores estratégicos: Energia, Indústria, Saúde, Infraestrutura e Cidades.

Nossas soluções inovadoras estão presentes ao redor do mundo e no Brasil, como nos 18 novos parques eólicos que estão sendo construídos na região Nordeste. Quando prontos, irão gerar energia limpa e renovável para o equivalente a mais de 800 mil domicílios.

Trabalhamos todos os dias para responder aos desafios mais difíceis do nosso tempo.

Siemens. Respostas do futuro, hoje.



[siemens.com/answers](https://www.siemens.com/answers)