



Konferencja Polska – Brazylia

Kraj ogromnych możliwości

EKSPANSJA ZAGRANICZNA | To najlepszy moment dla polskich przedsiębiorców i inwestorów, by pojawić się w Brazylii. Do pokonania jest wiele barier, ale ten rynek daje wielkie możliwości rozwoju i otwiera drzwi do całego regionu.

ADAM ROGUSKI

Z prawie 210 mln ludności (w tym 2 mln Polonii) i odradzającą się gospodarką Brazylię to atrakcyjny rynek dla firm i inwestorów zainteresowanych ekspansją. To idealny moment, by pojawić się na tym rynku i za kilka lat zgarnąć z tego tytułu premię – to wnioski płynące z konferencji „Współpraca Polska – Brazylia. Perspektywy ekspansji w Ameryce Południowej”, zorganizowanej przez „Rzeczpospolitą”.



Planowany hub w północno-wschodniej części Brazylii stanie się bramą do Ameryki Południowej

utrapieniem jest skomplikowany system podatkowy, a w pewnych segmentach rynku także protekcyjizm. Zaznaczył, że zainteresowani wejściem do Brazylii polscy przedsiębiorcy i inwestorzy mogą liczyć na wsparcie banków, prawników czy doradców podatkowych, ale warto pozyskać lokalnego partnera.

O wsparciu w ekspansji i doborze instytucji finansujących mówił Michał Kozubowski z Citi Handlowego.

Pionierzy już działają

W Brazylii jest już z sukcesem obecnych kilka dużych polskich firm. To m.in. Can-Pack oraz gieldowe Synthos, Boryszew, Ług czy Selena, której przedstawiciel podzielił się z uczestnikami konferencji doświadczeniami (patrz tekst niżej).

O wsparciu w ekspansji i doborze instytucji finansujących mówił Michał Kozubowski z Citi Handlowego.

Szef projektu Piotr Maj podkreślił, że udziałem w nim zainteresowany jest coraz więcej partnerów. Wśród nich są już EY, Santander czy BioRio – najstarszy park technologiczny w Ameryce Południowej.

O perspektywach stworzenia w kompleksie EcoEstrela rajaju dla startupowców opowiadał Marcos Lin, ekspert w dziedzinie technologii informacyjno-komunikacyjnych i start-upów. @

Pomoc oferuje też Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIIIZ).

Mimo że teraz przekształcamy wydziały promocji handlu i inwestycji (WPHI) w trade offices, to mapa naszych pla-

Szanse i wyzwania

Ambasador Brazylii Alfredo Leoni podkreślił, że kraj zmaga się z recesją będącą efektem rządów populistów, ale ekipa prezydenta Michela Temera, który objął urząd we wrześniu, ostro wzięła się do reform. Są już efekty: po tym jak w 2016 r. brazylijska gospodarka skurczyła się o 3,5 proc., spodziewane jest wyjście z recesji – Bank Światowy prognozuje wzrost PKB o 0,5 proc. w 2016 oraz o 1,8 proc. w tym roku.

Ambasador wymienił pięć kwestii przemawiających za inwestowaniem w Brazylię. Po pierwsze, duża i rosnąca gospodarka – oparta nie tylko na surowcach i rolnictwie, ale także zaawansowanym przemysłu. Po drugie, zintegrowanie kraju z gospodarką globalną i pełnienie naturalnej funkcji bramy do Ameryki Południowej. Po trzecie, stabilność polityczna i ekonomiczna, co przejawia się relatywną odpornością na kryzys światowy w 2008 r., czy przeprowadzony jesienią z zachowaniem demokratycz-

nych zasad impeachment. Po czwarte, stabilne otoczenie prawne nastawione na poprawę konkurencyjności i lepszą ochronę firm – ambasador wspominał przy tym, że osoby zamieszane w skandal korupcyjny stanęły przed sądem. Po piąte, inwestycje infrastrukturalne mające na celu poprawienie logistyki w rozległym kraju, także w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego. Infrastruktura to także parki technologiczne i inkubatory, których ma przybywać.

Ambasador zaznaczył, że współpracę gospodarczą poprawi negocjowana umowa między UE a Mercosurem – organizacją gospodarczą krajów Ameryki Południowej.

Daniel Gromann z Departamentu Ameryki w Ministerstwie Spraw Zagranicznych potwierdził, że utrzymywane

od blisko stulecia stosunki dyplomatyczne z Brazylią to stabilny fundament dla prowadzenia działalności gospodarczej, i zapewnił o wsparciu firm przez administrację.

Duży potencjał dla rozwoju biznesu stwarzają plany utworzenia węzłowego portu lotniczego (hubu) w północno-wschodniej Brazylii – to projekt brazylijsko-chilijskich linii lotniczych LATAM, największych w Ameryce Łacińskiej i jednym z największych na świecie. Jak wskazał ekspert rynku lotniczego Eryk Kłopotowski, nowy hub wydatnie skróci czas podróży do Brazylii z Europy, USA i Afryki oraz spowoduje zmniejszenie kosztów transportu. Nieprzypadkowo więc uczestnicy konferencji obejrżeli specjalnie nagrane wystąpienie gubernatora stanu Rio Grande do



Alfredo Leoni, ambasador Brazylii w Polsce

Norte – Robinson Faria mówił, jak wielką szansą jest hub, i zachęcał do inwestowania właśnie w jego stanie.

Brazylię to z jednej strony szansa, a z drugiej duże wyzwania. Alan Goldlust, prezes Brazylijsko-Polskiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Sao Paulo

przyznał, że potencjał wzrostu na rynku jest praktycznie niewyczerpany, szczególnie jeśli trafi się w niszę, w której nie działa konkurencja z Azji. Podkreślił, że ekipa prezydenta Temera zrobiła w kilka miesięcy bardzo dużo, żeby postawić gospodarke na nogi, ale

Selena – sukces dzięki przemyślanej strategii

PRZEMYSŁ
Producent chemii budowlanej zyskał pozycję lidera, co więcej – zaszczepił na brazylijskim gruncie własną markę.

Notowana na warszawskiej giełdzie Selena prowadzi w Brazylii działalność od 2004 r. – dwa lata po podjęciu strategicznej decyzji o pojawieniu się na tym rynku. Dziś ma zakład produkcyjny w Ponta Grossa, marka Tytan Professional jest numerem jeden na rynku, a wyniki finansowe rosną mimo recesji w brazylijskiej gospodarce, bijące w branżę budowlaną szczególnie mocno.

Krzysztof Stańczyk, wieloletni dyrektor regionu Ameryka Północna i Południowa w Selenie, przyznał, że droga do sukcesu nie była prosta. Można poprzestać na znale-

zieniu dystrybutora dla swoich wyrobów, ale to bezpośrednia obecność na rynku pozwala na czerpanie prawdziwych profitów.

Kluczem było zaferowanie wyrobów o bardzo wysokiej jakości, z którą konkurencja wciąż nie może się mierzyć, wdrażanie na rynek nowości wraz z rozwojem technologii i oczekiwaniami konsumentów.

Z racji gigantycznej powierzchni Brazylii ważne było nawiązanie współpracy z sieciami handlowymi. Z kolei z uwagi na skomplikowany system prawny i podatkowy, żmudny proces rejestracji spółki czy budowy zakładu, trzeba było zatrudnić wysokiej klasy lokalnych specjalistów. W Brazylii trzeba mieć też silny bilans, bo kredyty są drogie, presja na wynagrodzenia wysoka, a kontrahenci oczekują długich terminów płatności.

Szczególnie istotne jest uzyskanie zaufania partnerów, którzy będą mogli polecić współpracę kolejnym podmiotom. Do tego potrzebne jest utrzymywanie bezpośrednich, zachęcających niemal o prywatne, relacji.

W ciągu dekady Selena uzyskała pozycję lidera, ale w 2014 r. musiały określić nową strategię działalności, pozwalającą utrzymać stan posiadania i dalszy rozwój. Poza kryzysem gospodarczym wyzwaniem okazał się mocny spadek marż spowodowany wzrostem agresywnej konkurencji. Jako cel Selena postawiła sobie wzrost sprzedaży w dwóch fazach; druga obejmuje lata 2016–2018.

Podstawą przygotowania nowej strategii było zakrojone na szeroką skalę badanie marketingowe, mające dostarczyć informacji o pozycji spółki



Krzysztof Stańczyk – ekspert, wieloletni dyrektor regionu Ameryka Północna i Południowa w Grupie Selena

i produktów w każdym brazylijskim stanie. To pozwoliło na opracowanie strategii regionalnych, co jest kluczowe, zważywszy na rozmiar Brazylii i różnice między poszczególnymi stanami czy grupami stanów. W zależności od regionu Selena

przyjęła inny model rozwoju – utrzymanie udziału w rynku na południu, wzrost organiczny na północy i skupienie się na największych ośrodkach miejskich w centrum.

Selena wprowadziła też modyfikacje do oferty, ale

– Adam Roguski



Rzeczpospolita Polska
Minister
Spraw Zagranicznych



Ambasada Brazylii w Warszawie
Embaçada do Brasil em Varsóvia

Firmy mają szansę na przyczołek w Brazylii

DEBATA | Zaangażowanie się naszego biznesu w budowę hubu lotniczego w jednym z północno-wschodnich stanów Brazylii nadałoby przyspieszenia polskiej ekspansji na tamtejszym rynku.

ARTUR OSIECKI

Bardzo dobre stosunki polityczne Polski z Brazylią pozytywnie rzutują na relacje gospodarcze. Potencjał związany z wielkością brazylijskiej gospodarki i populacji jest naprawdę duży, ale perspektywy są dobre także dlatego, że polskie firmy otwierają się coraz bardziej na ekspansję pozaeuropejską – mówił Daniel Piekarski z Departamentu Współpracy Ekonomicznej Ministerstwa Spraw Zagranicznych (MSZ).

Resort otrzymuje coraz więcej zapytań od przedsiębiorców o ten kontynent i Brazylię w szczególności. – MSZ i ambasada RP w Brazylii chętnie podzielą się z przedsiębiorcami wszelkimi informacjami i dokonają wstępnej weryfikacji partnerów brazylijskich także dzięki współpracy z tamtejszą delegaturą Unii Europejskiej – zapewniali Piekarski.

Przekonywał, że warto informować ambasadę o planowanych inwestycjach, gdyż dyplomaci mogą wiele podpowieć i pomóc przejść przez proces zakładania spółki, m.in. poprzez wskazanie lokalnego biura doradczego.

Pomoc oferuje też Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIIIZ).

Mimo że teraz przekształcamy wydziały promocji handlu i inwestycji (WPHI) w trade offices, to mapa naszych pla-



Doskonałe stosunki polityczne pomiędzy krajami są podstawą do rozwoju naszych relacji

DANIEL PIEKARSKI
III sekretarz w Departamencie Współpracy Ekonomicznej w Ministerstwie Spraw Zagranicznych



Z Brazylią łączy nas biznes, ale i religia oraz duża polska diaspora. Polacy są lubiani i cenieni w Brazylii. Warto to wykorzystać, gdyż to bardzo perspektywiczny rynek

GRZEGORZ HAJDAROWICZ
konsul honorowy Brazylii w Polsce



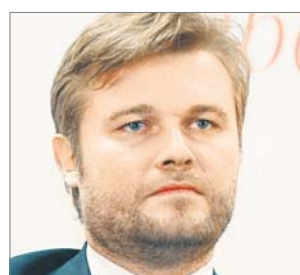
Brazylię to kraj, w którym polskie produkty i usługi mogą odnieść sukces ze względu na wysoką jakość i wspólną bliskość kulturową

DARIUSZ KARWOWSKI
ekspert Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych



Brazylię to ogromny kraj składający się z 27 stanów i inwestorzy powinni wnikliwie rozważyć lokalizację swych inwestycji. Warto rozpatrzyć przedsięwzięcia w stanach północno-wschodnich

ALESSANDRO BEDA
ekspert PwC



Kluczem do zrozumienia Brazylii jest zrozumienie jej wielu regionalizmów i dostosowanie produktów, usług i inwestycji do ich specyfiki

WOJCIECH BACZYŃSKI
sekretarz generalny Polsko-Portugalskiej Izby Gospodarczej



Jako część globalnej instytucji możemy w Brazylii zaferować firmom wsparcie w zakresie współpracy bankowej, ale też i doradztwa

GRZEGORZ DĄBROWSKI
szef pionu bankowości przedsiębiorstw w Citi Handlowy



O szansach dla polskiego biznesu w Brazylii dyskutowali uczestnicy debaty zorganizowanej przez „Rzeczpospolitą”

– Doceniamy pomoc instytucji rządowych. Warto jednak zastanowić się nad przeniesieniem WPHI z Sao Paulo w kierunku północno-wschodnim. Sao Paulo to bardzo nasycony rynek. Tymczasem w innych stanach, jak np. w Rio Grande do Norte, wygląda to lepiej, a obecna polityka rządu Brazylii ma na celu wsparcie inwestycji właśnie w stanach północno-wschodnich – tłumaczył Grzegorz Hajdarowicz, konsul honorowy Brazylii w Polsce

– W latach 80. mieliśmy trzy WPHI. To ogromny kraj. Dlatego rozwinąłmy naszą obecność w bardziej europejskich stanach południowych i północno-wschodnich – wtórował Wojciech Baczyński, sekretarz generalny Polsko-Portugalskiej Izby Gospodarczej. W jego opinii kluczem do zrozumienia rynku brazylijskiego jest zrozumienie jego regionalizmów.

– Nasze firmy muszą obrać drogę wysyłki towarów do Brazylii. Standardowo zabiera to lata. Budowa hubu w Natal to okazja na przyspieszenie tego procesu. Dziś jest krótki okres, w którym polskie firmy mogłyby się zaangażować w jego stworzenie – mówił Grzegorz Hajdarowicz. W jego ocenie to szansa na mocne polskie wejście do Brazylii i otwarcie tamtejszego rynku.

– Chciałbym wspierać własne miasto (Fortaleza) i stan, z którego pochodzę – mówił Beda. – Ale przyznaję, że lokalizacja hubu w Natal ma większe atuty. Jestem przekonany,

Szansa na przyczołek

Uczestnicy debaty rozmawiali też o konkretnych przedsięwzięciach, w które mogłyby zaangażować się polskie firmy. Zgodzili się, że teraz szansa na skokowy rozwój eksportu z Polski na rynki Ameryki Południowej jest zaangażowanie

się w projekt hubu lotniczego firmy LATAM Airlines Group.

Największe linie lotnicze w Ameryce Łacińskiej rozważają jego budowę w jednym z północno-wschodnich stanów. Jedną z potencjalnych lokalizacji to Natal – stolica stanu Rio Grande do Norte.

– Wrze są jeszcze dwa inne stany, ale Natal wydaje się zdecydowanym faworytem. Celem dla linii LATAM jest potwierdzenie pozycji lidera na rynku lotów w Ameryce Południowej i optymalizacja kosztów, a co za tym idzie, łatwiejsze będą przewozy cargo. Partycypując w tej inwestycji, polskie firmy mogłyby znacząco zwiększyć eksport do Brazylii – tłumaczył Baczyński.

– Dla LATAM to szansa na zbliżenie z Europą. Dla nas – na zbliżenie z Brazylią – dodał.

– Nasze firmy muszą obrać drogę wysyłki towarów do Brazylii. Standardowo zabiera to lata. Budowa hubu w Natal to okazja na przyspieszenie tego procesu. Dziś jest krótki okres, w którym polskie firmy mogłyby się zaangażować w jego stworzenie – mówił Grzegorz Hajdarowicz. W jego ocenie to szansa na mocne polskie wejście do Brazylii i otwarcie tamtejszego rynku.

– Chciałbym wspierać własne miasto (Fortaleza) i stan, z którego pochodzę – mówił Beda. – Ale przyznaję, że lokalizacja hubu w Natal ma większe atuty. Jestem przekonany,

– Chciałbym wspierać własne miasto (Fortaleza) i stan, z którego pochodzę – mówił Beda. – Ale przyznaję, że lokalizacja hubu w Natal ma większe atuty. Jestem przekonany,

że projekt jest wart zainteresowania polskich przedsiębiorców, jeśli nie w krótkiej czy średniej perspektywie inwestycyjnej, to w dłuższej na pewno – ocenił ekspert PwC.

– Inwestycje w hub otwierają możliwości dla naszych firm i towarów, ale pamiętajmy też, że niezależnie od tego, jaką drogą nasze produkty będą tam trafiać, to wyzwania pojawiają się tam na miejscu, jak np. nawiązanie współpracy bankowej. Warto więc nawiązać współpracę z partnerem, który będzie służył na rynku lokalnym i globalnym – mówił Grzegorz Dąbrowski, szef pionu bankowości przedsiębiorstw w Citi Handlowy.

– W Citi Handlowym od dawna widzimy dużą dynamikę w wychodzeniu polskich firm na rynki zagraniczne. I od lat wspieramy ten proces. Mamy specjalny program Emerging Market Champions, który wsparł już ponad 400 polskich firm. Wspieramy m.in. dużą polską firmę informatyczną w jej globalnej ekspansji, w tym na rynku brazylijskim – mówił Dąbrowski.

– Jako Citi Bank jesteśmy obecni na ponad stu rynkach. Jednym z tych ważnych jest Ameryka Południowa z Brazylią na czele. W związku z tym możemy zaferować tam polskim firmom pełne wsparcie w zakresie współpracy bankowej, doradztwa – wyliczał.

Jak wskazali uczestnicy debaty, handel z Brazylią wstrzy-

muje brak umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania. – Brazylię ma takie umowy tylko z siedmioma krajami. Nie ma wśród nich, niestety, Polski – przypomniał Hajdarowicz. – Jej brak nie powinien jednak wstrzymywać współpracy – podkreślał Beda.

Nie tylko biznes

– Dobrym pomysłem intensyfikacji wzajemnych stosunków jest też promocja języka portugalskiego w Polsce – mówił konsul honorowy Brazylii w Polsce. – Większość brazylijskich biznesmenów nie posługuje się innym językiem niż portugalski. Nauka tego języka na naszych uczelniach na pewno by pomogła, bo w Brazylii nie da się zrobić biznesu bez relacji personalnych, które trzeba długo budować, ale nie da się tego zrobić przez tłumacza, nawet najlepszego – zaznaczył Hajdarowicz.

Przypomniał, że Brazylię to największy katolicki kraj na świecie.

– Jest też wpływowa grupa Brazylijszczyków polskiego pochodzenia. Instytucje rządowe powinny docierać do tych osób i tworzyć polskie lobby w Brazylii. Przyda się ono i w polityce zagranicznej, i w biznesie. Polacy są lubiani i cenieni w Brazylii. Warto to wykorzystać – zachęcał Grzegorz Hajdarowicz. @