

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Mrak

**Brazilija kot investicijsko okolje za slovenska podjetja**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anja Mrak

Mentor: red. prof. dr. Bogomil Ferfila

**Brazilija kot investicijsko okolje za slovenska podjetja**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

*Najlepša hvala staršema za vso podporo v času mojega študija in življenja v Braziliji.*

*Agradeço aos especialistas e empresários entrevistados, pela solicitude com a qual atenderam ao meu pedido e pela contribuição para o trabalho.*

*Aos meus amigos, família brasileira, ao União dos Eslovenos do Brasil, por toda força e ajuda durante meus anos da vida no Brasil e por sempre me acolherem com muito carinho.*

## **Brazilija kot investicijsko okolje za slovenska podjetja**

Neposredne tuje investicije (NTI) od nekdaj predstavljajo ključen element mednarodnih odnosov. Visoka stopnja NTI je signal gospodarske moči držav. Slovenija in Brazilija sta v 90-ih letih intenzivno oblikovale in razvijale vsaka svojo zunanjo ekonomsko politiko. Že v naslednjem desetletju sta se obe državi znašli v negativni dinamiki svetovne gospodarske krize. Namen naloge je preučiti gospodarske odnose med državama in identificirati morebitne ovire uspešnemu trgovanju med državama. V teoretičnem delu naloge so predstavljene teorije NTI in strategije vstopa NTI. Teoretični del podaja ekonomski in politični oris situacije v Braziji. Nadalje sta obravnavani zunanji ekonomski politiki držav, s posebnim poudarkom na medsebojnih trgovinskih odnosih med letoma 2006 in 2016. Empirični del naloge predstavlja analiza mnenj relevantnih podjetnikov in strokovnjakov iz gospodarstva v Braziji, z namenom identificirati neizkoriščen potencial NTI v Braziji za slovenska podjetja.

**Ključne besede:** Neposredne tuje investicije (NTI), Brazilija, brazilsko investicijsko okolje, slovenska podjetja, intervjuji s podjetniki.

## **Brazil's investment climate for Slovenian companies**

Foreign direct investment (FDI) has always represented a key element of international relations. A high level of FDI signals that a country is economically strong. In the '90s Slovenia and Brazil intensively developed their own foreign economic policy. In the next decade, the two countries already found themselves in negative dynamics of the global economic crisis. The purpose of this thesis is to examine the economic relations between the two countries and to identify potential obstacles for successful trade between them. In the theoretical part of the thesis, FDI theories and FDI entry strategies are presented. The theoretical part gives an economic and political outline of the situation in Brazil. Furthermore, the present external economic policy of the countries is evaluated, with special emphasis on their trade relations between 2006 and 2016. The empirical part of this thesis presents an analysis of the relevant opinions of entrepreneurs and experts from the industry in Brazil, in order to identify the untapped potential of FDI in Brazil for Slovenian companies.

**Key words:** Foreign direct investment (FDI), Brazil, Brazil's investment climate, Slovenian companies, interviews with businessmen.

## Kazalo vsebine

1	Uvod.....	8
1.1	Oprelitev problema in cilj raziskovanja .....	8
1.2	Predstavitev hipotez .....	10
1.3	Metode preučevanja .....	10
1.4	Struktura magistrskega dela .....	11
2	Oprelitev neposrednih tujih investicij .....	12
2.1	Motivacije za realizacijo neposrednih tujih investicij .....	12
2.1.1	Teorija življenjskega cikla proizvoda (Vernon).....	14
2.1.2	Teorija internalizacije (Hymer).....	16
2.1.3	Eklektična paradigma (Dunning) .....	17
2.1.4	Druge stopenjske teorije internacionalizacije (upssalski model).....	20
2.2	Strategije vstopa neposrednih tujih investicij .....	21
2.2.1	Skupna vlaganja ( <i>Joint venture</i> ) vs. Lastna podružnica na tujem ( <i>Wholly owned subsidiary</i> ) .....	23
2.2.1.1	Rizičnost države.....	24
2.2.1.2	Kulturna oddaljenost .....	25
2.2.2	Prevzemi (Akvizicije) vs. Investicije od začetka ( <i>Greenfield</i> ) .....	25
3	Brazilsko investicijsko okolje .....	28
3.1	Oprelitev neposrednih tujih investicij v Braziliji .....	28
3.2	Institucionalni in zakonodajni okvir neposrednih tujih investicij v Braziliji.....	28
3.3	Davčni sistem.....	30
3.4	<i>Custo Brasil</i> .....	31
3.5	Razpršenost investicij .....	32
3.6	Neposredne tuje investicije v Braziliji v letih med 2006 – 2016.....	32
3.7	Politična in ekonomska situacija v letih med 2006 – 2016.....	34
3.7.1	Brazilija v času drugega mandata predsednikovanja Lule.....	34
3.7.2	Brazilija v času predsednikovanja Dilme .....	35
3.7.3	Stopnja BDP-ja in inflacije v Braziliji v letih med 2006 – 2016 .....	36
3.7.4	Napoved stopnje BDP-ja in inflacije v Braziliji do 2020 .....	38
4	Brazilsko-slovenski gospodarski odnosi .....	39
4.1	Sklenjeni sporazumi in zakonodaja .....	39
4.2	Blagovna menjava med državama .....	39

4.3	Primeri nekaterih slovenskih podjetij v Braziliji v letih med 2006 – 2016 .....	44
4.4	Motivacije slovenskih podjetij za realizacijo neposrednih tujih investicij .....	46
5	Empirična raziskava.....	48
5.1	Namen in cilj.....	48
5.2	Metoda empirične raziskave .....	48
5.3	Predstavitev intervjuvancev .....	48
5.4	Obdelava intervjujev .....	49
5.5	Preverjanje hipotez in razprava.....	57
6	Sklep .....	59
7	Literatura.....	60
8	Prilogi.....	66
	Priloga A: Vrednost BDP-ja v Braziliji .....	66
	Priloga B: Transkripcije intervjujev.....	67

### ***Kazalo tabel***

<i>Tabela 2.1: Prednosti in slabosti različnih izvoznih oblik za proizvajalca .....</i>	<i>22</i>
<i>Tabela 3.1: Vhodne NTI v Braziliji .....</i>	<i>33</i>
<i>Tabela 3.2: Rast BDP-ja v % v Braziliji .....</i>	<i>37</i>
<i>Tabela 3.3: Napoved za Brazilijo .....</i>	<i>38</i>
<i>Tabela 4.1: Razvoj blagovne menjave med Brazilijo in Slovenijo v milijonih US\$.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabela 4.2: Sestava brazilskega izvoza v Slovenijo v milijonih US\$.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabela 4.3: Sestava slovenskega uvoza v Brazilijo v milijonih US\$ .....</i>	<i>43</i>
<i>Tabela 5.1: Preverjanje hipotez.....</i>	<i>58</i>

### ***Kazalo slik***

<i>Slika 3.1: Vhodne NTI v Braziliji .....</i>	<i>34</i>
<i>Slika 3.2: Rast BDP-ja v % v Braziliji .....</i>	<i>37</i>
<i>Slika 4.1: Blagovna menjava med Brazilijo in Slovenijo.....</i>	<i>41</i>
<i>Slika 4.2: Izvoz glavnih proizvodov iz Brazilije v Slovenijo – 2015 .....</i>	<i>42</i>
<i>Slika 4.3: Izvoz glavnih proizvodov iz Slovenije v Brazilijo – 2015 .....</i>	<i>44</i>

## SEZNAM KRATIC

BACEN	<i>Banco Central do Brasil</i> – Centralna banka Brazilije
BDP	Bruto domači proizvod
BNDES	<i>Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social</i> – Nacionalna banka za gospodarski in družbeni razvoj Brazilije
BRIC	Brazilija, Rusija, Indija, Kitajska
BRIICS	Brazilija, Rusija, Indija, Indonezija, Kitajska, Južna Afrika
CNC	<i>Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo</i> – Državna zveza za trgovino z blagom, storitve in turizem
CMN	<i>Conselho Monetário Nacional</i> – Državni monetarni svet
DECEC	<i>Departamento de Capitais Estrangeiros e Câmbio</i> – Oddelek za zunanji kapital in menjavo
EU	Evropska unija
FIAS	<i>Foreign Investment Advisory Service</i> – Služba za svetovanje na področju geografijo in statistiko
GSZ	Gospodarska zbornica Slovenije
IADB	<i>Inter-American Development Bank</i> – Inter-ameriška banka za razvoj
IBGE	<i>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística</i> – Brazilski inštitut za geografijo in statistiko
JAPTI	Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije
NTI	Neposredne tuje investicije
OECD	<i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> – Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj
PwC	<i>PricewaterhouseCoopers</i>
Secex	<i>Secretaria de Comércio Exterior</i> – Sekretariat za zunanjo trgovino
TNP	Transnacionalna podjetja
UNCTAD	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i> – Konferenca za gospodarsko sodelovanje in razvoj
WTO	<i>World Trade Organization</i> – Svetovna trgovinska organizacija
ZDA	Združene države Amerike

## 1 Uvod

V uvodu bom predstavila problematiko magistrskega dela, tj. politična in ekonomska situacija v Braziliji, ki vpliva na vstop slovenskih podjetij na brazilski trg. Obravnavala bom neposredne tuje investicije (NTI) v Braziliji. Opredelila bom problem, predstavila namen in cilj naloge ter na literaturo oprte hipoteze. Prav tako bom pojasnila metode preučevanja in strukturo dela.

### 1.1 Opredelitev problema in cilj raziskovanja

V zadnjih dveh desetletjih se NTI, tako na nacionalni kot mednarodni ravni, posveča več pozornosti. NTI so pomemben element gospodarskega razvoja v vseh državah, še posebej tistih v razvoju. Transnacionalna podjetja (TNP) so z iskanjem novih trgov povečala usmeritev sredstev v države v razvoju. TNP so globalni pojav in globalizacija je vplivala na porast NTI. Tokovi NTI so se v zadnjih dveh desetletjih razširili v države v razvoju. Začelo se je obdobje razširjenosti mednarodnih tokov NTI, uvoza in izvoza (Lacerda 2004, 21).

Vzpon Brazilije v 90-ih letih prejšnjega stoletja je bil izjemen (Collins 2013, 24). Zunanja ekonomska politika je imela v procesu odpiranja ekonomije, ki se je začel z vlado Fernanda Collorja de Mella in nadaljeval s Fernandom Henriquejem Carodosom, enega najbolj dinamičnih in radikalnih značajev (Gennari 2001, 33). Konkurenčna politika privabljanja investicij se je začela z uspehom finančnega načrta t.i. »Plano Real« leta 1994 in s posledično monetarno stabilizacijo. Prav tako je bila za gospodarsko okrevanje in vračanje zaupanja tujih investorjev pomembna privatizacija podjetij v državni lasti in ustanovitev trgovinsko-gospodarske unije Mercosur (*Mercosul*)<sup>1</sup>. Vse te politične spremembe in regulativne reforme so pomagale privabiti NTI kot tudi spodbuditi domače investicije (OECD 2003, 15). Tako je Brazilija v 90-ih po monetarni stabilizaciji in protržnih reformah utrdila svoj položaj kot pomemben globalni prejemnik NTI (Abreu Campanario in drugi 2012, 1). Leta 1998 je postala največja prejemnica NTI in ena največjih držav gostiteljic transnacionalnih podjetij (TNP). NTI so postale pomembne za brazilsko ekonomijo in politiko zaradi svojih razsežnosti, narave, vzrokov in učinkov (Moraes 2003, 17). NTI so naraščale, dosegle vrhunec leta 2000 in v tem obdobju je bila Brazilija glavna tarča NTI v Latinski Ameriki

---

<sup>1</sup> Argentina, Brazilija, Paragvaj in Urugvaj so 26. marca 1991 podpisale pogodbo v Asuncionu, da bi ustvarile skupni južnoameriški trg (Mercosur) (Mercosul 2016).



(Sarti in Laplane 2002, 66). Predsednik Luiz Inácio Lula da Silva (poznani kot »Lula«) je rešil 30 milijonov ljudi pred revščino in srednji sloj je začel naraščati. Brazilija je kot druge BRIC<sup>2</sup> države pridobivala vse vidnejšo vlogo. Izkoristila je svoje bogastvo virov in sprejela tržno gospodarstvo, da postane največje gospodarstvo Latinske Amerike (Collins 2013, 1–24). Brazilija je igrala/igra tudi pomembno vlogo v pogajanjih, ki potekajo v okviru Svetovne trgovinske organizacije (*World Trade Bank – WTO*), t. i. Razvojna agenda iz Dohe<sup>3</sup>. V desetletju od leta 2000 je postala pomemben investitor v tujini skupaj z drugimi razvijajočimi se gospodarstvi (Abreu Campanario in drugi 2012, 1). Po znatni rasti od leta 2003 pa je Brazilija doživela upad rasti zaradi finančne krize leta 2008. Vseeno pa je bila ena prvih držav v razvoju, ki je okrevala in leta 2010 dosegla 7,6 % rast. V zadnjih letih se je scenarij drastično spremenil. Prišlo je do ekonomske recesije, korupcijskih škandalov, monetarne in politične destabilizacije in inflacija je začela presegati 10 %. Ekonomska situacija ni več tako dobra, kot je bila. Kaj to pomeni za brazilsko investicijsko okolje? Vse to postavlja dobro izhodišče za vprašanje, kako politična in ekonomska situacija vplivata na odločitev podjetij za investicije.

Slovenija je bila v začetku 90-ih, za razliko od Braziliije, nepomemben člen svetovnih zunanjetrgovinskih politik. Z osamosvojitvijo Slovenije se je trg za slovenska podjetja bistveno zmanjšal. Izguba jugoslovanskega trga in povečanje konkurenčnosti tujih podjetij sta slovenska podjetja primorala in spodbudila k iskanju novega tržišča (Jaklič in Svetličič 2005, 80–91; Demšar 2007, 15). Včasih so podjetja investirala v tujini predvsem z namenom povečevanja izvoza oziroma, da bi izkoristila svoje podjetniške in lokacijske prednosti z enotami v tujini. Danes pa ob naraščajoči konkurenci investiranje v tujini pogosto omogoči vstop na tuje trge ter zniževanje tveganj in stroškov mednarodnega poslovanja (Jaklič v Brglez in Zajc 2004, 269–270).

Podjetja morajo za ohranitev svoje konkurenčnosti investirati v tujino. Najpomembnejša konkurenčna prednost Braziliije je njena izredna velikost trga. Brazilski trg ima velik potencial in Brazilija je ena najbogatejših držav na svetu s surovinami. Vendar pa je internacionalizacija na brazilskem trgu mnogo zahtevnejša, saj so izzivi zaradi zapletene birokracije in davčne zakonodaje večji. Prav tako je problem v rizičnosti države z vidika kriminala in kulturne

---

<sup>2</sup> Akronim BRIC (Brazilija, Rusija, Indija, Kitajska) so leta 2001 skovali v investicijsko-bančniškem podjetju Goldman Sachs. OECD med hitro rastoče države uvršča še Indonezijo in Južno Afriko (BRIICS).

<sup>3</sup> Razvojna agenda iz Dohe je pomembna glede na prioriteto multilateralne zunanjetrgovinske usmeritev Evropske Unije (EU). Za boljši dostop na trge se EU za nadaljnjo liberalizacijo zunanje trgovine z državami BRIICS pogaja na več ravneh (Koleša 2010, 87).

specifičnosti. Zato morajo slovenska podjetja za vstop na globalne trge, kot je brazilski, razviti dobre strategije. V kolikšni meri so pa slovenska podjetja sposobna izkoristiti brazilski trg?

Namen mojega magistrskega dela je ugotoviti, kakšna je Brazilija kot investicijsko okolje za slovenska podjetja. Cilj moje magistrske naloge pa je raziskati neizkoriščen potencial NTI v Braziliji za slovenska podjetja.

## **1.2 Predstavitev hipotez**

V povezavi s ciljem svoje magistrske naloge sem si zastavila tri hipoteze, ki odlikavajo teoretične predpostavke in jih bom testirala s pomočjo intervjujev. Hipoteze sem oblikovala in zastavila tako, da bi najbolj odsevale probleme, s katerimi bi se slovenska podjetja utegnila soočiti pri vstopu na brazilski trg.

**Hipoteza 1: Slaba politična in ekonomska situacija negativno vplivata na odločitev slovenskih podjetij za investiranje na brazilski trg.**

Za podjetja, ki želijo investirati, je idealno, da investirajo v državi, ki je politično stabilna, nima visoke inflacije in ima stabilno valuto. Monetarna destabilizacija lahko podjetju, ki investira, povzroči hude posledice (Silva in drugi 2006, 1270).

**Hipoteza 2: Zapletena birokracija in davčna zakonodaja negativno vplivata na stopnjo slovenskih NTI v Braziliji.**

Kompleksna davčna zakonodaja in birokracija sta največji oviri za povečanje produktivnosti in konkurenčnosti v Braziliji (IADB 2016, 9).

**Hipoteza 3: Brazilija kljub trenutni slabi politično-ekonomski situaciji predstavlja neizkoriščen potencial za slovenska podjetja.**

Brazilija je po podatkih iz leta 2015 predstavljala 47. najpomembnejši trg za slovenska podjetja. Kljub povečanem slovenskem izvozu v Brazilijo v zadnjih letih pa v primerjavi Slovenije z drugimi državami lahko vidimo, da je še ogromno neizkoriščenega potenciala (Secex 2016; Izvozno okno 2016č).

## **1.3 Metode preučevanja**

Osnovo za raziskovanje mojega magistrskega dela bo predstavljala analiza in interpretacija primarnih in sekundarnih virov, ki bo vključevala tujo in domačo literaturo. Primarne vire

bodo predstavljali dokumenti mednarodnih organizacij, še posebej dokumenti Konference Združenih narodov za trgovino in razvoj (*United Nations Conference on Trade and Development* – UNCTAD), Inter-ameriške banke za razvoj (*Inter-American Development Bank* – IADB), Brazilskega inštituta za geografijo in statistiko (*Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística* – IBGE), Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (*Organization for Economic Co-operation and Development* – OECD), Brazilske Centralne Banke (*Banco Central do Brasil* – BACEN) in Svetovne Banke. Lotila se bom tudi opisne statistike, saj bom iz uradnih statističnih baz omenjenih primarnih virov pridobila podatke, ki jih bom intepretirala in predstavila v obliki tabel in grafov.

Uporabila bom metodo deduktivnega pristopa in na osnovi preučene literature preverila raziskovalne hipoteze. V empiričnem delu bom opravila kvalitativno raziskavo. S pomočjo intervjujev bom preverila mnenje slovenskih podjetnikov in strokovnjakov za podjetništvo v Braziliji, ki predstavljajo mojo raziskovano skupino.

#### **1.4 Struktura magistrskega dela**

Magistrsko delo sem sestavila iz šestih poglavij in vsakega od njih razdelila na nekaj podpoglavij. **(1)** Prvo poglavje predstavlja uvod, kjer sem opredelila problem, namen in cilj raziskovanja, predstavila hipoteze ter strukturo magistrskega dela. **(2)** Drugi del je teoretičen, v katerem sem predstavila konceptualni okvir, ki je relevanten za področje mojega raziskovanja. V podpoglavjih sem predstavila tudi trende teorij NTI, motivacije za realizacijo NTI in strategije vstopa NTI. **(3)** V tretjem poglavju sem se posvetila brazilskemu investicijskem okolju in njegovim karakteristikam. Poleg opredelitve NTI in njenega razvoja v Braziliji sem z metodo opisne statistike analizirala in interpretirala ekonomsko in politično situacijo. **(4)** Četrty del sem posvetila brazilsko-slovenskim gospodarskim odnosom in blagovni menjavi med državama. **(5)** Peti del predstavlja empirična raziskava. Lotila sem se strukturiranega intervjuja, ki je bil metoda moje raziskave. V tem delu sem predstavila intervjuvance, obdelala opravljene intrvjuje, preverila hipoteze in z razpravo zaključila to poglavje. **(6)** V zadnjem poglavju sem prišla do ključnih sklepov svoje raziskave.

## 2 **Opredelitev neposrednih tujih investicij**

NTI so pridobile pomembno vlogo v mednarodni ekonomiji po drugi svetovni vojni. Teoretične študije o NTI so privedle do boljšega razumevanja ekonomskih mehanizmov in odnosa ekonomskih agentov, tako na mikro kot tudi na makro ravni, ki omogočajo odpiranje novih področij študija ekonomske teorije. Čeprav so številni raziskovalci poskušali razložiti fenomen NTI, ne moremo reči, da obstaja ena splošno sprejeta teorija, saj je vsak nov dokaz dodal nekaj novih elementov in kritik na prejšnjo teorijo. Da pa bi razumeli NTI moramo najprej razumeti osnovne motivacije, ki privedejo do investicije podjetja v tujini ravno preko NTI, in ne preko »outsourcinga« proizvodnje domačega podjetja ali izvoza (Denisia 2010, 104–105). V nadaljevanju bom opredelila glavne trende teorij NTI in poudarila, kako so se le-te razvile, in motivacijo, ki je privedla do potrebe po novih pristopih za obogatitev ekonomskih teorij NTI.

### **2.1 Motivacije za realizacijo neposrednih tujih investicij**

V sodobnem svetu so na eni strani potrošniki s svojimi željami po dobrinah, bodisi proizvodih bodisi storitvah, na drugi pa podjetja, ki so toliko uspešna, kolikor so zmožna hitro in korektno zadovoljiti te želje. Pri tem se v dobi globalizacije ni moč izogniti nujnosti investiranja v tujini in relokacije delovno intenzivnih dejavnosti v dežele z nižjimi stroški dela, pri čemer so NTI instrument, s katerim podjetja izkoriščajo svoje podjetniške in lokacijske prednosti. Internacionalizacijo torej poganjajo potrošniki, pri čemer so se NTI v zadnji polovici 20. stoletja povečale za 25-krat (Jaklič in Svetličič 2005, 5–6).

Obstaja več kompetentnih razlag za NTI, pri čemer ključna pojasnila vključujejo eklektično paradigmo in teorijo internalizacije (Oliveira Concer in drugi 2010, 135). Motivi za NTI so pestri in številčni ter med seboj prepleteni. Osnovni motiv je uspešnost na dolgi rok, hkrati pa so NTI eden izmed načinov za večanje dobička (Jaklič in Svetličič 2005, 6). Prednosti globalnega poslovanja so oplajanje svojega poslovanja s črpanjem novih tehnoloških, organizacijskih, trženjskih idej in znanj v tujini (Svetličič 1996, 52; Makovec Brenčič 2005, 7) in izkoriščanje ekonomij obsega, skupne proizvodnje, razdelitve in globalnejše kombinacije proizvodnih dejavnikov (Svetličič 1996, 52) ter nenazadnje dvig konkurenčnosti podjetja (Makovec Brenčič 2005, 7).

Narava NTI je precej kompleksnejša od portfeljskih investicij<sup>4</sup>, saj ima pri NTI vlagatelj veliko več vpliva na investicijo in ima nad njo tudi nadzor, koristi in sinergije pa so v primerjavi z diverzifikacijo kapitala večje. Prav tako so odločitve za internacionalizacijo in NTI lahko posledica ofenzivnega ali defenzivnega vedenja podjetij. Ofenzivne NTI so tiste investicije, s katerimi si podjetje aktivno oblikuje svoj tržni položaj in s katerimi si oblikuje svoje globalne interese, defenzivne pa so posledica reakcije na konkurenčne investicije in nuje zaščititi svoj položaj na trgu (Jaklič in Svetličič 2005, 79).

Dunning (v Jaklič in Svetličič 2005, 79–80; v Wirz Leite Sá in Joslin Medeiros 2007, 5) predlaga štiri skupine motivov za investiranje v tujini:

- Dostop do virov (*resource seeking*): dejavnosti osredotočene na vire, ki si prizadevajo za dostop do naravnih virov;
- Dostop do trga (*market seeking*): tržno usmerjene dejavnosti, ki skušajo zadovoljiti določen trg ali skupek tujih trgov;
- Učinkovito opravljanje dejavnosti (*rationalized* ali *efficiency seeking*): dejavnosti osredotočene na učinkovitost, katerih cilj je spodbujati učinkovito delitev dela ali specializacije vzorcev domačih in tujih virov;
- Prisivajanje strateških prednosti (*strategic asset seeking*): dejavnosti usmerjene v iskanje strateških sredstev, katerih strategije so namenjene za zaščito ali povečanje prednosti lastništva podjetij ali zmanjšanje prednosti konkurence.

Skupine motivov, ki jih ločuje Dunning (v Jaklič in Svetličič 2005, 79–80), so pogosto motivi v siceršnjem razvoju podjetja, ki se širi v tujino in se spreminjajo s pridobljenimi izkušnjami in rastjo podjetja. V svetu strateško motivirane izhodne investicije največ pripomorejo k širitvi NTI. Pogosto so realizirane s prevzemi in združitvami, kar jim prihrani čas v procesu njihove rasti, intenzivneje prenašajo nova znanja, tehnologijo in izkušnje (Jaklič in Svetličič 2005, 81–84).

Podjetja najmanjših držav so najbolj internacionalizirana. Pomen lokalnih trgov za majhne države in njihova podjetja pada, premo sorazmerno pa raste pomen dostopa na mednarodne trge. Razmere na teh trgih se nenehno spreminjajo, z intenzivnostjo globalizacije pa postajajo

---

<sup>4</sup> Pri portfeljskih investicijah gre za vlaganje v finančna sredstva, kot so delnice ali obveznice v tujini.

investicije v tujini način, ki učinkovito doprinese k prilagajanju podjetij k spremenjenim razmeram na trgu, kar je posebej pomembno za podjetja z majhnim domačim trgom. Majhne države so tako spričo majhnih domačih trgov prisiljene internacionalizirati svoje poslovanje (Jaklič in Svetličič 2005, 6).

Obstajajo trije teoretični pristopi proizvodnje na mednarodni ravni, in sicer makro, mikro in kombinirani oziroma eklektični pristop (Svetličič 1996, 295). Poleg teh obstajajo še pristopi, ki bi jih težko razvrstili v te, kot npr. upssalski, ki ga predstavim na koncu poglavja.

### **2.1.1 Teorija življenjskega cikla proizvoda (Vernon)**

Kronološko gledano gre za eno prvih teorij v smeri obravnave NTI, ki je vzpostavila povezavo med izvozom blaga in kapitala. Posner je leta 1961 je našel dokaze o časovnem zamiku med uvedbo inovacij in podvajanjem le-teh s strani tujih konkurentov. Ta usmeritev raziskav je dosegla vrhunec s pomembnim delom Vernona, ki je z mednarodnim življenjskim ciklom proizvoda poskušal razložiti, kako poteka mednarodno trgovanje (Mtigwe 2006, 9). Teorija je posplošitev Posnerjevega modela tehnološke vrzeli, po njej se odloča o lokaciji proizvodnje tako, da se primerja prednosti držav (Svetličič 1996, 205), in se je začela ponovno uveljavljati v zgodnjih 60-ih letih 20. stoletja. Razvil jo je Vernon leta 1966 za razlago določenih vrst NTI v ameriških in zahodno-evropskih podjetjih po drugi svetovni vojni v predelovalni industriji (Svetličič 1996, 206). Vernon verjame, da obstajajo štiri faze proizvodnega cikla: inovacije, rast, zrelost in upad. Pri tem so v prvi fazi TNP v Združenih državah Amerike (ZDA) ustvarila inovativne izdelke za domačo porabo in izvažala presežek, da bi služila tudi tujim trgom. Po teoriji proizvodnega cikla se je po drugi svetovni vojni povečalo povpraševanje po industrijskih izdelkih proizvedenih v ZDA. Tako so Ameriška podjetja začela izvažati in imela prednost tehnologije pred mednarodnimi konkurenti (Denisia 2010, 106). Kasneje je Vernon teorijo zaradi pomanjkljivosti korigiral tako, da se osredotoča na razlago NTI s pomočjo strukture trga, pri čemer so NTI zgolj ena od stopenj osvajanja tujih trgov (Svetličič 1996, 206).

Teorija življenjskega cikla proizvoda je ofenzivna, njen cilj za investiranje v tujini pa je maksimizacija profitov (Svetličič 1996, 297). Skladno z njo so izhodne NTI delno nadomestilo za izvoz podjetja na določeno tržišče in kasneje v fazi staranja izdelka nadomestilo za izvoz. Sprva NTI dopolnjujejo izvoz tako, da se izvoz in NTI kombinirata, pri čemer na tej točki še tečejo izvozni tokovi. Izvažajo se zahtevnejši končni izdelki, manj zahtevni polizdelki se najprej začnejo vgrajevati, kasneje pa tudi proizvajati v tujini. Ko

postane izdelek standardiziran in ob proizvodnji doseže podjetje stroškovno ugodnejše rezultate se monopolni položaj inovatorskega podjetja<sup>5</sup> zamaje in pojavi se vrsta konkurentov. Tako postanejo za proizvodnjo standardiziranih izdelkov privlačnejše dežele v razvoju, saj razpolagajo s cenejšo delovno silo, medtem ko kasneje NTI nadomesti izvoz, kar se zgodi na točki, ko je izdelek postal standardiziran. Konkurenti na lokalnem trgu imajo na voljo cenejšo delovno silo, s tem pa so postali konkurenčnejši od izvoznika, ki je izgubil svoj monopolni položaj in konkurenčne prednosti, ki jih je imel ob distribuciji inovativnega izdelka. Inovatorske dežele morajo na tej točki razviti nove inovativne izdelke (Jaklič in Svetličič 2005, 17–18). TNP so se bolj in bolj pretvarjala iz popolnoma nacionalnih podjetij, katerih cilj je plasiranje lastnih proizvodov, ki so razviti za domač trg, v podjetja, ki so s širjenjem na tuje trge le-tem prilagajala organizacijo svoje dejavnosti in svoje proizvode (Svetličič 1996, 52).

Po Vernonu in kasneje Wellsu so bili mednarodni trgovinski tokovi podobni tokovom življenjskega cikla proizvoda v domačem podjetju. Iskanje nizkih stroškov dela in stroškovne prednosti so motivacijski dejavniki mednarodne proizvodnje. V skladu z vidikom življenjskega cikla proizvoda mednarodnega poslovanja se lahko podjetja neskončno premikajo med različnimi lokacijami za zagotovitev in ohranjanje njihove stroškovne prednosti. Po teoriji mednarodnega življenjskega cikla proizvoda ima prvotna država primerjalno prednost pri proizvodnji določenega blaga, vendar se ta prednost nato izgubi z nižjimi stroški proizvajalcev izdelkov, ko postane izdelek standardiziran. Po obdobju faz življenjskega cikla v 60-ih letih so se v začetku 70-ih pojavili določeni novi teoretični pristopi. Vseeno pa so zgodnje teorije o NTI in teorija življenjskega cikla veliko prispevali k osredotočanju teorij na internacionalizacijo podjetja in pomembno vlogo motiviranja podjetij za odločitve za internacionalizaciji (Mtigwe 2006, 9).

Balakrishnan je leta 1975 razširil te teorije in pravi, da v četrti fazi razvoja proizvoda lahko pride tudi do neposrednega investiranja med manj razvitimi državami (Svetličič 1996, 212; Jaklič in Rojec 2013, 19). To se zgodi potem, ko proizvajalci v manj razvitih državah prilagodijo proizvodnjo lokalnim razmeram, majhnim trgov ali pa posebnim lokacijskim razmeram. Zaradi tega postane prenos tako pridobljenega znanja v sorodne države cenejši, kot če bi se tega lotila podjetja, ki so prvotni lastniki takšnega znanja (Svetličič 1996, 212). Možno je, da TNP zaradi majhnosti trgov za takšne trge niso zainteresirana. Zaradi tega

---

<sup>5</sup> Subjekti inovacij oziroma kreiranja novih proizvodov so domači proizvajalci iz držav z veliko šolanega kadra in velikim trgov, ki spodbuja oblikovanje novih proizvodov, inovacij (Svetličič 1996, 248).

argumenta lahko prihaja do NTI med manj razvitimi državami ali med tranzicijskimi državami (Jaklič in Rojec 2013, 19).

### **2.1.2 Teorija internalizacije (Hymer)**

Teorije internalizacije poskušajo razložiti obstoj in rast TNP ter njihove motivacije za doseg NTI. Teorij internalizacije je veliko, vsem pa je skupno, da ugotavljajo, zakaj se podjetja odločajo za investiranje v tujini in tako internacionalizirajo svojo dejavnost ter skušajo predvideti, kako in v kakšnih razmerah se je ugodno lotiti investicije v tujini. Ukvarjajo se torej z iskanjem odgovorov zakaj, kdaj, kam in kako se podjetja internacionalizirajo. Splošne teorije internalizacije pojasnjujejo NTI nasploh, pri čemer izhajajo iz podjetja kot naložbenika, torej z vidika investitorja. Z učinki na podjetja, kamor se vlaga (npr. če gre za naložbo ali združitev), se ukvarjajo veliko manj. Tudi ni ene same splošne teorije, ki bi pojasnjevala NTI ne oziraje se na področja dejavnosti in okoliščine. Tako lahko govorimo o parcialnih teorijah internacionalizacije podjetij, od katerih so nekatere splošnejše in za večino primerov širše uporabne. Skladno z njimi je potrebno upoštevati določene pogoje investitorjev, okolja, v katerem deluje podjetje, in specifike panoge delovanja podjetja (Jaklič in Svetličič 2005, 15).

Teorijo internalizacije sta razvila Buckley in Casson, nato pa nadgradila Hennart in Casson. Coase je leta 1937 razvil teorijo v nacionalnem okvirju, Hymer pa leta 1976 v mednarodnem kontekstu (Denisia 2010, 107). Hymer je bil prvi, ki je razvil svojo teorijo o NTI, ki je temeljila na notranjih karakteristikah TNP, ki ga Hymer vidi kot institucijo, usmerjeno v mednarodno proizvodnjo namesto v mednarodno trgovino (Moraes 2003, 24).

Teoretiki so poskušali ugotoviti, zakaj se podjetje odloči nadomestiti tržne, horizontalne transakcije med enakovrednimi neodvisnimi partnerji, z vertikalnimi, ki so znotraj enega nacionalnega ali mednarodnega podjetja. Tako podjetje raste z ustanavljanjem lastnih podružnic v tujini (ali s prevzemom ali združitvijo) in s tem rastejo tudi transakcije znotraj mednarodnega podjetja. To se zgodi, kadar so transakcijski stroški previsoki in višji od stroškov poslovanja znotraj podjetja (Jaklič in Rojec 2013, 16).

Hymer je opredelil dve glavni determinanti NTI. Ena je odstranitev konkurence, druga so prednosti, s katerimi nekatera podjetja razpolagajo v določeni dejavnosti. Obravnaval je tudi problem stroškov informacij za tuja podjetja lokalnim podjetjem, različno obravnavanje vlade in valutno tveganje. Prišel je do istega zaključka, in sicer, da se TNP soočajo s stroški



prilaganja (*adjustment costs*), ko pride do investicij v tujini. Hymer je ugotovil, da se odločitve o NTI strategijah sprejmejo na ravni podjetja prej kot na ravni finančnega trga (Denisia 2010, 107).

Hymer in po njem ostali teoretiki NTI so priznali obstoj tržnih nepopolnosti v obliki: neuravnoteženosti deviznih tečajev, nezadovoljstva tujega povpraševanja na ponudbo podjetja, domačih ali tujih vladnih spodbud za internacionalizacijo in tržne nepopolnosti v obliki neuspeha tujega trga za prenos tehničnega in tržnega znanja, ki zagotavlja razloge za internacionalizacijo podjetij (Mtigwe 2006, 9).

V teoriji internalizacije je najti razlog izhodne internacionalizacije v obliki NTI. Teorija odgovarja na vprašanje, zakaj podjetje tržne, horizontalne transakcije, potekajoče med enakovrednimi partnerji, ki so neodvisni, nadomesti z vertikalnimi transakcijami enega nacionalno ali mednarodno razširjenega podjetja. Mednarodno podjetje zveča svojo učinkovitost tako, da zmanjša transakcijske stroške (do katerih pride zaradi tržnih anomalij) in zveča nagrade za svoje znanje, kot bi jih sicer doseglo (Jaklič in Svetličič 2005, 16).

Po tej teoriji so torej transakcijski stroški tisti, zaradi katerih pride v podjetjih do odločitev za proizvodnjo znotraj multinacionalk. Podjetje pretransformira svoje neoprijemljivo znanje,<sup>6</sup> ki bi lahko bilo brezplačno odtujeno in transformirano v podjetniško premoženje. Oprijemljive prednosti podjetja lahko vrednotijo, zaščitijo in prodajo, medtem ko neoprijemljivih prednosti ne morejo. Konkurenti bi lahko prišli do specifičnih podjetniških prednosti, kamor je lastnik veliko vložil. Čim večje so vrednosti tega znanja, tem pomembneje je internacionalizirati dejavnost in imeti nadzor nad poslovanjem obratov tudi v tujini, saj lahko le tako dosežejo večanje rente iz tega naslova. »Izhodna internacionalizacija v obliki investiranja v tujini je tako funkcija višine transakcijskih stroškov ter obsega neoprijemljivih prednosti. Večje kot so te prednosti in višji kot so ti stroški, več vlaganj v tujini je pričakovati« (Jaklič in Svetličič 2005, 16).

### **2.1.3 Eklektična paradigma (Dunning)**

Prvi koncept eklektičnega modela mednarodne proizvodne teorije je razvil John H. Dunning leta 1983. Njegov cilj je bil razviti celovit model, izpostaviti medsebojno odvisnost njegovih delov, ki omogočajo identifikacijo in oceno pomembnosti dejavnikov začetnih NTI

---

<sup>6</sup> Neoprijemljivo znanje je tisto znanje, ki ga ni moč preprosto prodati, v obliki izvoza opreme. Vezano je na lastnika, na menedžerje, njihove lastnosti, znanje, zveze in podobno. Gre predvsem za menedžerske sposobnosti, kulturo podjetja, torej znanja, ki jih lahko prenaša samo lastnik (Jaklič in Svetličič 2005, 16).

(*greenfield*) in rast proizvodnje TNP (Moraes 2003, 26).

Dunningova eklektična ali OLI paradigma povezuje več konceptov, ki pojasnjujejo razvoj TNP. Eklektična paradigma govori o treh različnih prednostih NTI, s katerimi mora podjetje razpolagati, če hoče biti uspešno pri investiranju v tujino:

1) Lastniško specifične prednosti, ki se nanašajo na dostop organizacije do opredmetenih in neopredmetenih sredstev, ki jih tuji konkurenti nimajo v isti meri (Mtigwe 2006, 12). Vendar pa se posegi TNP, opravljeni v različnih državah, soočajo z dodatnimi stroški. Za uspešen vstop na tuji trg, mora podjetje imeti določene karakteristike, ki bodo presegle stroške poslovanja na tujem trgu. Te prednosti so pristojnosti lastnine ali specifične koristi podjetja. Podjetje ima monopol nad svojimi specifičnimi prednostmi in njihova uporaba v tujini vodi do večje marginalne donosnosti ali nižjih marginalnih stroškov v primerjavi z drugimi konkurenti (Dunning v Denisia 2010, 108). Obstajajo tri vrste specifičnih prednosti (Denisia 2010, 108):

- a) Monopolne ugodnosti v obliki privilegiranih dostopov do trgov skozi lastništvo naravnih omejenih virov, patentov, blagovne znamke.
- b) Tehnologija, široko znanje opredeljeno tako, da vsebuje vse oblike inovacijskih dejavnosti.
- c) Ekonomije obsega in večji dostop do finančnega kapitala.

2) Lokacijsko specifične prednosti, ki se nanašajo na prednosti, ki jih podjetje pridobi z iskanjem lokacije za svojo proizvodnjo ali njen del na tujih lokacijah. Ugodne vladne spodbude ali predpisi na različnih lokacijah in želja, da bi zmanjšali transakcijske stroške, so močna spodbuda za preselitev proizvodnje v posamezne offshore lokacije (Mtigwe 2006, 12). Lokacijsko specifične prednosti so v različnih državah ključen dejavnik za ugotavljanje, katera bo postala država gostiteljica za dejavnosti TNP. Specifične prednosti posamezne države lahko razdelimo v tri kategorije:

- a) Ekonomske koristi zajemajo kvantitativne in kvalitativne dejavnike proizvodnje, stroške prevoza, telekomunikacije, velikost trga itd.
- b) Politične prednosti: skupne in specifične vladne politike, ki vplivajo na tokove NTI.
- c) Socialne ugodnosti: vključujejo razdaljo med domovino in domačimi državami, kulturne raznolikosti, odnos do tujcev itd. (Denisia 2010, 108).

3) Internalizacijske prednosti so prednosti, ki pripadajo podjetju z notranjo uporabo svojih lastniško-specifičnih prednosti, ne pa dati na razpolago zunanjim strankam v obliki licenčnih sporazumov, franšiz ali preprosto izvoza izdelkov iz njihove domače baze (Mtigwe 2006, 12). Kot najboljši način za maksimiranje rente iz naslova podjetniško specifičnih prednosti je ustanovitev lastne podružnice (Jaklič in Rojec 2013, 18). S procesom internalizacije proizvodnje podjetja skušajo zmanjševati svoje stroške in ohranjati monopolne prednosti (Udovič 2009, 256).

Eklektična paradigma kaže, da se OLI parametri razlikujejo od podjetja do podjetja in so odvisni od konteksta in odražajo gospodarske, politične in družbene značilnosti države gostiteljice. Zato so cilji in strategije podjetij, obseg in vzorec proizvodnje odvisni od izzivov in priložnosti, ki jih ponujajo različne države (Denisia 2010, 109).

Dunning jo kasneje imenuje lastniško-lokacijsko-internacionalizacijska paradigma (LaLi). Razvil je okvir za determinacijo obsega in obrazca mednarodne proizvodnje domačih proizvajalcev na tujem in tujih proizvajalcev na domačem trgu. Kot najpomembnejše izhodišče je postavil lastniško specifične (lahko so oprijemljive ali neoprijemljive) in lokacijske prednosti. Oprijemljive lastniško specifične prednosti se lahko tržijo na trgu, neoprijemljive pa zgolj, če jih podjetje samo uveljavi na tujem. Internacionalizacijo vidi kot najboljši način, da se uveljavijo vse te prednosti. Ko podjetja uveljavijo svoje prednosti, je pomembno, da jih vzdržujejo in krepijo v primerjavi s podjetji drugih držav na določenem trgu (Demšar 2007, 24).

Teorija ugotavlja, da »mora podjetje, če želi biti uspešen izvoznik podjetniškega kapitala v tujini, najprej razpolagati s podjetniško specifičnimi prednostmi, kot so: imeti nov proizvod, storitev ali tehnološko rešitev, za svojo dejavnost mora najti boljšo lokacijo v tujini, boljšo kot jo ima doma in netržni način vstopa na tuji trg mora biti najboljši način maksimiranja rente s tega naslova« (Jaklič in Svetličič 2005, 17).

Eklektična teorija tako ponuja odgovore na vprašanja (Demšar 2007, 24):

- determinira pogoje za začetek mednarodne proizvodne dejavnosti;
- kakšna sta obseg in vzorec pogojev, ki jih izpolnjujejo za začetek mednarodne proizvodne dejavnosti;

- odkriva vzroke, zaradi katerih se podjetja odločajo za internacionalizacijo proizvodnje kot nasprotje izvozu, licenčni proizvodnji;
- kje oziroma za katero lokacijo za proizvodnjo se odločajo.

#### **2.1.4 Druge stopenjske teorije internacionalizacije (uppsalski model)**

Uppsalski stopenjski internacionalizacijski model predpostavlja internacionalizacijo kot rezultat zbranih znanj in izkušenj, potrebnih za poslovanje (Udovič 2009, 257). Izkušnjam dodaja učenje ob delu in uporabo. Gre za idejo, da »podjetja postopoma prevzemajo, integrirajo in uporabljajo znanja o tujih trgih in dejavnostih ter se na tej osnovi vse bolj usmerjajo na tuje trge« (Johanson in Vahlne v Svetličič 1996, 294). Pomembni dejavniki, ki prispevajo k internacionalizaciji na tak način, so):

- domači potisni (majhen trg, konkurenca, odprtost),
- vlečni iz tujine ali svetovnega okolja (države gostiteljice ali svetovnega sistema).

Pri tem so ključni velikost svetovnega trga in ekonomije obsega, liberalizacija mednarodnih pretokov in vedno bolj poceni komunikacija (Svetličič 1996, 294).

Avtorja tega modela sta Johanson in Vahlne, ki sta opredelila štiri faze internacionalizacije, skozi katere gredo podjetja (Jaklič in Svetličič 2005, 24; Udovič 2009, 257):

- predizvozna faza,
- faza izvoza s pomočjo neodvisnega zastopnika,
- faza ustanovitve trgovske podružnice v tujini,
- faza ustanovitve proizvodne podružnice v tujini.

Na te faze vplivata geografska in medkulturna oddaljenost med državama, pri čemer gre za to, da bo internacionalizacija najprej potekla na regijski in mehanski ravni, šele kasneje pa se bo razširila na bolj oddaljene trge. Model loči objektivno znanje kot manj pomemben del od eksperimentalnega znanja, in daje poseben poudarek izkušnjam. Teorija razlaga internacionalizacijo kot proces, ki se dogaja postopno, evolucijsko, tako z vidika vrste nastopanja v tujini kot regionalne usmeritve (Jaklič in Svetličič 2005, 24).

Skladno s to teorijo se internacionalizacija torej začne najprej v državah v bližini zaradi fizične bližine, jezika in narodne kulture. Kasneje se širi v bolj oddaljene države. Vzporedno s procesom internacionalizacije se pridobivajo izkušnje in znanje s področja mednarodnega delovanja. S pomočjo izkušenj in znanja se začetni izvoz po korakih izpopolnjuje in

dopolnjuje z drugimi zahtevnejšimi oblikami vstopa na tuje trge. Tako se z ustanavljanjem trgovskih podružnic institucionalizira dejavnost trgovine, čemur sledi ustanavljanje proizvodnih podružnic. Tudi tukaj so vlečni dejavniki internacionalizacije nižji stroški in nujnost širitve tržišča (Jaklič in Svetličič 2005, 24).

## **2.2 Strategije vstopa neposrednih tujih investicij**

Makovec-Brenčič in Hrastelj (2003, 138) razdelita vstopne strategije na tri glavne skupine: izvozne, pogodbene in investicijske. Investicijski vstop na trg podjetju omogoča lastništvo in s tem visoko stopnjo nadzora, hkrati pa predstavlja visoko stopnjo tveganja za naložbene vire podjetja.

Nekateri avtorji (Hebous in Ruf 2010, 2; Root v Alves Pinto 2011, 40) identificirajo štiri načine vstopa investicij. Ko podjetja vstopajo na tuji trg, je le-to kombinacija dveh odločitev, in sicer načina investicije in načina lastništva. Odločitev načina investicije je odločitev med vzpostavitvijo nove naložbe oziroma *greenfield investment*<sup>7</sup> in akvizicijo (prevzemi in združitvami) že obstoječih podjetij, medtem ko je odločitev o načinu lastništva odločitev med vzpostavitvijo lastne podružnice na tujem z drugim podjetjem ali ohranitvijo celotne kontrole nad lastnim podjetjem. V prvem primeru se vstop izvrši s pomočjo skupnega vlaganja (*joint venture*), v drugem pa s posameznim vlaganjem (*sole venture*) ali z lastno podružnico na tujem. Oba primera sta rezultata izbire med investiranjem v panogo, ki že obstaja, vstop s prevzemom (akvizicijo) ali združitvijo in začetkom popolnoma nove investicije, *greenfield* investicije. Ko pride do odločitve za investicijo v tujini, se podjetje nadalje odloča med akvizicijo in *greenfield* investicijo. V primeru slednje, se je potrebno odločiti še o deležu lastništva.

Kakšno strategijo vstopa na mednarodne trge bo izbralo podjetje, je odločitev, ki ni enostavna, saj je vstop povezan s tveganji, zahteva veliko nadzora in prilagajanja virov podjetja. Strategijo vstopa sestavljajo načini in oblike vstopa. Delimo jih na:

- Izvozne strategije. Zanje je značilno, da so produkti izdelani doma ali pa v tako imenovanih tretjih državah. Od tu so posredno, neposredno ali kooperativno distribuirani na namenjen trg. Posredni izvoz je izvoz, pri katerem proizvajalec nima stika s kupcem proizvoda, pri neposrednem izvozu je stik med proizvajalcem in kupcem, medtem ko pri kooperativnem izvozu sodelujejo tudi druga podjetja (Makovec-Brenčič in Hrastelj 2003, 144–148).

---

<sup>7</sup> Investicija od začetka.

Tabela 2.1: Prednosti in slabosti različnih izvoznih oblik za proizvajalca

Vrsta izvoza	Prednosti	Slabosti
<b>Posredni izvoz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omejen obseg investicije in obveznosti</li> <li>• Visoka stopnja internacionalizacije</li> <li>• Minimalno politično in trženjsko tveganje</li> <li>• Izkušnje iz mednarodnega poslovanja niso potrebne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odsotnost nadzora nad trženjem</li> <li>• Dodatni člen trženjske dejavnosti poviša stroške in zniža dobiček</li> <li>• Šibki stiki s tržiščem</li> <li>• Omejene izkušnje trženja na tujih trgih</li> </ul>
<b>Neposredni izvoz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dostop do lokalnih trgov in stiki z uporabnikom</li> <li>• Krajše prodajne poti</li> <li>• Poznavanje trga</li> <li>• Razvite lokalne prodajne in poprodajne storitve</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omejen nadzor cene (npr. carinske omejitve)</li> <li>• Omejen nadzor tržnih poti</li> <li>• Stroški organizacije prodaje</li> <li>• Kulturne razlike, jezikovne bariere, transakcijski stroški</li> </ul>
<b>Kooperativne oblike</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delitev stroškov in riziko internacionalizacije</li> <li>• Zagotovitev celotne poti do trga</li> <li>• Zagotovitev poprodajnih storitev – celovitost trženjskega pristopa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podjetja v kooperativi se niso vedno pripravljena odreči svoji suverenosti</li> <li>• Tveganje neuravnoteženosti in neuskkljenosti odnosov med sodelujočimi podjetji</li> </ul>

Vir: Prirejeno po Makovec-Brenčič in Hrastelj (2003, 148).

• Pogodbene strategije so v obliki licenčnega poslovanja, franšizinga, pogodbene proizvodnje, skupnih vlaganj ali strateških zvez. Za takšno obliko strategije se podjetja odločajo zaradi zmanjševanja stroškov proizvodnje. S skrajšanjem prodajne poti se znižajo stroški transporta. Pogodbene strategije omogočijo proizvajalcu, da je smatran kot domač proizvajalec, tako se podjetje izogne določenim carinskim in necarinskim oviram. Proizvajalec je bližje kupcem in lahko črpa iz različnih virov sredstev za pospeševanje lokalne proizvodnje (Makovec-Brenčič in Hrastelj 2003, 149).

• Investicijske ali naložbene strategije podjetju preko lastništva omogočajo visoko stopnjo nadzora, istočasno pa predstavljajo visoko stopnjo tveganja za naložene vire. Ko je naložba dokončna, je težko spremeniti obliko vstopa in fleksibilnost je majhna (Makovec-Brenčič in Hrastelj 2003, 138).

Razlika med vstopom na trg z izvoznimi ali pa s pogodbenimi oblikami je precejšnja. Danes prevladujejo pogodbene oblike vstopov na tuje trge, saj so transparentnejše, izrabljajo

specifične razmere na tujih trgih in v podjetjih ter so manj tvegane (Makovec-Brenčič, Hrastelj 2003, 149).

### **2.2.1 Skupna vlaganja (*Joint venture*) vs. Lastna podružnica na tujem (*Wholly owned subsidiary*)**

Buckey in Casson (v Lapuente Garrido in drugi 2006, 68) opredeljujeta skupna vlaganja kot sporazum o partnerstvu, kjer dve ali več podjetij delijo delo, stroške in donose določenega projekta. Logika skupnih vlaganj omogoča partnerskim podjetjem pridobitev nekaj prednosti internalizacije poslovanja, brez kakršnih koli stroškov kot pri združitvi ali NTI, pri čemer izkoristijo dopolnilna sredstva (Lapuente Garrido in drugi 2006, 68). Skupna vlaganja so za neposrednimi lastniškimi vlaganji najustreznejša oblika vstopa za proizvajalca (Makovec-Brenčič in Hrastelj 2003, 165).

Postopek se začne s postavitvijo strateških ciljev, analizo stroškov in koristi, nadaljuje z izbiro partnerja, razvojem poslovnega načrta, pogajanja o skupnih vlaganjih med partnerji in zaključi s sklenitvijo dogovora in vrednotenjem ter nadzorom poslovanja. Posebno pozornost je potrebno posvetiti izbiri lokalnega partnerja, njegovemu finančnemu stanju, organiziranosti poslovanja, širini delovanja na trgu, njegovi proizvodnji, institucionalnemu odnosu, prepoznavnosti in ugledu ter njegovim pogajalskim sposobnostim in načinom pogajanja (Makovec-Brenčič in Hrastelj 2003, 166–169).

Pri lastni podružnici na tujem ima podjetje, ki investira, popoln nadzor nad delovanjem. Lahko se zgodi na dva načina: z nakupom obstoječega podjetja ali z *greenfield* investicijo. V obeh primerih je matično podjetje stoddostni lastnik kapitala (Wirz Leite Sá in Joslin Medeiros 2007, 7–8). Hill in Jones (v Wirz Leite Sá in Joslin Medeiros 2007, 7) ne razlikujeta med tema načinoma.

Oba načina lastništva se razlikujeta npr. po ravni nadzora, ki ga imata nad podjetji – pri lastni podružnici ima matična družba popoln nadzor nad tujo podružnico, medtem ko si ga pri skupnih vlaganjih deli s svojimi lokalnimi partnerji –, po istem principu je pri lastni podružnici za oskrbo s potrebnimi viri odgovorno matično podjetje, medtem ko si pri skupnih vlaganjih to odgovornost delita matično podjetje in lokalni partner, zaradi česar je nadalje matično podjetje v prvem primeru bolj izpostavljeno tveganju kot skupna vlaganja. Vstop na trg pri obeh, skupnih vlaganjih in lastnih podružnicah, traja dlje časa, saj mora matično podjetje začeti podružnico od začetka, pri skupnih vlaganjih pa je izredno pomembno, da se najde primeren lokalni partner, s katerim je možno intenzivno sodelovanje, pri čemer je uspeh

močno odvisen od dosegljivosti in kvalitete lokalnih podjetij in sodelovanja z njimi (Zhou 2014, 7–8).

Skupna vlaganja partnerjem omogočajo razvoj novih možnosti, lahko tudi novih dejavnosti z razvojem tehnoloških, managementskih in drugih veščin. Prepoznavnost tujih podjetij pa je v sodelovanju z lokalnim podjetjem hitrejša (Makovec-Brenčič in Hrastelj 2003, 138).

Hebous in Ruf (2010) sta izvedla empirično raziskavo o dejavnikih, ki vplivajo na izbiro načina vstopa na tuji trg. Avtorja (Hebous in Ruf 2010, 5–6) poudarjata pomen storilnosti/učinkovitosti podjetja kot pomembnega dejavnika, ki določa način lastništva. Tako sta ugotovila, da manj učinkovita podjetja preferirajo skupna vlaganja zaradi pridobitve na storilnosti/učinkovitosti. Na obliko lastništva pa lahko vpliva več okoliščin, povezanih tako s podjetjem kot z državo): kulturne razlike, daljša geografska razdalja večja vrednost lokalnemu partnerju, ki drži korak s stanjem na trgu države gostiteljice, nadalje produktivnost, infrastruktura in institucionalna struktura vplivajo na strukturo lastništva NTI podjetja – npr. strog pravni red zmanjšuje možnosti za izbiro lastne podružnice, visoka stopnja korupcije v državi gostiteljici prestavi lastniške preference v prid skupnim vlaganjem itd. Odprtost za mednarodne investicije je prav tako pomemben dejavnik. Tako nekatere ekonomije v razvoju vsiljujejo omejevalna pravila za tuje lastnike v podružnici, medtem ko so nekatere države gostiteljice bolj naklonjene skupnim vlaganjem. Deljena lastništva podružnic so finančno obremenjujoča zaradi stroškov koordinacije in transakcij ter stroškov povezanih s tehnološkimi in nadzornimi pravicami. Lastniška struktura je izredno pomembna tudi, ko govorimo o povratnem toku sredstev iz podjetja v tujini v domače podjetje.

#### **2.2.1.1 Rizičnost države**

Država je rizična, v kolikor je politično-institucionalno in ekonomsko okolje nestabilno, kar vpliva na odločitve tujega podjetja glede investicij. Gatignon in Anderson (v Alves Pinto 2011, 46), izpostavljata primere, v katerih je država uporabila restrikcije za tujo lastnino in s tem onemogočila direktne investicije v določenih sektorjih. Wei, Liu in Liu (v Alves Pinto 2011, 47) opominjata, da je Kitajska v 90-ih letih prepovedala lastne podružnice na tujem, kar je prisililo potek direktnih investicij s pomočjo skupnih vlaganj. Večina avtorjev se strinja, da kolikor večja je rizičnost države, glede na oceno tujega investitorja, manjše je njegovo zanimanje za trg (Hill v Alves Pinto 2011, 46).



### **2.2.1.2 Kulturna oddaljenost**

Kulturna oddaljenost, ki se imenuje tudi fizična razdalja, se nanaša na družbeno-kulturne razlike med državami, ki investirajo, in državami, v katere se investira. Vpliva tega dejavnika na uspeh investicije ne gre podcenjevati, saj družbeno-kulturne značilnosti v veliki meri določajo obnašanje potrošnikov na trgu, in način, na katerega investitor posluje, ter v končni fazi vplivajo na celotno dinamiko gospodarstva (Alves Pinto 2011, 46).

Večina avtorjev se strinja, da večja kot je kulturna oddaljenost, manjša je vez med potrošniki in investitorjem na trgu. Anderson in Gatignon (v Alves Pinto 2011, 46) navajata, da je tudi skupen nastop na trgu (v obliki skupnih vlaganj) lahko slaba izbira, v primeru, če poslovni partnerji prihajajo iz različnih kultur, saj lahko med njimi prihaja do sporov.

Terpstra, Sarathy in drugi (v Lapuente Garrido in drugi 2006, 68) vidijo prednosti skupnih vlaganj v visoki potencialni donosnosti, izmenjavi tehnologije in informacij, poznavanju lokalnega trga, dostopu do distribucijskih kanalov in delitvi tveganj in virov. Pomanjkljivosti pa so možnosti sporov zaradi kulturnih razlik med partnerji.

### **2.2.2 Prevzemi (Akvizicije) vs. Investicije od začetka (*Greenfield*)**

Realizacija *greenfield* investicij je najdražja in najbolj tvegana oblika NTI. Obravnava se kot strukturiranje hčerinske družbe, ki je začela iz ničle. Prednost *greenfield* investicij je, da se lahko oblikujejo kot sedež in ponujajo veliko možnosti za dobičkonosnost. Po drugi strani pa predstavljajo pomanjkljivost nepoznavanje trga, delovne sile in kulture na splošno (Wirz Leite Sá in Joslin Medeiros 2007, 7-8). Eiteman in drugi (v Wirz Leite Sá in Joslin Medeiros 2007, 8) prepoznavajo pomankljivost v zamudnosti procesa izgradnje in razvoja organizacije.

Akvizicije so v zadnjem obdobju kot oblika neposrednih naložb in vstopa na tuje trge najhitreje rastoča oblika razvoja mednarodnega trženja, hkrati pa tudi zelo tvegana oblika vstopa na trge. Root (v Makovec-Brenčič in Hrastelj 2003, 179–181) jih deli na štiri oblike, ki se med seboj prepletajo:

- horizontalne, kjer so trgi in tudi proizvodnja prevzetega podjetja podobni kot pri prevzetem podjetju;
- vertikalne, kjer prevzeto podjetje postane dobavitelj, lahko pa tudi odjemalec prevzemnega podjetja;

- koncentrične, kjer imata prevzemno in prevzeto podjetje iste trge in različno tehnologijo in obratno;
- konglomeratne, kjer se dejavnosti prevzetega in prevzemnega podjetja popolnoma razlikujejo.

Pri prevzemih je izredno pomembno, da se najde primeren lokalni partner, s katerim je možno intenzivno sodelovanje, pri čemer je uspeh močno odvisen od dosegljivosti in kvalitete lokalnih podjetij in sodelovanja z njimi. Obe vrsti investicije imata popoln nadzor nad podjetjem in sta dolžni priskrbeti vse potrebne vire, kar ju izpostavlja višjemu tveganju. Prevzemi so najhitrejši način vstopa na trg, medtem ko ta vstop pri vzpostavitvi lastne podružnice od začetka traja precej dlje časa, saj mora matično podjetje začeti iz ničle (Zhou 2014, 7–8).

Hebous in Ruf (2010, 4–5) z analizo teoretskih modelov in empiričnih študij ugotavljata, da specifične značilnosti podjetij in držav, kjer se ta podjetja nahajajo, igrajo pomembno vlogo pri določanju načina investicije, pri čemer so bolj konkurenčna podjetja bolj nagnjena k vstopu na tuji trg v obliki investicij od začetka kot pa prevzemov. Poleg tega države z razvitejšimi ekonomijami bolj privlačijo prevzeme kot tiste z manj razvitimi, produktivnejša podjetja pa imajo raje investicije od začetka kot pa prevzeme. Večja ekonomska integracija povečuje odločitev za prevzeme s tem, ko manjša *reservation price*<sup>8</sup> in manjša *business stealing effect*<sup>9</sup>. Študije upoštevajo različne implikacije prevzemov in *greenfield* investicij na ekonomijo gostiteljico. V primeru slednjih je učinek pretoka neopredmetenih sredstev iz podjetja v tujini v domače podjetje negativen, medtem ko je v primeru prevzemov pozitiven. Možen vzrok za to pa je potencialno večanje domače konkurence, ustvarjeno s strani tujih *greenfield* investicij, medtem ko lahko tuji prevzemi sprožijo domače akvizicijske aktivnosti.

Hebous in Ruf (2010, 21) tako tudi ugotavljata, da večja kot je produktivnost podjetja, manjša je možnost, da izbere katerikoli način vstopa glede na celotno lastništvo investicij, in sicer je najbolj zaželeno celotno lastništvo *greenfield* podružnice, celotno lastništvo prevzema in združitve ter delno lastništvo prevzema, najmanj preferirana pa je oblika delno lastne

---

<sup>8</sup> *Reservation price* je najmanj ugodna zahteva, po kateri bo nekdo še sprejel pogajalske pogoje (The negotiation expert 2016).

<sup>9</sup> *Business stealing effect* se pojavi, ko strateški odziv že obstoječega podjetja rezultira v zmanjšani prodaji, tj. ko mu novo podjetje »prevzame« posel. Z drugimi besedami, ko ravnotežje proizvodnje upada z naraščanjem števila novih podjetij (Mankiw in Whinston 1986, 49).

*greenfield* podružnice. Nadalje se z mednarodno izkušnjo matičnega podjetja večja možnost za celotno lastništvo prevzema in združitve glede na celotno lastništvo vstopa z *greenfield* investicijo. Dobra izkušnja z državo gostiteljico teži k povečanju možnosti izbrati *greenfield* investicijo (velja za delno in celotno lastništvo) in zmanjšanju možnosti za akvizicijske in združitvene projekte. Ugotovila sta tudi, da večja kot je geografska razdalja z državo gostiteljico, manjša je možnost za odločitev za akvizicijsko investicijo, še posebej tako, ki je v celoti lastniška. Nadalje bi naj visoka stopnja korupcije v državi gostiteljici še posebej odvrčala od celotno lastniških akvizicijskih in združitvenih projektov, visoka stopnja razvitosti države gostiteljice pa povečala možnost za celotno lastništvo takih projektov.

### **3 Brazilsko investicijsko okolje**

#### **3.1 Opredelitev neposrednih tujih investicij v Braziliji**

NTI v Braziliji so opredeljene kot uvoz blaga, strojev in opreme v državo brez predhodnega izplačila deviz ali finančnih oziroma denarnih sredstev za uporabo v ekonomskih dejavnostih. V obeh primerih naj bi sredstva bila v lasti fizične ali pravne osebe s stalnim prebivališčem, statusom rezidenta ali sedežem zunaj Brazilije (UNCTAD 2004, 161).

V zadnjih letih so najpomembnejši vir NTI v Braziliji Združene države Amerike (ZDA), Velika Britanija, Španija, Kitajska, Nemčija, Japonska in Francija (Teixeira Junior in Maruch 2014, 22).

Po tuji investicijski svetovalni službi (*FIAS – Foreign Investment Advisory Service*) je velik obseg NTI v Braziliji odgovor na:

- a) privatizacijo in odpiranje sektorjev, ki so bili prej zaprti za tuja podjetja;
- b) privlačnost brazilskega obsežnega trga;
- c) odraz boljšega ekonomskega in političnega okolja v Braziliji, predvsem v zadnjem desetletju.

Poleg tega *FIAS* izpostavlja tudi stabilnost cen, obnovo nacionalne obravnave tujih investicij; nižje davke za pravne osebe, vključno z odpravo davčnih odtegljajev za dividende tujim investitorjem in zmanjšanje davka za obresti in licenčnine, plačane v tujini, za 15 odstotkov; odprtje za tuje investicije v storitvenem sektorju; nov informacijski zakon; nov zakon industrijske lastnine; nadaljnje odpiranje gospodarstva; in od leta 1999 novo in boljše makroekonomsko strategijo, ki temelji na trdnih fiskalnih in monetarnih politikah in tržno določenem menjalnem tečaju, ki bo preprečeval cikle devalvacije. Dolgo trajajoč napredek do enotnega menjalnega tečaja in odprave vseh omejitev prenosa dolgoročnega kapitala je bil dosežen, čeprav ni povsem končan. Vse to je postavilo temelje za dolgoročno izboljšanje konkurenčnega položaja Brazilije v svetu (*FIAS* 2001, 5)

#### **3.2 Institucionalni in zakonodajni okvir neposrednih tujih investicij v Braziliji**

Brazilska ekonomija je dovzetna za NTI, kar je razvidno iz stalne rasti tujih investicij v državi in sodobne zakonodaje, prilagojene tako da zagotavlja zanesljivost in varnost za investitorje.

Brazilija je trenutno osma največja destinacija NTI na svetu v letu 2015 po podatkih UNCTAD (Renai 2016, 3). BACEN izda predpise o formalnostih, ki jih je treba upoštevati v zvezi z NTI. Poleg tega je Ministrstvo za razvoj odgovorno za povečanje zunanje trgovine s carinskimi predpisi (Teixeira Junior in Maruch 2014, 22).

Glavne pristojnosti v Braziliji na področju TNP (transnacionalnih podjetij) ima BACEN. BACEN ima oddelek za zunanji kapital in menjavo (*Departamento de Capitais Estrangeiros e Câmbio* – DECEC), ki je odgovoren za registracijo, nadzor in spremljanje NTI v Braziliji (UNCTAD 2004, 161). BACEN opredeljuje tudi investicije, na katerih investitor pridobi 10 % delnic ali kvot z glasovalno pravico ali 20 % ali več vsega kapitala. BACEN določi tudi dve skupini domačih podjetij z neposrednimi investicijami:

- a) podjetja s tujo posredno ali neposredno udeležbo. Neposredna participacija vključuje udeležbo sedeža; posredna udeležba hčerinskih družb ali podružnic multinacionalk s sedežem v tujini;
- b) holdingi; podjetja, ki imajo z nerezidenčno udeležbo več kot 50 % delnic z glasovalno pravico (Moraes 2003, 19).

S povečano liberalizacijo ter spodbujanjem investicijskih postopkov, ki so se nadaljevali, so države Latinske Amerike začele sprejemati ukrepe za izboljšanje investicijskega okolja za tuje investitorje. Brazilija je poenostavila postopek registracije z uvedbo elektronskega sistema. BACEN je leta 2000 na regulativni in pravni ravni sprejela reforme o predpisih deviznega nadzora, ki so spremenili obstoječi postopek registracije z uvedbo »elektronskega deklarativnega registracijskega sistema«. Prav tako je brazilska vlada istega leta ustanovila novo investicijsko agencijo *Investe Brasil* z namenom privabljanja NTI in spodbujanja domačih in tujih investitorjev (UNCTAD 2004, 22–23).

Agencija *Apex-Brasil* (Brazilska agencija za promocijo izvoza) (2016) opredeli zakonodajo za tuj kapital v Braziliji z naslednjimi zakoni in uredbami:

- Zakon 4.131/62, s poznejšimi spremembami;
- Zakon 4.390/64, s poznejšimi spremembami;
- Uredba št 55.762/65, s poznejšimi spremembami;
- Zakon 11.371/2006, s poznejšimi spremembami;

- Pravila državnega monetarnega sveta (*Conselho Monetário Nacional* - CMN) in BACEN;
- Uredba deviznega trga in mednarodnega kapitala (spremenjena z okrožnico BACEN št. 3.617/12).

Investitor, ki želi investirati v Braziliji, se lahko obrne na sledeče institucije:

- *Renai* (Braziliska investicijsko-informacijska mreža) je del Ministrstva za industrijo, zunanjo trgovino in storitve. Deluje v tesnem sodelovanju z zveznimi vladami po vsej Braziliji. Njen glavni cilj je zagotoviti informacije o vladnih programih, zakonodaji in projektih za domače in tuje investitorje (Renai 2016, 15).
- Ministrstvo za zunanje zadeve je odgovorno za oblikovanje in izvajanje komercialne diplomacije Brazilije, ki vključuje spodbujanje investicij. Oddelek za investicije na Ministrstvu za zunanje zadeve usklajuje promocijo investicijskih aktivnosti, katerih cilj je povečanje tujih investicij v strateških sektorjih gospodarstva, ki vključujejo energijo, infrastrukturo in logistiko ter informacijsko tehnologijo, pa tudi projekte, ki vključujejo močno raziskovalno in razvojno komponento (Renai 2016, 16).
- Agencija *Apex-Brasil* spodbuja investicije v Braziliji, njen glavni cilj pa je, da bi pritegnila tuje investicije v strateških sektorjih brazilskega gospodarstva. Agencija se osredotoča na tuja podjetja in zelene projekte, ki so tehnološko in poslovno inovativni in krepijo domače industrijske dobavne verige ter imajo pozitiven vpliv na lokalno ustvarjanje delovnih mest in raznolikost brazilskega izvoza. *Apex-Brasil* je pripravljena pomagati v vseh fazah procesa odločanja investitorja (Renai 2016, 17).

### **3.3 Davčni sistem**

Brazilski davčni sistem je eden najbolj zapletenih in bremenilnih na svetu. Obravnavan je kot drag, zapleten, regresiven in neučinkovit predvsem zaradi številnih kumulativnih prispevkov. Obstaja več davčnih vrst, vključno s prispevki za socialno varnost, ekonomskimi prispevki in prispevki za izboljšanje (IADB 2003, 4). Kompleksen davčni sistem in birokracija sta glavni oviri za povečanje produktivnosti in konkurenčnosti v Braziliji. Brazilski davčni sistem urejajo ustavne določbe, dodatni zakoni, navadni zakoni in podzakonska zakonodaja, ki ureja več kot 60 davkov in obdavčitev (IADB 2016, 9). Brazilija se ukvarja z davki na državni, zvezni in občinski ravni (Svetovna banka 2006, 9).

Zvezne države imajo različne davčne poslovne stopnje. Mesto Manaus (zvezna država Amazonas) je bilo razglašeno za prostocarinsko cono (*duty free zone*) in je izvzeto iz zveznih industrijskih davkov proizvodnje. V Braziliji je davčni sistem manj zapleten v zvezni državi Bahia, Rondônia in Mato Grosso do Sul. Najbolj pa je zapleten v zvezni državi Mato Grosso, São Paulo in Minas Gerais. Zvezna država Rio de Janeiro ima najzamudnejši proces za izpolnitev vseh davčnih zahtev (Svetovna banka 2006, 9–10).

Davčna obremenitev je težavna v Braziliji - tako v administrativni kompleksnosti kot v ceni. Podjetja plačajo manj v zvezni državi Amazonas, Ceará, Santa Catarina in Bahia. Rio de Janeiro je svetovni rekorder po najvišjih davkih. Za primerjavo, tudi najnižja davčna stopnja v Braziliji, je skoraj dvakrat večja od povprečja Latinske Amerike in Karibov (Svetovna banka 2006, 9–11).

Kljub velikemu napredku se investitorji še vedno soočajo s številnimi izzivi v Braziliji. Ima kompleksno regulativno okolje v zvezi z davki in delom, pa tudi visoke davke in socialne prispevke na izplačane plače, prodajo in prihodke. Številni davki in hitro spreminjajoča se zakonodaja lahko vplivajo na poslovne načrte in povečajo tveganje za pogojne obveznosti, ki potencialno zaustavljajo uspeh pridobitve sredstev in zalog. Brazilija ima tudi zapletene cene transporta in pravila registracije tujega kapitala (PwC 2015, 11).

### **3.4 *Custo Brasil***

Izraz »*custo Brasil*« (t. i. strošek Brazilije) se uporablja, ko govorimo o zadevah, ki negativno vplivajo na posel, dražijo NTI, večajo brezposelnost, neformalno delo in davčne utaje. Izraz se torej nanaša na veliko število težav, ki prispevajo, da je posel v Braziliji težek, drag in tvegan. Med temi dejavniki so: visoki stroški dela; neučinkovitost in zastarele prakse v mnogih delih birokratskega aparata; korupcija v velikem obsegu; sledi starega protekcionalizma na področjih, kot so intelektualna lastnina, prenos tehnologije in delovna dovoljenja; šibkost infrastrukture v državi in še posebej pristanišč; slabosti v izvršljivosti pogodb in sistemov za reševanje sporov; in vztrajno nasilni kriminal (FIAS 2001, 24). Pod »*custo Brasil*« obravnavamo tudi: visoke stroške prevoza in logistike, visoke obrestne mere, visoke davke, visoke stroške socialne varnosti in javni primanjkljaj. V večini primerov je »*custo Brasil*« povezan tudi s procesom poslovnega usposabljanja, socialno-kulturnimi in političnimi dejavniki (Valverde Jobim Castor 1999, 2).

### **3.5 Razpršenost investicij**

Dejstvo je, da so v Braziliji družbeno-ekonomske razlike med največjimi na svetu, kar se odraža v znatnih razlikah med regijami, v dohodkih na prebivalca in v gospodarski rasti. Najbogatejše območje, Federalno okrožje (Distrito Federal), ima dohodek na prebivalca, ki je šestkrat višji kot v najrevnejši zvezni državi Maranhão. Jugo-vzhodni del, ki vključuje zvezno državo Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro in São Paulo, je najbolj uspešen v državi, čeprav ekonomija centralno-zahodne regije, ki zajema Federalno okrožje, v zadnjih dveh desetletjih narašča hitreje kot druge regije (Beath in drugi 2008, 15–16).

Dobro investicijsko okolje je za državo ali regijo bistveno za privabljanje investicij in novih podjetij. Unikatni atributi države ali lega (npr. klima, naravni viri, razdalja med pomembnimi trgi in velikost) so tudi pomembni za ekonomski razvoj. V Braziliji je infrastruktura glavni faktor, ki vpliva na odločitev lokacije za investicijo (Beath in drugi 2008, 47–48).

Kljub temu, da ima Brazilija 26 zveznih držav in eno federalno okrožje, ki bi lahko služilo kot investicijsko lokacijska alternativa, se večina podjetij odloči med šestimi zveznimi državami. Po raziskavi Korez-Vide, Voller in Bobe (2014) so to naslednje zvezne države: São Paulo, Parana, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais in Santa Catarina. Med omenjenimi zveznimi državami zagotovo najbolj izstopa São Paulo, ki predstavlja gospodarsko središče Brazilije. Zvezne države, ki so med prej omenjenimi locirane na jugu (Parana, Rio Grande do Sul in Santa Catarina), pa privabljajo predvsem NTI sledečih industrij: avtomobilske, prehranske, energetske in industrijo papirja in celuloze (Korez-Vide 2014, 428). Kot vidimo, se torej tuja podjetja v Braziliji odločajo za investicije v bližini industrijskih središč.

### **3.6 Neposredne tuje investicije v Braziliji v letih med 2006 – 2016**

Iz več statističnih baz investitijskih poročil UNCTAD sem pridobila podatke o vhodnih NTI v Braziliji, ki jih bom predstavila v tem podpoglavju.

Med letoma 2006 in 2008 je Brazilija je doživela pomemben investicijski cikel. Leta 2006 je Brazilija prejela NTI 18.822 milijonov US\$, naslednje leto 34.585 milijonov US\$ in leta 2008 45.058 milijonov US\$. Po več kot 20-letni odsotnosti so se pojavili veliki projekti in razširitev proizvodnih zmogljivosti (*greenfield*) z gradnjo novih tovarn in industrijskih obratov. Čeprav se je cikel začel v izvoznem sektorju, spodbujenem z visokimi cenami surovin, je začel



zajemati sektorje, usmerjene na domači trg in osnovno infrastrukturo. Z zaostrenjem mednarodne krize, konec leta 2008, je Brazilijo edinkrat doseglo, da je veliko sektorjev računalo na ambiciozne projekte širitve proizvodnih zmogljivosti (Torres in drugi 2011, 14). Vpliv svetovne gospodarske in finančne krize je v Latinski Ameriki in na Karibih pripeljal NTI do 36 % padca od ravni iz leta 2008. Čeprav je Brazilijo 42 % krčenje vhodnih investicij prizadelo bolj kot celotno regijo, je s padcem na 25.949 milijonov US\$ leta 2009 še vedno ostala največja prejemnica NTI v svoji regiji (UNCTAD 2010, 46).

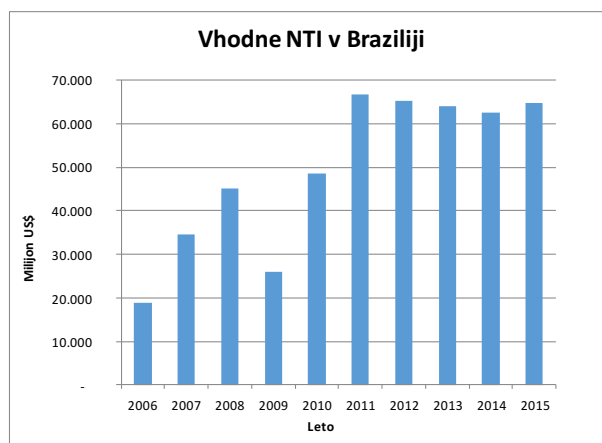
Brazilija je bila ena prvih držav v razvoju, ki je okrevala in vzdrževala 7,5 % rast leta 2010 in takrat se je povišala tudi rast NTI na 48.506 milijonov US\$. Leta 2011 je bil obseg vhodnih NTI 66.660 milijonov US\$ in največji v vseh teh letih (Torres in drugi 2011, 6). Do leta 2014 je bil viden upad in leta 2015 je bilo vhodnih NTI za 64.648 US\$, kar lahko pripišemo razvrednotenju valute (brazilskega reala), zaradi katere je Brazilija vseeno ostala privlačna za investicije. Kljub gospodarski krizi so brazilska podjetja privlačna za tuje investicije z dobrimi priložnostmi za prevzem in investicije na dolgi rok. Nova Temerjeva vlada je napovedala privatizacijski program, še posebej na področju infrastrukture (ceste, letališča, pristanišča, komunale, energetike in javne razsvetljave).

**Tabela 3.1: Vhodne NTI v Braziliji**

<b>Vhodne NTI v Braziliji</b>	
<b>Leto</b>	<b>Milijon US\$</b>
2006	18.822
2007	34.585
2008	45.058
2009	25.949
2010	48.506
2011	66.660
2012	65.272
2013	63.996
2014	62.495
2015	64.648

Vir: Prirejeno po UNCTAD (2010; 2013; 2013; 2014; 2015; 2016).

**Slika 3.1: Vhodne NTI v Braziliji**



Vir: Prirejeno po UNCTAD (2010; 2013; 2013; 2014; 2015; 2016).

### **3.7 Politična in ekonomska situacija v letih med 2006 – 2016**

#### **3.7.1 Brazilija v času drugega mandata predsednikovanja Lule**

V času predsednikovanja Lule, od leta 2003, je prišlo do ekonomskega in socialnega napredka (Svetovna banka 2016).

Od leta 2006 in zlasti v drugem mandatu predsednika Lule (2007–2011) je brazilska ekonomska politika dosegla prelomnico in makroekonomski rezultati so bili pozitivni v smislu rasti BDP-ja, krepitve velikih državnih podjetij (zveznih in zasebnih), porazdelitve dohodka in zmanjšanja revščine (Morais in Saad-Filho 2011, 516). Veliko ukrepov ekonomske politike tekom novega razvoja je bilo sprejetih v tem času. Te spremembe so dopolnitev neoliberalnih makroekonomskih politik, ki so bile skoraj nespremenjene, kljub napetostim v obdobju med letoma 2006 in 2010 (Morais in Saad-Filho 2011, 520).

Kljub neugodnim mednarodnim okoliščinam s krizo leta 2008 so bili rezultati »hibridne politike«<sup>10</sup> dobri. Na nove razmere se je vlada odzvala z okrepitvijo svoje politike s spodbujanjem dohodka in povpraševanja s poudarkom na državnem aktivizmu. Ta reakcija ni le preprečila, da je zunanji šok onemogočil dobičke, dosežene s povečanjem javnih in zasebnih investicij, povečanjem prihodkov in zmanjšanjem neenakosti, ampak tudi vrnila gospodarsko rast od konca leta 2009, kljub ponovni vrnitvi precenjenosti valute (brazilskega reala) in naraščajočim fiskalnim stroškom monetarne politike in nihanju valutnega režima (Morais in Saad-Filho 2011, 523).

<sup>10</sup> Predsednik Lula, ki je deklarativno levičarsko usmerjen je prevzel neoliberalne politike. To je t.i. hibridna politika, saj je pomešal dve različni politiki.

### 3.7.2 Brazilija v času predsednikovanja Dilme

Dilma Vana Rousseff (poznana kot »Dilma «) je leta 2011 nasledila predsednika Lulo (2003-2011), ki je iz iste Delavske stranke (*PT - Partido dos trabalhadores*). Nasledila je strategije zunanje politike, aktivno vlogo v mednarodnih forumih, kjer je nastopala kot predstavnica svetovnega juga, in aktivno vlogo v odnosih z drugimi državami Južne Amerike. Te strategije so se uresničile v zapletenih mednarodnih koalicijah in mehanizmih zunanje politike (Gomes Saraiva, 2014, 25).

»Med letoma 2009 in 2013 je Brazilija prehodila pot od evforije zmagovalnega optimizma vsesplošne hitre rasti in razcveta potrošniške družbe vse do današnje gospodarske recesije z inflacijo in rastočo brezposelnostjo, kar je nezadovoljne in razočarane ljudi pognalo na ulične proteste« (Šmit 2016). V času predsedovanja Dilme je prišlo do korupcijskih afer. Leta 2012 je izbruhnila korupcijska afera *Mensalão* (Šmit prevede izraz v »izpod teže«) in v kazenskih postopkih se je zaradi obtožb aktivnih in pasivnih korupcijskih dejanj znašlo mnogo vladnih politikov, parlamentarcev in podjetnikov (Šmit 2016). Leta 2014 so se začeli preiskovalni in kazenski postopki zoper akterje obsežne in težko pregledne korupcijske afere *Lava Jato* (Avtopravnica). Afera se je spletla okrog največjega državnega podjetja Petrobras, ki je pred nekaj leti bogatelo z visokimi cenami nafte. Izkazalo se je, da je v korupcijsko shemo vpletena cela vrsta politikov in poslovnežev iz vseh političnih spektrov (Šmit 2016).

Brazilski razvojni projekt za spodbuditev infrastrukturnih projektov v Braziliji in Južni Ameriki (v tem primeru z BNDES viri) se je ohranil, vendar utrpel škodo zaradi težkega položaja gospodarstva, in različne pobude še niso končane. Ekonomska situacija je vplivala na politično situacijo: Dilma je bila leta 2014 ponovno izvoljena, vendar je njena tesna zmaga razdelila volilno telo in državo na dva dela (Gomes Saraiva, 2014, 26).

V drugem mandatu je Dilma začela sprejemati gospodarske in proračunske ukrepe, ki so dobivali čedalje bolj oznako neoliberalizma. Kljub temu si zaradi napak v prvem mandatu, ki se jih je trdovratno branila priznati, si za nujne gospodarske ukrepe v drugem mandatu ni mogla zagotoviti zaupanja in podpore domačih podjetnikov in njihovih vplivnih gospodarskih lobijev (Šmit 2016).

Strm padec na domačem trgu je imel veliko opraviti z izgubo porabe zmogljivosti in zmanjšanjem ravni investicij podjetij in vlade. Vse sestavine agregatnega povpraševanja so zabeležile negativno stopnjo: poraba gospodinjestev, državna poraba in bruto investicije v osnovna sredstva. Le kmetijstvo in rudarstvo od proizvodnih dejavnosti BDP-ja nista pokazala izgube. Trgovina je dosegla zgodovinsko najnižji rezultat z najnižjimi številkami od leta 1948, zaradi padca prodaje in s padcem zaposlenosti in dohodka je privedla do zaprtja

skoraj 100.000 trgovin v državi (CNC 2015, 10–11).

Maja letos (2016) je prišlo do ustavne obtožbe predsednice Dilme. V tem času je Dilma doživela najnižjo stopnjo popularnosti med vsemi predsedniki v zgodovini obstoja demokratične Brazilije. Senat je konec avgusta dokončno z glasovanjem odločil o odstranitvi Dilme in na oblast je prišel Michael Temer, ki pa je tudi osumljen korupcijskih škandalov.

Za Brazilijo politične razmere zagotovo niso lahek meč. Letos je bila gostiteljica poletnih olimpijskih iger in oktobra jo čakajo še lokalne volitve. Politična dogajanja v zadnjem letu so zagotovo pripeljala Brazilijo v politično krizo brez primerjave (Šmit 2016).

### **3.7.3 Stopnja BDP-ja in inflacije v Braziliji v letih med 2006 – 2016**

V tem delu sem iz statistike IBGE pridobila podatke o rasti BDP-ja v % in o vrednostih BDP-ja, ki pa so bile v brazilskih realih. S podatki BACEN sem na podlagi končnega stanja vrednosti U\$ iz vsakega leta izračunala vrednost BDP-ja v U\$. Iz statističnih baz brazilske banke Itaú pa sem pridobila podatke o stopnji inflacije. V nadaljevanju interpretiram tabelo, ki sem jo priredila in prikazuje rast BDP v % in stopnjo inflacije. Za nazornejšo predstavo sem pripravila tudi graf za rast BDP-ja v %. Na koncu naloge sem k Prilogi A priložila še tabelo in graf, ki prikazujeta vrednost BDP-ja v tisoč milijardah US\$.

V zadnjih letih pred krizo je Brazilija beležila višjo gospodarsko rast. Leta 2006 je bila 4,0 % rast BDP-ja, naslednjega leta 6,0 % in leta 2008 je bila stopnja rasti 5,0 %. Stopnja inflacije je bila leta 3,1 %, leta 2007 4,4 % in 5,9 % leta 2008. Povpraševanje po brazilskem blagu se je v času krize močno zmanjšalo in leta 2009 je rast BDP-ja dosegla padec. Leta 2009 je bila stopnja BDP-ja - 0,2 % in stopnja inflacije je znašala 4,3 %. Ker je bila Brazilija ena prvih držav, ki je izšla iz krize, je leta 2010 dosegla neverjetno rast (7,6 %) in istega leta je bila beležena 5,9 % stopnja inflacije. V začetku leta 2011 je oblast prevzela Dilma in v času njenega predsednikovanja je bila rast BDP-ja v povprečju manjša kot v času mandata Lule. Brazilska ekonomija je utrpela nadaljnjo škodo mednarodne gospodarske krize. Leta 2011 je bila rast 3,9 % in inflacija je dosegla stopnjo 6,5 %. Leta 2012, ko je izbruhnila korupcijska afera *Mensalão* (izpod tezge), je rast BDP-ja padla na 1,8 %, stopnja inflacije pa je bila nekoliko nižja kot prej, in sicer 5,8 %. Leta 2013 je rast malo narasla in prišla do stopnje 2,7 %, prav tako je inflacija narasla za 0,1 % in dosegla 5,9 % stopnjo. Leta 2014 se je začela korupcijska afera *Lava Jato* (Avtopravnica) in s padcem cen nafte, rud, blaga je rast BDP-ja

dosegla 0,1 % stopnjo. Inflacija je istega leta dosegla 6,4 % stopnjo. Zgodil se je kolaps brazilskega gospodarstva. Prišlo je do gospodarske depresije z inflacijo in v principu do politične krize.

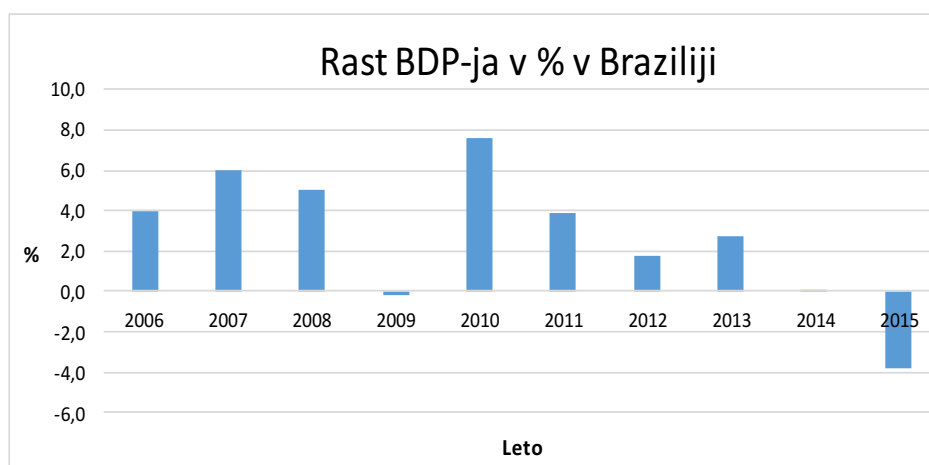
Brazilsko gospodarstvo je zabeležilo enega najtežjih trenutkov v letu 2015. BDP je padel iz 0,1 % (2014) na - 3,8 % in je bil najnižji po letu 1990 (- 4,3 %). Položaj se je poslabšal z inflacijo, ki je dosegla dvomestno številko (10,7 %), z ostrim proračunskim primanjkljajem javnega sektorja in visokimi obrestmi s posledičnim zmanjševanjem zaposlenosti in dohodkov (CNC 2015, 10–11).

Tabela 3.2: Rast BDP-ja v % v Braziliji

<b>BRAZILIJA</b>		
	<b>Rast BDP</b>	<b>Stopnja inflacije</b>
<b>Leto</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
2006	4,0	3,1
2007	6,0	4,4
2008	5,0	5,9
2009	-0,2	4,3
2010	7,6	5,9
2011	3,9	6,5
2012	1,8	5,8
2013	2,7	5,9
2014	0,1	6,4
2015	-3,8	10,7

Vir: Prirejeno po IBGE (2016); BACEN (2016); Itaú (2016).

Slika 3.2: Rast BDP-ja v % v Braziliji



Vir: Prirejeno po IBGE (2016); BACEN (2016).

### 3.7.4 Napoved stopnje BDP-ja in inflacije v Braziliji do 2020

Iz statističnih baz IBGE in banke Itaú sem pridobila podatke o napovedi za rast BDP-ja in stopnjo inflacije, kar interpretiram in prikažem v spodnji tabeli 3.3.

Negativna rast gospodarstva iz preteklega leta se v letošnjem letu 2016 nadaljuje, napovedana je stopnja BDP-ja -3,2 %. Stopnja inflacije je za letošnje leto malo nižja kot leto prej, in sicer 7,2 %. Brazilija si v naslednjih letih nadeja višjo in stabilnejšo gospodarsko rast, ki pa bo zaradi zapoznele reforme gospodarske zakonodaje ter počasnega izvajanja nove vladne monetarne in fiskalne politike še vedno dokaj skromna. Z novimi programi prehodne vlade naj bi bila za leto 2017 vidna rast BDP-ja in napoved kaže na 2,0 %. V letu 2018 in 2019 naj bi okrevala do 4,0 % stopnje BDP-ja. Stopnja inflacije za ta leta je napovedana med 4,8 % in 4,1 %. V letu 2020 naj bi BDP po napovedih dosegel stopnjo 2,9 %, inflacija pa naj bi bila podobna zadnjim letom.

Tabela 3.3: Napoved za Brazilijo

NAPOVED ZA BRAZILIJO		
	Rast BDP	Stopnja inflacije
Leto	%	%
2016	-3,2	7,2
2017	2,0	4,8
2018	4,0	4,2
2019	4,0	4,1
2020	2,9	4,2

Vir: Prirejeno po Itaú (2016); IBGE (2016).

## **4 Brazilsko-slovenski gospodarski odnosi**

### **4.1 Sklenjeni sporazumi in zakonodaja**

Z Uredbo o ratifikaciji Sporazuma o vzpostavitvi diplomatskih odnosov med Republiko Slovenijo in Federativno republiko Brazilijo (Ur.l. RS, št. 3-14/1993) se je ratificiral Sporazum, sklenjen z izmenjavo not dne 21. decembra 1992. Republika Slovenija je takrat na diplomatskem in konzularnem področju vzpostavila uradne odnose s Federativno republiko Brazilijo (Uradni list 2016). Od takrat sta obe državi podpisali še nekaj bilateralnih sporazumov, ki urejajo gospodarsko sodelovanje med državama, pri čemer so najpomembnejši:

- Sporazum o trgovinskem in gospodarskem sodelovanju med Vlado Republike Slovenije in Vlado Zvezne Republike Brazilije (Ur.l. RS, št. 100/1999);
- Okvirni sporazum o znanstvenem in tehnološkem sodelovanju med Vlado Republike Slovenije in Vlado Federativne republike Brazilije (Ur.l. RS, št. 28/1999);
- Sporazum med Ministrstvom za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo Republike Slovenije in Državnim svetom za znanstveni in tehnološki razvoj Federativne republike Brazilije (Ur.l. RS, št. 22/2009);
- Sporazum med Vlado Republike Slovenije in Vlado Federativne republike Brazilije o opravljanju pridobitne dejavnosti vzdrževanih družinskih članov osebja diplomatskih predstavništav ali konzulatov (Ur.l. RS, št. 24/2010);
- Sporazum o sodelovanju v izobraževanju med Vlado Republike Slovenije in Vlado Federativne republike Brazilije (Ur.l. RS, št. 60/2012) (Ius-Info 2016).
- Februarja 2010 je bil podpisan Sporazum o medsebojnem sodelovanju med JAPTI (Javno Agencijo Republike Slovenije za Podjetništvo in Tuje Investicije) in agencijo *Apex-Brasil*, katerega namen je okrepitev medsebojnega sodelovanja med obema agencijama, povečanje investicijskih aktivnosti in pospeševanje gospodarskega sodelovanja med Slovenijo in Brazilijo (Izvozno okno 2016a).

### **4.2 Blagovna menjava med državama**

Brazilija je zagotovo trg, katerega potencial slovenska podjetja še niso dobro izkoristila. Po zadnjih podatkih iz leta 2015 je Brazilija predstavljala šele 47. najpomembnejši izvozni (0,2

% delež od celotne participacije) in 25. najpomembnejši uvozni trg za slovenska podjetja (0,8 % delež od celotne participacije) (Secex 2016).

Podatke Sekretariata za zunanjo trgovino (Secex) sem povzela v tabelah in grafih o blagovni menjavi med državama.

Iz spodnje tabele 4.1 so razvidne vrednosti izvoza, uvoza in celotne blagovne menjave v letih 2006–2015. Izvoz iz Braziliije v Slovenijo je od leta 2006 do leta 2012 strmo naraščal. Po tem letu se je zaradi gospodarske krize v Braziliji upočasnil in leta 2013 nekoliko upadel. Leta 2014 je začel znova naraščati, a se je leta 2015 znova zmanjšal. Vseeno je bil porast izvoza gledano na celotno obdobju velik, saj je napredoval od 174 milijonov US\$ iz leta 2006 do 381 milijonov US\$ iz leta 2015.

Pri uvozu iz Slovenije v Brazilijo so številke precej nižje. Leta 2006 je znašala vrednost slovenskega uvoza v Brazilijo 28 milijonov US\$ in se povečevala do leta 2013, ko je dosegla vrh pri 86 milijonih US\$. Naslednji dve leti je kot posledica krize upadala in leta 2015 znašala le še 63 milijonov US\$. Vidimo, da je gospodarska kriza v Braziliji bolj prizadela slovenski uvoz kot brazilski izvoz, kar kaže na to, da se slovenski izvozniki v Braziliji niso uspešno prilagodili novim gospodarskim razmeram.

**Tabela 4.1: Razvoj blagovne menjave med Brazilijo in Slovenijo v milijonih US\$**

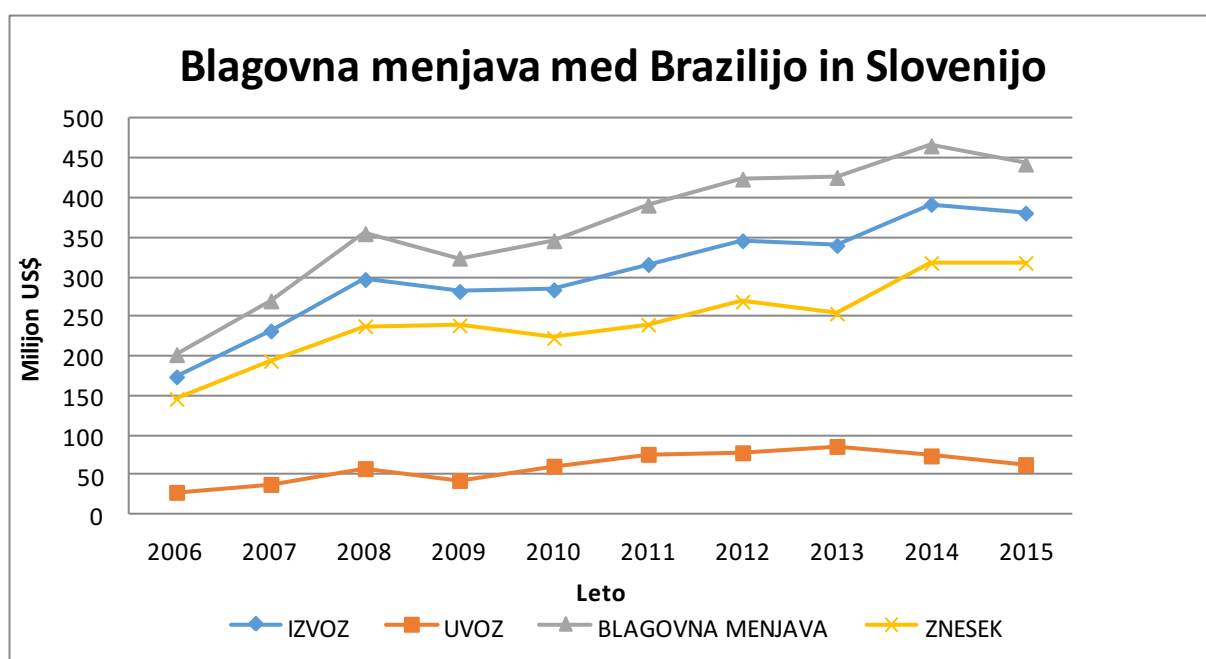
Leto	IZVOZ		UVOZ		BLAGOVNA MENJAVA		
	Vrednost	Delež v % v Braziliji	Vrednost	Delež v % v Braziliji	Vrednost	Delež v % v Braziliji	Znesek
2006	174	0,13%	28	0,03%	202	0,09%	146
2007	232	0,14%	38	0,03%	270	0,10%	194
2008	297	0,15%	58	0,03%	355	0,11%	238
2009	282	0,18%	43	0,03%	324	0,12%	239
2010	284	0,14%	61	0,03%	346	0,09%	223
2011	316	0,12%	76	0,03%	391	0,08%	240
2012	346	0,14%	78	0,03%	424	0,09%	269
2013	340	0,14%	86	0,04%	426	0,09%	254
2014	392	0,17%	74	0,03%	466	0,10%	318
2015	381	0,20%	63	0,04%	443	0,12%	318

Vir: Prirejeno po Secex (2016).



Podatke iz zgornje tabele 4.1 ponazarja tudi spodnji graf (Slika 4.1), iz katerega je lepo razvidno, kako je uvoz v Brazilijo nizek napram izvozu iz Brazilije v Slovenijo. Lahko bi rekli, da je to nekaj normalnega glede na razliko v velikosti Brazilije in Slovenije, vendar primerjave z drugimi večjimi državami, npr. Nemčijo ali ZDA (Izvozno okno 2016b; Izvozno okno 2016c) kažejo, da razlike med uvozom in izvozom niso tako velike. Podatki za Rusijo in Slovenijo (Izvozno okno 2016č) kažejo celo, da je slovenski izvoz precej večji od ruskega v Slovenijo. Med Slovenijo in Brazilijo je torej še ogromno neizkoriščenega potenciala, tako na strani brazilskega izvoza v Slovenijo kot še bolj na strani slovenskega uvoza v Brazilijo.

Slika 4.1: Blagovna menjava med Brazilijo in Slovenijo



Vir: Prirejeno po Secex (2016).

Naslednja tabela 4.2 prikazuje sestavo brazilskega izvoza v Slovenijo v milijonih US\$ za obdobje 2013–2015. Prednjači izvoz sojine moke, ki zavzema skoraj  $\frac{3}{4}$  celotnega izvoza. Sledi ji kava s približno četrtinskim deležem, ostali proizvodi (rude, gume in drugo) pa so zanemarljivi v skupnem deležu izvoza.

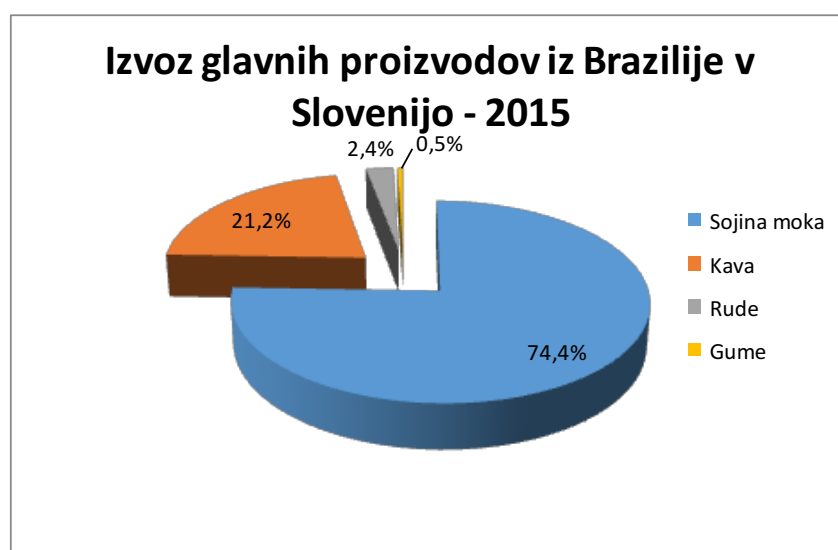
Tabela 4.2: Sestava brazilskega izvoza v Slovenijo v milijonih US\$

Skupine proizvodov	2013		2014		2015	
	Vrednost	Delež v % v celoti	Vrednost	Participacija v % v celoti	Vrednost	Delež v % v celoti
Sojina moka	233	68,6%	274	69,8%	283	74,4%
Kava	91	26,8%	105	26,8%	81	21,2%
Rude	0	0,0%	0	0,0%	9	2,4%
Gume	4	1,1%	2	0,5%	2	0,5%
<b>vmesni znesek</b>	<b>328</b>	<b>96,6%</b>	<b>381</b>	<b>97,1%</b>	<b>375</b>	<b>98,5%</b>
<b>drugi proizvodi</b>	<b>12</b>	<b>304,0%</b>	<b>11</b>	<b>2,9%</b>	<b>6</b>	<b>1,5%</b>
<b>znesek</b>	<b>340</b>	<b>100,0%</b>	<b>392</b>	<b>100,0%</b>	<b>381</b>	<b>100,0%</b>

Vir: Prirejeno po Secex (2016).

Spodnji graf (Slika 4.2) ponazarja brazilski izvoz za leto 2015, v katerem se je nekoliko zmanjšal izvozni delež kave in povečal delež izvoza rudnin. Vseeno še niso zabeleženi nobeni vidni deleži višje razvitih tehnoloških izdelkov, s katerimi Brazilija nedvomno razpolaga, a zanje še niso bile vzpostavljene izvozne poti.

Slika 4.2: Izvoz glavnih proizvodov iz Brazilije v Slovenijo – 2015



Vir: Prirejeno po Secex (2016).

Spodnja tabela 4.3 pa prikazuje sestavo slovenskega uvoza v Brazilijo v milijonih US\$ za obdobje 2013–2015. Slovenci izvažamo največ visokotehnoloških izdelkov, med katerimi prednjačijo električni stroji (cca. 1/3 deleža uvoza), farmacevtski proizvodi, ki so iz leta v leto v porastu, in mehanski stroji, katerih uvoz je nekoliko upadel v zadnjih treh letih. Ostali proizvodi, surovine in materiali zavzemajo majhne deleže do 5 % celotnega uvoza v Brazilijo.

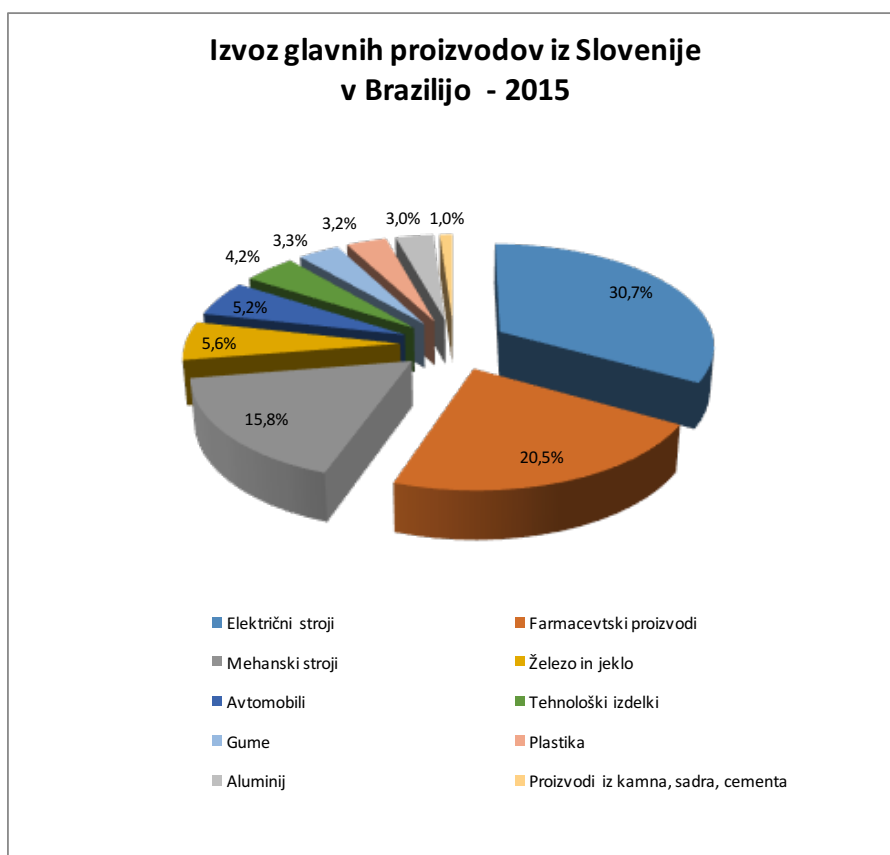
Tabela 4.3: Sestava slovenskega uvoza v Brazilijo v milijonih US\$

Skupine proizvodov	2013		2014		2015	
	Vrednost	Delež v % v celoti	Vrednost	Delež v % v celoti	Vrednost	Delež v % v celoti
Električni stroji	32,4	37,7%	26,5	35,7%	19,3	30,7%
Farmacevtski proizvodi	11,9	13,9%	9,6	12,9%	12,8	20,5%
Mehanski stroji	17,3	20,0%	14,1	19,0%	9,9	15,8%
Železo in jeklo	4,4	5,1%	4,9	6,6%	3,5	5,6%
Avtomobili	5	5,8%	3,7	5,0%	3,2	5,2%
Tehnološki izdelki	3,5	4,1%	4	5,3%	2,6	4,2%
Gume	2,3	2,7%	2,5	3,3%	2	3,3%
Plastika	1,8	2,1%	2,2	2,9%	2	3,2%
Aluminij	1,2	1,4%	1	1,4%	1,9	3,0%
Proizvodi iz kamna, sadra, cementa	0,8	1,0%	1	1,3%	0,6	1,0%
<b>drugi proizvodi</b>	<b>5,3</b>	<b>6,2%</b>	<b>4,9</b>	<b>6,6%</b>	<b>4,7</b>	<b>7,6%</b>
<b>znesek</b>	<b>86,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>74,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>62,6</b>	<b>100,0%</b>

Vir: Prirejeno po Secex (2016).

Spodnji graf (Slika 4.3) ponazarja izvoz glavnih proizvodov iz Slovenije v Brazilijo za leto 2015. Pričakovati je, da se bo delež farmacevtskih proizvodov še povišal in morda prehitel izvoz električnih strojev. Slovenija ima glede na vrednost izvoza v nekatere druge primerljivo velike države vsekakor še ogromno neizkoriščenega izvoznega potenciala farmacevtskih, električnih in drugih visokotehnoloških proizvodov, še posebej z ozirom, da v sestavi slovenskega uvoza v Brazilijo niso navedeni proizvodi informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT), za katere pa obstaja na brazilskem trgu velik potencial.

Slika 4.3: Izvoz glavnih proizvodov iz Slovenije v Brazilijo – 2015



Vir: Prirejeno po Secex (2016).

#### 4.3 Primeri nekaterih slovenskih podjetij v Braziliji v letih med 2006 – 2016

Očitno je, da je slovenski trg za številna slovenska podjetja premajhen, zato so podjetja prisiljena širiti svojo dejavnost po svetu, če hočejo preživeti v globalnem gospodarstvu. Podjetja so prisiljena velik del svoje proizvodnje prodati v tujini, nekatera pa imajo tudi vse več zaposlenih zunaj Slovenije (Svetličič 2006, 107).

Najbolj globalno poslujejo podjetja, ki so uresničevala strategijo sledenja tekmečem ali kupcem, posebej tista, ki so uspela postati dobavitelji globalnih podjetij. Dobra primera sta podjetji Kolektor in Prevent, ki sta bila tudi ena od najvidnejših predstavnikov slovenskih neposrednih investicij v Braziliji in Latinski Ameriki. Obe podjetji sta iz dejavnosti proizvodnje avtomobilskih delov in strojne opreme (Jaklič v Brglez in Zajc 2004, 277).

Prevent se je za nastop na brazilskem trgu odločil skupaj z največjim partnerjem Volkswagmom in sicer z namenom, da okrepijo sodelovanje. Podjetje je za sedež izbralo mesto Cambui v zvezni državi Minas Gerais. Za izbiro lokacije je bila ključnega pomena bližina podjetja Volkswagen. Šlo je za proizvodnjo avtomobilskih preoblek za avtomobile

Volkswagen Golf in Polo. Tovarna Prevent Thierry Brasil Ltda. je bila kasneje prodana (Cokan 2016b).

Idrijsko podjetje Kolektor je odprlo svojo podružnico Zector Technologies Industria e Comercio Ltda. v São Paulu. Zektor je bil največji proizvajalec komutatorjev v Južni Ameriki. Podjetje je bilo prodano ameriškem podjetju (Cokan 2016b).

Iskra Električna je izvažala komponente za avtomobilsko, avtobusno in traktorsko industrijo. Zaradi povečane prodaje so se odločili ustanoviti podjetje v Braziliji (Iskra do Brasil Autoelétrica Ltda.) in imeli tudi manjši proizvodni obrat. Podjetje je bilo prodano nemškemu podjetju Mähle (Cokan 2016b).

Podjetje Metal Ravne, ki je del skupine SIJ (Slovenske industrije jekla) se je lotilo trženja specialnih orodnih jekel ob pomoči podjetja Quantum International Business Corp. iz São Paula prav v letih, ko se je brazilsko gospodarstvo začelo pospešeno razvijati (SIJ 2011).

Ta našeta podjetja, ki so služila predvsem kot dobavitelji za brazilsko avtomobilsko industrijo, so imela glavne/večje slovenske investicije v Braziliji (Črnugelj 2016b).

Podjetje Tanin Sevnica je podjetje, ki se uvršča v kemično industrijo in je bilo tudi v krogu investitorjev v Braziliji v teh letih (Divković Milanović 2012).

Ponavadi v tujini investirajo podjetja predelovalne industrije (farmacevtska podjetja, proizvodnja strojev in opreme in živilskopredelovalna industrija), ki imajo večje izkušnje tako z izvozom kot drugimi (pogodbenimi) oblikami internacionalizacije (Jaklič v Brglez in Zajc 2004, 275). V Braziliji so tudi zelo visoko uvrščeni farmacevtski proizvodi, kjer je že leta navzoč Lek, ki je svoj izvoz še dodatno povečal, saj je tudi Novartis zelo močen v Braziliji (Jerič P. 2013).

Med trenutnimi vidnejšimi slovenskimi investicijami je podjetje Tajfun Planina, ki ima sedež v Curitibi, zvezni državi Parana in proizvaja gozdarske vitle (SloExport 2016).

Sektorsko je na trg stopilo združenje slovenskih podjetij iz Združenja za informatiko in telekomunikacije - ZITex, ki z 11 podjetji deluje v treh mestih (v Fortalezi - zvezna država Ceara, ter v Riu de Janeiru in São Paulu). Gre za izvozno usmerjena slovenska IKT (Informacijsko-komunikacijska tehnologija) podjetja (Žejn 2016b).

Zlatko Vukovič je investiral v podružnico Mediasoft Brasil Informatica, gre za podjetje internetne tehnologije, ki že več let uspešno posluje v Fortalezi.

Leta 2010 se je začel projekt Gorenja v Braziliji. Zbrali so izdelke iz najvišjega cenovnega razreda, za kar so se odločili zaradi uvoznih dajatev. Šlo je za dolgotrajen postopek, saj so morali prilagoditi aparate za brazilski trg. Gorenje do Brasil je leta 2012 odprlo prodajno-razstavne prostore v São Paulu, katerega fokus je prodaja vgradnih gospodinjskih aparatov (Cokan 2016b).

V zadnjih desetih letih je največ Slovencev kupovalo nepremičnine na severovzhodu Brazilije, predvsem v zvezni državi Ceara in Bahia. Eden od investorjev je Luka Ukmar, ki je leta 2009 kupil nepremičnino v mestu Ilhéus v zvezni državi Bahia in uspešno posluje z malim hotelom (hotel Dos Hibiscus) in se ukvarja s turizmom (Ukmar 2016b).

Tudi več drugih slovenskih podjetij je v zadnjih letih začelo z investicijskimi načrti v Braziliji, ki pa se po večini niso realizali.

#### **4.4 Motivacije slovenskih podjetij za realizacijo neposrednih tujih investicij**

Za slovenska podjetja je najpomembnejši motiv iskanje trgov, temu sledijo strateški motivi in povečanje učinkovitosti, medtem ko iskanje virov za slovenska podjetja ni bistvenega pomena. Velik pomen za motiv iskanja trgov se povezuje z dejstvom, da je izvozna konkurenčnost slovenskih podjetij padala, kar je pripeljalo podjetja do tega, da so morala iskati nove načine vstopa v tuje trge. Rast in krepitev konkurenčnosti podjetja sta posebej pomembni spodbudi za izhodne NTI. Z utrditvijo tržnega položaja in poznavanja lokalnih trgov pa se strateški motivi še krepijo. Iskanje strateških povezav ima za slovenska podjetja velik pomen (Jaklič in Svetličič 2005, 80–91).

Glavni motivi za investiranje v tujini so povezani s pridobivanjem in ohranjanjem trga (Jaklič in Brglez in Zajc 2004, 275). Le ob visoki stopnji izhodne internacionalizacije ter strateških povezavah je mogoča krepitev konkurenčnosti podjetja in dolgoročna rast. Realizacija strateško motiviranih investicij se ponavadi kaže v prevzemih in združitvah podjetij, kar pospeši rast, prenos tehnologije in znanja ter ustvarjanje premoženja. Le redka podjetja so kos takšnim NTI, saj zahtevajo zelo veliko znanja. Večina podjetij v tujini je ustanovljenih na novo, vendar se delež enot, ustanovljenih z združitvami in prevzemi, povečuje (Jaklič v

Brglez in Zajc 2004, 275–276).

Med investitorji v tujini so najpomembnejša podjetja, ki so si predhodno pridobila izkušnje z izvozom, saj so tako spoznala svoje ciljne trge in postopno širila svojo mrežo. Začela so na trgih, ki so geografsko in kulturno ali zgodovinsko bližji, kasneje pa tudi na bolj oddaljenih trgih (Jaklič v Brglez in Zajc 2004, 274).

Čeprav podjetja vse hitreje dopolnjujejo načine mednarodnega poslovanja in tako preskočijo določene faze, je globalizacija poslovanja povezana s postopnim procesom učenja, ki se kaže v proizvodnem procesu kot tudi usposabljanju zaposlenih. NTI so zagotovo nujni instrument za globalno poslovanje (Jaklič v Brglez in Zajc 2004, 282).

## **5 Empirična raziskava**

### **5.1 Namen in cilj**

Namen empirične raziskave je bil ugotoviti, kakšna je Brazilija kot investicijsko okolje za slovenska podjetja. S pregledom primarne in sekundarne literature sem oblikovala teoretično sliko o gospodarskih razmerah v Braziliji in o gospodarskem odnosu med Slovenijo in Brazilijo. Nadalje sem poskušala pridobiti čim več relevantnih mnenj stroke. Z odgovori na vprašanja sestavljena v ta namen, sem preverjala ujemanje mnenja posameznikov, ki so v delovanje vpleteni v praksi s predpostavkami teorije. Cilj raziskave je bil ugotoviti, ali slaba politična in ekonomska situacija ter zapletena birokracija Brazilije negativno vplivata na odločanje slovenskih podjetij za vstop na trg; nadalje tudi kolikšen poslovni potencial predstavlja Brazilija za Slovenijo. V ta namen sem oblikovala tri v uvodu predstavljene hipoteze, ki se bodo preverjale tudi s pomočjo pričujoče empirične raziskave.

### **5.2 Metoda empirične raziskave**

Kot metodo raziskave sem uporabila strukturirani intervju. Za to kvalitativno metodo sem se odločila, ker omogoča pridobivanje poglobljenih mnenj. Vprašanja so bila sestavljena na način, da iz njih pridobim mnenja, nujna za odgovore na zastavljene hipoteze. Intervjuvanci so odgovarjali na vprašanja odprtega tipa, kar jim je omogočilo izražanje poglobljenega mnenja. Sestavila sem dve različici vprašanj intervjuja. Ena je bila namenjena slovenskim podjetnikom, ki delujejo na brazilskem trgu. Druga pa je bila namenjena strokovnjakom za podjetništvo v Braziliji. Vprašanja so bila rahlo prilagojena na ciljno publiko, vendar analiza ni bila primerjalna. Intervju je potekal bodisi preko elektronske pošte, bodisi v živo. Opravila sem deset intervjujev, štiri s slovenskimi podjetniki, ki delujejo na brazilskem trgu, in šest s strokovnjaki za podjetništvo v Braziliji.

### **5.3 Predstavitev intervjuvancev**

- Andrej Vasle je poslovni svetovalec v Braziliji, ki je bil predstavnik Preventa v Braziliji.
- Luka Ukmar je podjetnik in lastnik hotela Dos Hibiscus.
- Matjaž Cokan je direktor Gorenja do Brasil in predsednik SloBraz (Slovensko-Brazilske Gospodarske Zbornice).
- Ernest Žejn je IKT strokovnjak, podjetnik in ZITex ambasador za Brazilijo.



- Martin Črnugelj je predsednik Zveze Slovencev Brazilije.
- Rok Fabjan je podpredsednik SloBraz (Slovensko-Brazilske Gospodarske Zbornice).
- Štefan Bogdan Šalej je slovenski strokovnjak v Braziliji.
- Kristina Radej je pooblaščenica ministrice, vodja Gospodarskega oddelka Veleposlaništva RS v São Paulu.
- Rainier Michael Herbert De Souza je slovenski častni konzul v zvezni državi Pernambuco.
- Boris Alves Krajnc je IKT strokovnjak, ki se zanima za slovenski trg.

#### **5.4 Obdelava intervjujev**

V nadaljevanju so predstavljeni odgovori na sedem vprašanj iz intervjuja s poslovniki in strokovnjaki glede NTI v Braziliji. Predstavljeni so povzetki odgovorov intervjuvancev na vsako vprašanje posebej, na koncu vsakega povzetka odgovorov pa je podan sklep.

#### ***1. vprašanje: Za katere strategije vstopa na brazilski trg se ponavadi odločajo slovenska podjetja in zakaj (izvozne, pogodbene, investicijske)?***

- Podjetnik Andrej Vasle iz Preventa pravi, da je takrat Prevent imel že dobro razvito sodelovanje z VW v Evropi in je bila ta investicija kot neka nadgradnja že obstoječega sodelovanja.
- Podjetnik Luka Ukmar navaja nakup nepremičnine kot investicijski razlog vstopa na brazilski trg.
- Podjetnik Matjaž Cokan pravi, da ima Gorenje na brazilskem trgu lastno podružnico, vse aparate pa uvažajo iz Slovenije. Njihova strategija je uvoz in prodaja gospodinjskih aparatov z višjo dodano vrednostjo, saj domačim proizvajalcem (90 % trga obvladujeta dva proizvajalca) zaradi visokih uvoznih dajatev sicer ne morejo biti konkurenčni. Na trgu so prisotni predvsem z njihovimi dizajnerskimi linijami, s čimer so dosegli tudi veliko prepoznavnost na trgu.
- Podjetnik Ernest Žejn iz ZITex pravi, da je bila najprej njihova strategija izvozna in sedaj se premikajo proti investicijski.
- Strokovnjak Martin Črnugelj pravi, da si pri strategiji vstopa podjetja po večini pomagajo z lokalnimi distributerji.
- Strokovnjak Rok Fabjan prav tako meni, da slovenska podjetja na brazilskem trgu v večini primerov delujejo preko lokalnih distributerjev in da imajo žal le redka tukaj svoje

prodajno zastopništvo ali svoj proizvodni obrat.

- Strokovnjak Štefan Bogdan Šalej pa meni, da slovenska podjetja na splošno nimajo nobene strategije za nastop na brazilskem trgu. Absolutna večina se jih odloča na podlagi ad hoc poslov, potem pa strategijo gradi odvisno od poslovanja.
- Strokovnjakinja Kristina Radej meni, da so manj uspešna podjetja, ki poskušajo na brazilski trg prodreti samostojno. Najuspešnejša pa so tista podjetja, ki imajo dolgoletne izkušnje in so navezala stike z morebitnimi partnerji na mednarodnih dogodkih v tujini ter so dobro znana v svoji panogi.
- Strokovnjak Rainier Michael Herbert De Souza izpostavlja, da vstop na brazilski trg zahteva posebno pozornost in potrpežljivost, saj gre za državo v razvoju. Zaradi tega je potrebna večja institucionalna podpora slovenskim podjetjem pri vstopanju na brazilski trg.

*Sklep: Kot je videti, si intervjuvanci niso enotni glede izdelane strategije vstopanja slovenskih podjetij na brazilski trg, nekateri (Šalej) celo menijo, da slovenska podjetja pri tem nimajo nobene strategije. Tudi iz odgovorov podjetnikov je razbrati, da je šlo pri vstopu na brazilski trg predvsem za samostojne akcije, čeprav strokovnjaki (Kristina Radej) izpostavljajo pomen predhodnega navezovanja stikov z morebitnimi poslovnimi partnerji in tudi institucionalno podporo (Rainier Michael Herbert De Souza). Vsekakor, kot je moč razbrati iz odgovorov, neke skupne strategije vstopa slovenskih podjetij na brazilski trg ni.*

**2. vprašanje: Kateri je bil glavni dejavnik pri izbiri lokacije v Braziliji? (To vprašanje je bilo zastavljeno samo podjetnikom.)**

- Andrej Vasle je kot glavne dejavnike pri izbiri lokacije navedel bližino strank, ceno delovne sile in stopnjo obdavčitve.
- Luka Ukmar je navedel podnebje, turistično razvitost in cene nepremičnin.
- Matjaž Cokan pravi, da pri izbiri lokacije niso imeli pomislekov. Izbrali so São Paulo, saj je poslovno središče Brazilije in Južne Amerike, kjer je tudi največja kupna moč. Njihov razstavni prostor je lociran v četrti, kjer so prisotni vsi pomembnejši prodajalci pohištva, kuhinj, dekoracije in ostale opreme za dom. To je tudi referenca za vso ostalo Brazilijo.
- Ernest Žejn izpostavlja bližino obstoječih uporabnikov programske opreme v Fortalezi. Nato pa selitev fokusa na bolj zrela mesta, tj. São Paulo, ki je gospodarska prestolnica.

*Sklep: Iz odgovorov je razbrati, da investitorji iščejo bližino strank in razvitega okolja. Vedeti je treba, da je Brazilija država z izrazito neenakomerno razvitostjo, zato je izbira lokacije lahko odločilnega pomena, kar se zavedajo tudi investitorji.*

**3. vprašanje: Kakšni so motivi slovenskih podjetij za realizacijo tujih neposrednih investicij v Braziliji (velikost trga, rast trga, spodbude za tuje investitorje, nižji stroški dela idr.)?**

- Andrej Vasle izpostavlja že vzpostavljen dober poslovni stik s končnim kupcem (VW) in obojestransko željo, da se sodelovanje okrepi.
- Luka Ukmar izpostavlja željo po nečem novem, delo v okolju s prijaznim podnebjem in nezadostna sredstva za podobno investicijo v Evropi.
- Matjaž Cokan pravi, da je v strateškem načrtu Gorenja širjenje in večja prisotnost na neevropskih trgih. Brazilija je država kontinentalnih razsežnosti. Trg bele tehnike je zelo velik, njihov fokus pa je prodaja vgradnih gospodinjstevskih aparatov. Ta segment je v Braziliji v vzponu zaradi povečanja kupne moči nižjega in srednjega sloja prebivalstva. Kljub trenutni gospodarski in politični krizi je Brazilija po njegovem perspektiven trg.
- Ernest Žejn izpostavlja prisotnost njihovih obstoječih kupcev na tržišču še pred letom 2008, organsko rast, BRICS tržišče in zanimiv potencial.
- Strokovnjak Martin Črnugelj pripisuje največji pomen velikosti trga.
- Prav tako Rok Fabjan pravi, da Brazilija predstavlja največje gospodarstvo ter največji trg Latinske Amerike. Je tudi ena najbogatejših držav na svetu, kar se tiče naravnih bogastev. Poleg tega je članica trgovinske zveze Mercosur in kot taka zelo primerna kot izhodišče za poslovanje na trgih številnih držav Latinske Amerike. Kot takšna je eden pomembnejših trgov slovenskih in tujih globalno usmerjenih podjetij. Z ustanovitvijo podružnice v Braziliji je podjetje bližje svojim partnerjem, predvsem pa se mu s tem odprejo nekatere možnosti znižanja uvoznih dajatev, ki so v Braziliji praviloma resnično visoke, še pravi Fabjan.
- Štefan Bogdan Šalej izpostavlja velikost trga, v avtomobilski industriji pa povezavo z matičnimi podjetji, ki imajo podružnice tudi v Braziliji.
- Kristina Radej daje pomen investicijam v Braziliji v primeru manjšega zanimanja konkurenčnih podjetij.
- Boris Krajnc Alves izpostavlja velikost trga, manj reguliran trg od evropskega, pričakovano rast trga in ugodno valutno menjavo.
- Rainier Michael Herbert De Souza poudarja pomen trga, ki je zelo dinamičen. Opozarja tudi na ogromne razlike med regijami, kjer se stroški dela med njimi razlikujejo do 40 %.

Pravi še, da je Brazilija gonilna sila Mercosura, zato se spleča investirati vanjo za prodor v skupen trg držav Mercosura.

*Sklep: Največkrat naveden motiv slovenskih podjetij za realizacijo tujih neposrednih investicij v Braziliji je velikost trga, kar je razumljivo glede na več kot 200 milijonov prebivalcev v Braziliji in velikost Brazilije same. Brazilija je ogromen trg, ki bo še naprej rasel, in z investiranjem v Brazilijo kot vodilno članico Mercosura se hkrati odpirajo poslovne možnosti za investicije v druge države Mercosura in Južne Amerike.*

**4. vprašanje: S katerimi ovirami se soočajo slovenska podjetja oz. ste se soočali na brazilškem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

- Andrej Vasle pravi, da v prvem letu, ko so prišli, je bila huda energetska kriza, takoj naslednje leto politična kriza, velika nihanja lokalne valute, velika kompleksnost tukajšnje zakonodaje in slaba kvalifikacija delovne sile.
- Luka Ukmar pravi, da je glavna ovira birokracija, ne samo državna, pač pa tudi vsa birokracija v velikih podjetjih. Monopol na trgu povzroči visoke cene osnovnih storitev in izredno slabo kvaliteto le-teh. Druga ovira je izredno nizka kvalificiranost delovne sile, slabe poslovne in delovne navade. Davčna politika, ki otežuje delo manjših podjetij. Delovna zakonodaja, ki ščiti delavca v 100 % primerih, kar pomeni, da je delodajalec talec nekvalificiranih zaposlenih in vsaka manjša napaka ga lahko stane celo premoženje, še pravi Ukmar.
- Matjaž Cokan pravi, da so se soočali z vsemi iz vprašanja omenjenimi ovirami. Vendar pa se po njegovem s temi problemi soočajo vsa podjetja, tako tuja kot domača.
- Za Ernesta Žejna največji izziv predstavlja slabo politično okolje, nezaupanje gospodarstva v okrevanje in upad porabe. Nestabilna valuta lahko ob ustreznih varovalnih inštrumentih pomeni manjše tveganje, največje pa upad potrošnje in pesimizem.
- Martin Črnugelj izpostavlja nepoznavanje brazilškega trga in nepripravljenost podjetij. In nestabilnost trga, ki je po njegovem največja ovira. Če je velikost trga zanj po eni strani prednost, je po drugi strani tudi slabost zaradi velikih razdalj.
- Rok Fabjan navaja zapleteno birokracijo, državni protekcionizem in s slednjim povezane visoke uvozne dajatve.
- Štefan Bogdan Šalej glavno težavo vidi v lastnem neznanju podjetij in pomanjkanju strategije nastopa.

- Kristina Radej pravi, da so za podjetja, ki poslujejo v Braziliji, največja ovira neprimerni davčni predpisi in visoke davčne stopnje, neučinkovita administracija, omejevalna delavska zakonodaja in pomanjkljiva infrastruktura.
- Boris Krajnc Alves izpostavlja politično in ekonomsko nestabilnost.
- Rainier Michael Herbert De Souza izpostavlja težave pri premagovanju kulturne različnosti med regijami, druga težava je zakonodajna, saj je treba upoštevati zvezno, državno in občinsko raven zakonodaje, tretji problem pa je za podjetja neugodna delavska zakonodaja.

*Sklep: Kot je videti, večina intervjuvancev izpostavlja birokratske ovire in nestabilno politično in ekonomsko okolje, le Štefan Bogdan Šalej pravi, da je za neuspeh krivo lastno neznanje podjetij. Glede na zahtevnost brazilskega trga bi vsekakor podjetja potrebovala toliko več znanja in izdelanih strategij vstopanja na trg.*

**5. vprašanje: Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

- Andrej Vasle pravi, da je pomembno razumevanje tukajšnjih dejavnikov, navad, in zelo dobro je, če firma že ima kakšne poslovne kontakte oz. izkušnje tukaj.
- Luka Ukmar pravi, da je pomembna vztrajnost, kvaliteta storitve, znanje in seveda prilagoditev brazilskim razmeram. Zelo pomembna je dobra pripravljenost in raziskava brazilskega trga in študija brazilske miselnosti.
- Matjaž Cokan pravi, da je pred odločitvijo o vstopu seveda pomembno dobro raziskati in poznati trg. Pomembna je tudi dobra izbira lokalnih partnerjev. Pred kratkim je isto vprašanje zastavil direktorju za mednarodne odnose in gospodarsko sodelovanje pri vladi Ria de Janeira. V šali mu je odgovoril: "Najprej si najдите dobrega odvetnika in računovodjo." V tem je, kot pravi Matjaž Cokan, veliko resnice.
- Ernest Žejn pravi, da je najpomembnejša lokalna prisotnost in vztrajnost (ob predpostavki, da ima podjetje dovolj finančnih virov).
- Martin Črnugelj je mnenja, da morajo podjetja najprej zbrati podatke o trgu, oceniti brazilski trg in konkurente. Prav tako morajo oceniti svoje sposobnosti. Spoznati morajo vse karakteristike brazilskega trga (zakonodaja, birokracija itd.) in se potem lotiti analize trga in njegovih značilnosti. Za vse to je potrebna prisotnost. Pri vseh teh fazah je potrebna pomoč SloBraz gospodarske zbornice.
- Za Roka Fabjana je pomembna izbira pravega poslovnega partnerja, zavedanje, da

rezultatov ne bo čez noč ter skladno s tem vztrajnost na trgu.

- Za Štefana Bogdana Šaleja je najpomembnejša izdelana strategija.
- Kristina Radej pravi, da kot kažejo izkušnje, je na zahteven in velik brazilski trg treba vstopati organizirano oziroma sektorsko. Brazilsko gospodarstvo je namreč izrazito sektorsko usmerjeno, pri čemer v državi ne obstaja osrednja gospodarska zbornica, temveč se podjetja združujejo na sektorskih in regionalnih ravneh.
- Boris Krajnc Alves pripisuje največji pomen poznavanju trga in njegovih možnosti, identifikaciji glavnih konkurentov in ustvarjanju mreže kontaktov, ki je ključnega pomena za uspeh v Braziliji. V tem smislu je odprtje podjetja v sodelovanju z lokalnimi partnerji lahko ključno za uspeh.
- Rainier Michael Herbert De Souza pravi, da je uspeh odvisen od strateške informiranosti, postopka dozorevanja posla za internacionalizacijo in institucionalnega odnosa med prodajnimi podjetji in industrijo.

*Sklep: Večina intervjuvancev meni, da je zelo pomembno predhodno poznavanje trga, na trg pa je po možnosti treba vstopiti v sodelovanju z lokalnimi partnerji znotraj urejenega institucionalnega odnosa. Samostojnemu prodoru na trg se malo verjetno obeta uspeh.*

#### **6. vprašanje: Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

- Andrej Vasle meni, da je bila prva polovica tega obdobja precej boljša za investicije kakor pa druga, sploh v zadnjih 2-3 letih, ko se je situacija začela slabšati.
- Luka Ukmar pravi, da je do leta 2014 investicije oteževalo prenapihnjeno stanje brazilskega reala, od takrat naprej pa nestabilne ekonomske, socialne in politične razmere.
- Matjaž Cokan ocenjuje, da je do leta 2014/15 imela Brazilija veliko gospodarsko rast in je bila zelo privlačna za tuje investitorje. Po letu 2015 z začetkom politične in gospodarske krize so tuje investicije zelo upadle in mnogo tujih investitorjev se je tudi umaknilo iz države. Meni pa, da je ne glede na prehodno krizno obdobje čas za investicije pravi.
- Za Ernesta Žejna je bilo investicijsko okolje v tem časovnem obdobju na enakem nivoju po ne/ugodnosti.
- Martin Črnugelj pravi, da je bilo investicijsko okolje skoraj v vseh teh letih ugodno, ampak problem so bili pristopi podjetij. Primeri pristopa slovenskih investicij v teh letih so bili napačni. Pripeljati par kontejnerjev v Brazilijo definitivno ni pravi način. Prav tako se

nikoli ne sme vzeti posojila v Braziliji, saj ima Brazilija največje realne obresti na svetu. Če hoče slovensko podjetje investirati, mora investirati s kapitalom iz Slovenije, pravi Črnugelj. Trenutna gospodarska kriza po njegovem ni problem, kriza je kvečjemu priložnost. Samo jo je potrebno znati dobro izkoristiti, kot so to znala izkoristiti večja TNP podjetja v 60ih in 80ih. In zato je potrebna zelo dobra pripravljenost. Brazilski trg definitivno ni za začetnike po mnenju Črnuglja.

- Rok Fabjan pravi, da je bilo gibanje brazilskega BDP-ja v tem obdobju zelo pestro, kar je tudi sicer stalnica brazilske ekonomije. Njihove investicije so bile gotovo številčnejše v času ekspanzije, medtem ko so se v zadnjih dveh letih precej znižale, skladno s krčenjem BDP-ja. Brazilsko okolje sicer v primerjavi z le-tem, ki ga v zadnjih časih poznamo v EU, ni pretirano naklonjeno investicijam, saj recimo le izjemoma ponuja nepovratna ali subvencionirana sredstva. Dejstvo pa je, da večina trgov raste s precej višjo stopnjo in skladno s tem nudi večje stopnje rasti prodaje in večje dobičke.
- Štefan Bogdan Šalej ocenjuje odlične možnosti investicijskega okolja do leta 2012, zahtevnejše izzive po letu 2014 in velike možnosti za tistega, ki gleda dolgoročno.
- Kristina Radej pravi, da glede na trenutne politično-gospodarske razmere v državi in počasnejši tempo okrevanja celotnega brazilskega gospodarstva je zanimanje za sklepanje novih poslovnih vezi s podjetji iz tujine temu primerno manjše. Pričakovati je, da se bodo razmere že v kratkem izboljšale, predvidoma v začetku oziroma v prvi polovici prihodnjega leta. Posamezni kazalci tako že kažejo, da so se predvsem tuji vlagatelji že začeli vračati v državo. Z nedavno zamenjavo predsednice Rouseffove pa postaja po mnenju Kristine Radej celotno poslovno okolje bolj optimistično.
- Boris Krajnc Alves pravi, da je Brazilija v tem obdobju občutno odprla svoj trg in olajšala vstop novim podjetjem s poenostavljenjem in zmanjšanjem birokracije.
- Rainier Michael Herbert De Souza obdobje ocenjuje kot odlično, saj je imela Brazilija v nekaterih regijah gospodarsko rast primerljivo s Kitajsko. Kljub težavam, da država ohrani ravnovesje med različnimi regijami in panogami, ostaja Brazilija velik potencial za tuje investitorje.

*Sklep: Intervjuvanci po večini izpostavljajo nekoliko ugodnejše razmere pred nastopom krize zadnjih treh let, a po drugi strani poudarjajo, da slabše trenutno gospodarsko stanje ne sme biti ovira, če je vstop na brazilski trg premišljen. Celotno obdobje zadnjih deset let je korak naprej z ozirom na visoko povprečno gospodarsko rast, ekonomska situacija pa se v Braziliji*

*lahko iz leta v leto spreminja, vendar je priložnosti za investicije vseeno dovolj.*

**7. Vprašanje: V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

- Andrej Vasle pravi, da je ena izmed bolj zanimivih panog ITK, obnovljivi viri energije in pa zelo nišne in specifične firme.
- Luka Ukmar vidi neizkoriščen potencial v vseh sektorjih.
- Ernest Žejn izpostavlja Informacijske tehnologije, prenos visokotehnološkega znanja, prenos intelektualne lastnine in celotno storitveno dejavnost.
- Matjaž Cokan priložnosti vidi predvsem v sektorski povezanosti in skupnem nastopu podjetij na brazilskem trgu. V lanskem letu so na pobudo gospodarskega predstavništva VP RS ustanovili SLOBRAZ, Slovensko-Brazilsko Gospodarsko Zbornico, prav z namenom spodbujanja in podpore slovenskim podjetjem pri vstopu na brazilski trg. Z združenjem ZITex (združenje podjetij, izvoznikov IKT tehnologij pri GZS) na primer sodelujejo pri ustanavljanju predstavniške pisarne v Braziliji. Ta pisarna bo nudila vso pomoč, podporo in operativne rešitve podjetjem, članom združenja, ki začenjajo posle v Braziliji. In seveda tistim, ki si to želijo, pa ne vedo, kje začeti. Podobne načrte imajo tudi s turističnim sektorjem. Priložnosti je veliko in ko stopimo skupaj, smo močnejši, meni Cokan.
- Martin Črnugelj izpostavlja infrastrukturo in definitivno IT, kjer lahko slovenska podjetja doprinesejo in dosežejo še mnogo v Braziliji.
- Rok Fabjan meni, da je brazilski trg s svojo velikostjo lahko zanimiv za različna izvozno usmerjena in globalno konkurenčna podjetja. Glede na visoko specializiranost nekaterih slovenskih nišnih proizvajalcev verjame, da imajo velik potencial številni slovenski nišno usmerjenimi proizvodi. Prav tako je večina slovenskih podjetij relativno majhnih in tako na tako obsežnem trgu težko konkurirajo.
- Štefan Bogdan Šalej izpostavlja IKT, področje predelovalne industrije in industrije za avtodele.
- Kristina Radej priporoča sektorsko povezavo pri vstopu na trg predvsem slovenskim podjetjem na področju informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT), podjetjem, ki ponujajo rešitve na področju čiščenja voda, trajnostnega razvoja, varne hrane, pa tudi projektov, ki omogočajo povezovanje razvojnih centrov in tehnoloških parkov.
- Boris Krajnc Alves vidi največje možnosti v turističnem sektorju.
- Rainier Michael Herbert De Souza vidi največ potenciala v IKT, logistiki, turizmu,



zunanji trgovini, kreativni ekonomiji in dizajnu.

*Sklep: Večina intervjuvancev izpostavlja največji potencial za investicije v IKT in ostale visoko tehnološke panoge. Možnosti pa so seveda tudi v turizmu in drugje, vendar bodo močnejši tisti investitorji, ki se bodo pri vstopu na trg sektorsko povezovali.*

### **5.5 Preverjanje hipotez in razprava**

Po opravljenih intervjujih in analizi ter interpretaciji primarnih in sekundarnih virov lahko preverim hipoteze.

**Hipoteza 1:** *Slaba politična in ekonomska situacija negativno vplivata na odločitev slovenskih podjetij za investiranje na brazilski trg.*

Res je, da intervjuvanci po večini izpostavljajo ugodnejše razmere pred nastopom politično-ekonomske krize zadnjih treh let, a po drugi strani poudarjajo, da slabše trenutno gospodarsko stanje ne sme biti ovira, če je vstop na brazilski trg preišljen. Vsaka kriza je lahko tudi priložnost. Dejstvo je, da je brazilski real v obdobju krize izgubil svojo vrednost, kar je pocenilo NTI v Braziliji in nekatera podjetja so znala to izkoristiti. Slovenska podjetja se novim ekonomsko-političnim razmeram žal niso prilagodila, kar je opazno v upadu slovenskega izvoza v Brazilijo, ki se je v zadnjih dveh letih zmanjšal za več kot 15 %. Trenutno slaba politična in ekonomska situacija torej negativno vplivata na odločitev slovenskih podjetij za investiranje na brazilski trg, kar potrjuje prvo hipotezo.

**Hipoteza 2:** *Zapletena birokracija in davčna zakonodaja negativno vplivata na stopnjo slovenskih NTI v Braziliji.*

Večina intervjuvancev izpostavlja birokratske in davčne ovire pri vstopanju na brazilski trg. Stališče se ujema s teorijo, predstavljeno v tretjem delu naloge, kjer je med drugim navedeno, da sta kompleksen davčni sistem in birokracija glavni oviri za povečanje produktivnosti in konkurenčnosti v Braziliji (IADB 2016, 9). Davčna in birokratska zapletenost izhaja tudi iz tega, ker se v Braziliji davki pobirajo na treh ravneh – zvezni, državni in občinski (Svetovna banka 2006, 9). Glede na to, da slovenski podjetniki pred vstopom na brazilski trg, kot je bilo ugotovljeno iz intervjujev, navadno nimajo izdelane strategije in ne razpolagajo z dovoljšnjim znanjem o zapletenosti birokratskih postopkov v Braziliji, ne preseneča, da veliko slovenskih

podjetnikov v Braziliji ne uspe. To je tudi posledica, da se relativno malo slovenskih podjetnikov odloča za vstop na brazilski trg. Brez izdelane strategije in poznavanja brazilске zakonodaje se pač v Braziliji ne da poslovno uspeti. Zapletena birokracija in davčna zakonodaja torej negativno vplivata na stopnjo slovenskih NTI v Braziliji, kar potrjuje drugo hipotezo.

**Hipoteza 3:** *Brazilija kljub trenutni slabi politično-ekonomski situaciji predstavlja neizkoriščen potencial za slovenska podjetja.*

Največkrat naveden motiv s strani intervjuvancev za realizacijo NTI v Braziliji je velikost njenega trga, ki predstavlja ogromen in še neizkoriščen potencial. Večina intervjuvancev izpostavlja največji potencial za investicije v IKT in ostale visoko tehnološke panoge in pri vstopu na trg predlaga sektorsko povezovanje. Slovenija ima glede na vrednost izvoza v nekatere druge primerljivo velike države vsekakor še ogromno neizkoriščenega izvoznega potenciala farmacevtskih, električnih in drugih visokotehnoloških proizvodov, še posebej z ozirom, da v sestavi slovenskega uvoza v Brazilijo še niso navedeni proizvodi informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT), ki po mnenju intervjuvancev predstavljajo največji potencial. Brazilija torej kljub trenutni slabi politično-ekonomski situaciji predstavlja neizkoriščen potencial za slovenska podjetja, kar potrjuje tudi tretjo hipotezo.

**Tabela 5.1: Preverjanje hipotez**

	<b>HIPOTEZA</b>	<b>STATUS</b>
<b>Hipoteza 1:</b>	<i>Slaba politična in ekonomska situacija negativno vplivata na odločitev slovenskih podjetij za investiranje na brazilski trg.</i>	Hipoteza JE potrjena.
<b>Hipoteza 2:</b>	<i>Zapletena birokracija in davčna zakonodaja negativno vplivata na stopnjo slovenskih NTI v Braziliji.</i>	Hipoteza JE potrjena.
<b>Hipoteza 3:</b>	<i>Brazilija kljub trenutni slabi politično-ekonomski situaciji predstavlja neizkoriščen potencial za slovenska podjetja.</i>	Hipoteza JE potrjena.

## 6 Sklep

V pričujoči magistrski nalogi sem preučevala investicijsko okolje Brazilije za slovenska podjetja. Predmet mojega preučevanja so bile NTI, najprej opredeljene v teoriji, v empiričnem delu naloge pa analizirane tudi v praksi, kot se kaže z vstopanjem slovenskih podjetij na brazilski trg. O tem sem pridobila informacije s pomočjo intervjujev s podjetniki in strokovnjaki za podjetništvo v Braziliji.

Po opravljeni teoretični in empirični analizi, ki je potrdila vse tri uvodoma zastavljene hipoteze, ugotavljam, da je že tako maloštevilno prisotnost slovenskih investicij na brazilskem trgu dodatno prizadela gospodarska kriza v Braziliji zadnjih treh let, ko se je denarni tok investicij še zmanjšal. Brazilija predstavlja komaj 47. najpomembnejši trg za slovenska podjetja, čeprav je ena največjih držav s praktično neomejenim potencialom za NTI. Tega se dobro zavedajo tudi slovenski podjetniki, pa vendar do sedaj še ni uspel večji slovenski podjetniški preboj, ki ga v največji meri ovirata zapletena brazilaska birokracija in davčna zakonodaja. Slovenskim podjetnikom manjka dobro pripravljena strategija in sektorsko povezovanje za uspešen prodor na brazilski trg.

Na vidiku pa se vendar kažejo zametki nečesa novega, pozitivnega. Lansko leto je bila namreč na pobudo gospodarskega predstavništva veleposlaništva RS ustanovljena slovensko-brazilaska gospodarska zbornica (SloBraz), »prav z namenom spodbujanja in podpore slovenskim podjetjem pri vstopu na brazilski trg« (Cokan 2016a). Dve od vidnejših slovenskih podjetij na brazilskem trgu, podjetje Gorenje in združenje ZITex (združenje podjetij, izvoznikov IKT tehnologij pri GZS), na primer že sodelujeta pri ustanavljanju predstavniške pisarne v Braziliji, »ki bo nudila vso pomoč, podporo in operativne rešitve podjetjem, članom združenja, ki začenjajo posle v Braziliji. In seveda tistim, ki si to želijo, pa ne vedo, kje začeti« (Cokan 2016a). Povezovanje pri vstopu na zahteven brazilski trg je namreč nujno. Če bodo slovenski podjetniki in podjetja ob dobri institucionalni podpori stopili skupaj, se nam glede slovenskih neposrednih investicij v Braziliji obetajo boljši časi.

## 7 Literatura

- 1) Abreu Campanario, Milton de, Eva Stal in Marcello Muniz da Silva. 2012. *Outward FDI from Brazil and its policy context*. Columbia University: Vale Columbia Center on Sustainable International Investment. Dostopno prek: [http://ccsi.columbia.edu/files/2014/03/Profile-\\_Brazil\\_OFDI\\_10\\_May\\_2012\\_-\\_FINAL.pdf](http://ccsi.columbia.edu/files/2014/03/Profile-_Brazil_OFDI_10_May_2012_-_FINAL.pdf) (5. julij 2015).
- 2) Alves Pinto, Mairun Junqueira. 2011. *Investimentos diretos estrangeiros no setor sucroenergético*. Magistrsko delo. Ribeirao Preto: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade.
- 3) Alves Teixeira, Rodrigo in Eduardo Costa Pinto. 2012. A economia política dos governos FHC, Lula e Dilma: dominância financeira, bloco no poder e desenvolvimento econômico. *Economia e Sociedade* 21: 909–941.
- 4) Apex Brasil. 2016. *Capital estrangeiro*. Dostopno prek: [http://www.apexbrasil.com.br/uploads/Ficha%20Legal%20%20Capital%20Estrangeiro%20%20PORTUGUÊS%20\(1\).pdf](http://www.apexbrasil.com.br/uploads/Ficha%20Legal%20%20Capital%20Estrangeiro%20%20PORTUGUÊS%20(1).pdf) (25. maj 2016).
- 5) BACEN. 2016. *Taxas de Câmbio*. Dostopno prek: <http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpesq.asp?id=txcotacao> (5. september 2016).
- 6) Beath, Andrew, Kathrin Frauscher, Michael Jarvis in José Guilherme dos Rei. 2008. *The Investment Climate in Brazil, India, and South Africa: A Comparison of Approaches for Sustaining Economic Growth in Emerging Economies*. DC: World Bank Washington.
- 7) Brglez Milan in Drago Zajc. 2004. *Globalizacija in vloga malih držav: Slovenija v procesih globalizacije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 8) CNC. 2015. *Síntese da Economia Brasileira 2015*. Dostopno prek: [http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/sintese\\_da\\_economia\\_brasileira\\_2015\\_web2.pdf](http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/sintese_da_economia_brasileira_2015_web2.pdf) (05. julij 2016).
- 9) Cokan, Matjaž. 2016a. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 10. september.
- 10) --- 2016b. Osebna komunikacija. São Paulo, 7. maj.
- 11) Collins, David. 2013. *The BRIC States and Outward Foreign Direct Investment*. Oxford: Oxford University Press.
- 12) Črnugelj, Martin. 2016a. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 12. september.
- 13) --- 2016b. Osebna komunikacija. São Paulo, 7. maj.
- 14) Denisia, Vintila 2010. Foreign Direct Investment Theories: An Overview of the Main FDI. *European Journal of Interdisciplinary Studies* 2 (2): 104–110.

- 15) Demšar, Pavel. 2007. *Strateški vidiki razvijanja odnosov v mednarodnem medorganizacijskem trženju*. Magistrsko delo. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.
- 16) Divković Milanović, Irena. 2012. Mirko Tuš v Braziliji prodaja apartmaje. *Slovenske novice*, 7. april. Dostopno prek: <http://www.slovenskenovice.si/novice/slovenija/mirkotus-v-braziliji-prodaja-apartmaje> (5. september 2016).
- 17) Fabjan, Rok. 2016. Intervju z avtorjem. Rio de Janeiro, 5. avgust.
- 18) Gomes Saraiva, Miriam. 2014. Balanço da política externa de Dilma Rousseff: Perspectivas futuras? *Relações internacionais* 44: 25–35.
- 19) FIAS. 2001. *Legal, policy and administrative barriers to investment in Brazil*. Dostopno prek: [http://czbrcham.org/yahoo\\_site\\_admin/assets/docs/PUBBrazilReportVolIII.2525055.pdf](http://czbrcham.org/yahoo_site_admin/assets/docs/PUBBrazilReportVolIII.2525055.pdf) (25. maj 2016).
- 20) Gennari Marques, Adilson 2001. Globalização, neoliberalismo e abertura econômica no Brasil nos anos 90. *Pesquisa e debate* 13 (1): 30–45.
- 21) Hebous, Shafik in Martin Ruf. 2010. *What determines the FDI mode of entry?* The University of Nottingham. Dostopno prek: <http://nottinghamcourses.ac.uk/gep/documents/conferences/2010/postgraduate/shafik-hebous-pgr2010.pdf> (25. maj 2016).
- 22) IADB. 2003. *Entraves Fiscais do Sistema Tributário Brasileiro ao Investimento Estrangeiro*. Dostopno prek: <https://publications.iadb.org/handle/11319/2186?locale-attribute=pt> (5. julij 2016).
- 23) --- 2016. *Brazil - IDB Country Strategy (2016-2018)*. Dostopno prek: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=40167831> (25. maj 2016).
- 24) IBGE. 2016. *Contas Nacionais*. Dostopno prek: [ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas\\_Nacionais/Contas\\_Nacionais\\_Trimestrais/Tabelas\\_Completas/Tab\\_CompI\\_CNT.zip](ftp://ftp.ibge.gov.br/Contas_Nacionais/Contas_Nacionais_Trimestrais/Tabelas_Completas/Tab_CompI_CNT.zip) (5. september 2016).
- 25) Ius Info. 2016. *Brazilija – mednarodni dvostranski akti*. Dostopno prek: <http://www-novi.iusinfo.si/Register/Geslovnik.aspx?Src=8KKk84br61SbonM6NtfZSK%2BkdROsFsZbP7yEScn9ppo5SyDXf3FSxZ0nisYOFNjCX55Ilib7RSG0jan3YmBcA5HA2OB B%2Bj9sbZvrcy4s47Q%3D&Stran=1> (25. maj 2016).
- 26) Itaú. 2016. *Long Term Scenario*. Dostopno prek: [https://www.itaubr/\\_arquivosestaticos/itaubBA/contents/common/docs/Macro\\_Forecasts\\_Itau\\_LONG\\_RUN\\_Sep16.xlsx](https://www.itaubr/_arquivosestaticos/itaubBA/contents/common/docs/Macro_Forecasts_Itau_LONG_RUN_Sep16.xlsx) (5. September 2016).

- 27) Izvozno okno. 2016a. *Bilateralni ekonomski odnosi Brazilije s Slovenijo*. Dostopno prek: [http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki\\_o\\_drzavah/Brazilija/Pregled\\_gospodarskih\\_gibanj\\_4276.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Brazilija/Pregled_gospodarskih_gibanj_4276.aspx) (25. maj 2016).
- 28) --- 2016b. *Bilateralni ekonomski odnosi Nemčije s Slovenijo*. Dostopno prek: [http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki\\_o\\_drzavah/Nemcija/Bilateralni\\_ekonomski\\_odnosi\\_s\\_Slovenijo\\_4168.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Nemcija/Bilateralni_ekonomski_odnosi_s_Slovenijo_4168.aspx) (5. julij 2016).
- 29) --- 2016c. *Bilateralni ekonomski odnosi ZDA s Slovenijo*. Dostopno prek: [http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki\\_o\\_drzavah/ZDA/Bilateralni\\_ekonomski\\_odnosi\\_s\\_Slovenijo\\_4224.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/ZDA/Bilateralni_ekonomski_odnosi_s_Slovenijo_4224.aspx) (5. julij 2016).
- 30) --- 2016č. *Bilateralni ekonomski odnosi Rusije s Slovenijo*. Dostopno prek: [http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki\\_o\\_drzavah/Rusija/Bilateralni\\_ekonomski\\_odnosi\\_s\\_Slovenijo\\_4186.aspx](http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Rusija/Bilateralni_ekonomski_odnosi_s_Slovenijo_4186.aspx) (5. julij 2016).
- 31) Jaklič, Andreja. 2004. Globalizacija slovenskih podjetij v devetdesetih. V *Globalizacija in vloga malih držav*, ur. Milan Brglez in Drago Zajc, 269–283. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 32) Jaklič, Andreja in Matija Rojec 2013. *Neposredno investiranje slovenskih podjetij v tujini: Zakaj, kako in s kakšnimi učinki?*. Fakulteta za družbene vede: Založba FDV.
- 33) Jaklič, Andreja in Marjan Svetličič. 2005. *Izhodna internacionalizacija in slovenske multinacionalke*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 34) Jerič P., Anja. 2013. "Brazilski gospodarski uspeh je iz revščine potegnil 35 milijonov ljudi". *MMC RTV Slovenija*. 19. maj. Dostopno prek: [http://www.rtv slo.si/svet/brazilski-gospodarski-uspeh-je-iz-revschine-potegnil-35-milijonov-ljudi/308423?hc\\_location=ufi](http://www.rtv slo.si/svet/brazilski-gospodarski-uspeh-je-iz-revschine-potegnil-35-milijonov-ljudi/308423?hc_location=ufi) (5. september 2016).
- 35) Koleča, Sabina. 2010. Zunanjetrgovinska politika v državah BRIICS. *NG* 3 (4): 82–88.
- 36) Krajnc Alves, Boris. Intervju z avtorjem, São Paulo, 27. julij.
- 37) Korez-Vide, Romana, Patrick Voller in Vito Bobe. 2014. Foreign Direct Investment Location Choice Factors: Some Evidence for Brazil. *Management Dynamics in the Knowledge Economy* 2 (3): 424–439.
- 38) Lacerda, Corrêa Antônio de. 2004. *Globalização e Investimento Estrangeiro no Brasil*. São Paulo: Saraiva.
- 39) Lapuente Garrido, Ivan, Fabiano Larentis in Carlos Alberto Vargas Rossi. 2006. Orientação para o mercado externo, estratégias de entrada em mercados internacionais e performance internacional: proposições para um modelo conceitual. *Perspectiva Econômica* 3 (1): 63–73.

- 40) Makovec Brenčič, Maja. 2005. *Mednarodno poslovanje – predavanja 3*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta. Dostopno prek: [http://studentski.net/gradivo/ulj\\_ekf\\_up1\\_mpo\\_sno\\_internacionalitacija\\_podjetja\\_\\_1\\_del\\_01?r=1](http://studentski.net/gradivo/ulj_ekf_up1_mpo_sno_internacionalitacija_podjetja__1_del_01?r=1) (25. maj 2016)
- 41) Makovec Brenčič, Maja in Tone Hrastelj 2003. *Mednarodno trženje*. Ljubljana: G.V. Založba d.o.o.
- 42) Mankiw, Gregory in Michael D. Whinston 1986. Free Entry and Social Inefficiency. *The RAND Journal of Economics* 17 (1): 48–58.
- 43) Mercosul. 2016. *Saiba mais sobre o MERCOSUL*. Dostopno prek: <http://www.mercosul.gov.br/saiba-mais-sobre-o-mercosul> (5. september 2016).
- 44) Moraes, Orozimbo José de. 2003. *Investimento Direto Estrangeiro no Brasil*. São Paulo: Aduaneiras.
- 45) Morais, Lecio in Saad-Filho. 2011. Da economia política à política econômica: o novo-desenvolvimentismo e o governo Lula. *Revista de Economia Política* 31(4): 507–527. Mtigwe, Bruce. 2006. Theoretical milestones in international business: The journey to international entrepreneurship theory. *Journal of International Entrepreneurship* 4 (1): 5–25.
- 46) OECD. 2003. *Incentives-based competition for foreign direct investment: the case of Brazil*. Dostopno prek: [https://www.oecd.org/investment/investment-policy/WP-2003\\_1.pdf](https://www.oecd.org/investment/investment-policy/WP-2003_1.pdf) (25. maj 2016).
- 47) Oliveira Concer, Ronald de, Frederico Araujo Turolla in Mário Antonio Margarido. 2010. Outward Brazilian Foreign Direct Investment: Impulses and Responses. *Internext - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM* 5 (1): 132–147.
- 48) PwC. 2015. *Doing deals in Brazil*. Dostopno prek: <http://www.pwc.com.br/pt/publicacoes/institucionais/assets/2015/doing-deals-15.pdf> (5. julij 2016).
- 49) Radej, Kristina. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 7. september.
- 50) Renai. 2016. *Brazilian Official Guide on Investment Opportunities*. Dostopno prek: <http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/manuais/BrazilianOfficialGuideonInvestmentOpportunities.pdf> (5. september 2016).
- 51) SIJ – Slovenska industrija jekla. 2011. *Jeklo metala SIJ-e tudi na brazilskem soncu*. Dostopno prek: <http://www.metalravne.com/assets/magazine-files/SIJ-05-011-web.pdf> (5. september 2016).
- 52) SloExport. 2016. *Tajfun Planina*, proizvodnja strojev d.o.o. Dostopno prek: <http://www.sloexport.si/company-card?ms=5149398> (5. september 2016).

- 53) Sarti, Fernando in Mariano F. Laplane. 2002. O Investimento Direto Estrangeiro e a internacionalização da economia brasileira nos anos 1990. *Economia e Sociedade* 11 (1): 63–94.
- 54) Secex. 2016. *Eslovênia - Intercâmbio Comercial com o Brasil e Comércio Exterior*. Dostopno prek: <https://investexportbrasil.dpr.gov.br/arquivos/IndicadoresEconomicos/web/pdf/INDEslovenia.pdf> (5. julij 2016).
- 55) Silva, Lilian Fabiana da, Christiani de Paiva Campos in Friedhilde M. K. Manolescu. 2006. Investimento estrangeiro direto no Brasil. *IX Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e V Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba* 13 (24): 1269–1272.
- 56) Souza, Rainier Michael Herbert. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 16. september.
- 57) Svetličič, Marjan. 1996. *Svetovno podjetje: izzivi mednarodne proizvodnje*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- 58) Svetličič, Marjan, 2006. Slovenske multinacionalke - včeraj, danes, jutri. *Teorija in praksa* 43 (1–2): 102–122
- 59) Svetovna banka. 2006. *Doing business in Brazil*. Dostopno prek: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Subnational-Reports/DB07-Sub-Brazil> (5. julij 2016).
- 60) --- 2016. *World trade statistical review 2016*. Dostopno prek: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/wts2016\\_e/wts16\\_toc\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2016_e/wts16_toc_e.htm) (5. september 2016).
- 61) Šalej, Štefan Bogdan. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 8. september.
- 62) Šmit, Milena. 2016. Avtopralnica, razodetje resnice in 594 zelenih plastičnih metel. *Delo*, 26. marec. Dostopno prek: <http://www.delo.si/sobotna/avtopralnica-razodetje-resnice-in-594-zelenih-plasticnih-metel.html> (5. julij 2016).
- 63) Teixeira Junior, Darcy in Andre Maruch. 2014. Brazil. *Foreign direct investment report 2014*. Dostopno prek: <http://www.iflr.com/pdfs/IFLR-FDI-Report2014.pdf> (5. september 2016).
- 64) The negotiation expert. 2016. *Reservation Price*. Dostopno prek: <http://www.negotiations.com/definition/reservation-price/> (5. september 2016).
- 65) Torres, Ernani, Fernando Puga in Beatriz Meirelles. 2011. *Perspectivas do Investimento: 2010-2013*. Rio de Janeiro: BNDES.
- 66) UNCTAD. 2004. *World Investment Directory: Volume IX Latin America and the Caribbean 2004 Part 1*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/Docs/iteit20044\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/iteit20044_en.pdf) (25. maj 2016).



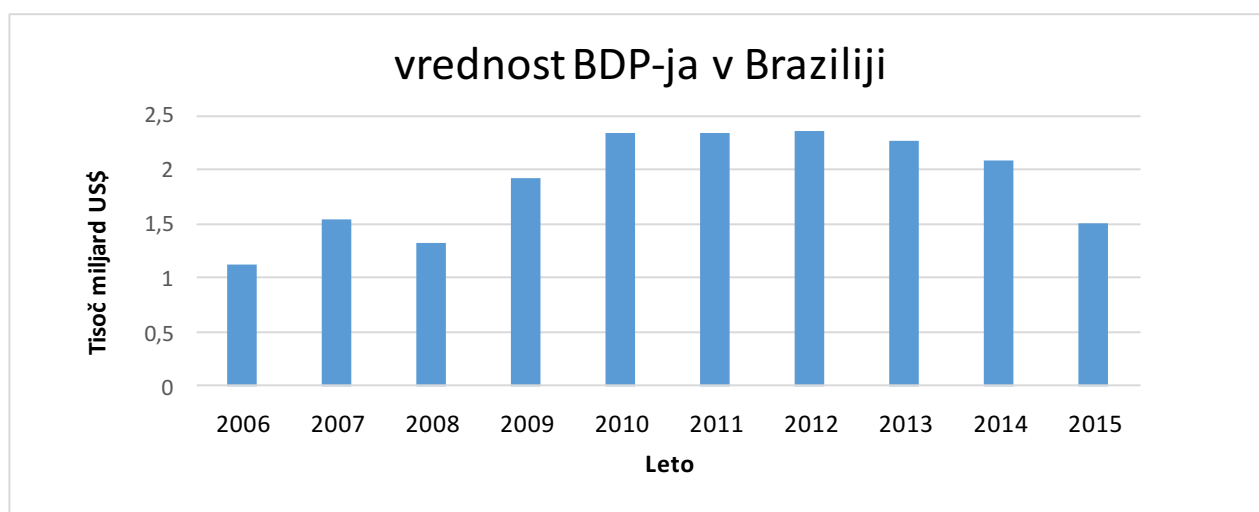
- 67)--- 2010. *World investment report 2010*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf) (5. julij 2016).
- 68)--- 2012. *World investment report 2012*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2012\\_embargoed\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2012_embargoed_en.pdf) (05. julij 2016).
- 69)--- 2013. *World investment report 2013*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf) (5. julij 2016).
- 70)--- 2014. *World investment report 2014*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf) (5. julij 2016).
- 71)--- 2015. *World investment report 2015*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf) (5. julij 2016).
- 72)--- 2016. *World investment report 2016*. Dostopno prek: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016_en.pdf) (5. julij 2016).
- 73) Ukmar, Luka. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 10. september.
- 74) Uradni list RS. 2016. *Uredba o ratifikaciji Sporazuma o vzpostavitvi diplomatskih odnosov med Republiko Slovenijo in Federativno Republiko Brazilijo*. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=65611> (5. julij 2016).
- 75) Udovič, Boštjan. 2009. *Ekonomska varnost in ekonomska diplomacija: primer tujih neposrednih investicij Nove Ljubljanske banke na trgih Zahodnega Balkana*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Ekonomska fakulteta. Dostopno prek: <http://www.cek.ef.uni-lj.si/doktor/udovic281.pdf> (5. julij 2016).
- 76) Valverde Jobim Castor, Belmiro. 1999. *Custo Brasil: muito além dos suspeitos habituais*. *Revista FAE* 2(2): 1–6.
- 77) Vasle, Andrej. 2016. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 12. september.
- 78) Wirz Leite Sá, Cláudia in Janann Joslin Medeiros. 2007. *Fatores internos que influenciam as estratégias empresariais de investimento externo direto no segmento de geração de energia elétrica no Brasil*. *III Encontro de Estudos em Estratégia*. 1–17.
- 79) Zhou, Nan. 2014. *Market Attractiveness Index for FDI: Different entry modes*. *IEMS Emerging Market Brief* 14 (01): 1–44.
- 80) Žejn, Ernest. 2016a. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 8. september.
- 81)--- 2016b. Osebna komunikacija. Ljubljana, 14. september.

## 8 Prilogi

### Priloga A: Vrednost BDP-ja v Braziliji

Leto	Tisoč milijard US\$	Vlada	R\$/US\$	Tisoč milijard R\$	%
2015	1,512	Dilma Rousseff	3,9048	5,904	-3,8
2014	2,079	Dilma Rousseff	2,6562	5,521	0,1
2013	2,269	Dilma Rousseff	2,3426	5,316	2,7
2012	2,352	Dilma Rousseff	2,0435	4,806	1,8
2011	2,332	Dilma Rousseff	1,8758	4,375	3,9
2010	2,333	Luiz Inácio Lula da Silva	1,6662	3,887	7,6
2009	1,911	Luiz Inácio Lula da Silva	1,7412	3,328	-0,2
2008	1,330	Luiz Inácio Lula da Silva	2,337	3,108	5,0
2007	1,534	Luiz Inácio Lula da Silva	1,7713	2,718	6,0
2006	1,127	Luiz Inácio Lula da Silva	2,138	2,410	4,0

Vir: Prirejeno po IBGE (2016); BACEN (2016).



Vir: Prirejeno po IBGE (2016); BACEN (2016).

## **Priloga B: Transkripcije intervjujev**

### **Podjetniki**

- **Andrej Vasle (Prevent):**

**1) Kateri so bili glavni motivi za investicijo v Braziliji?**

Glede na to, da sem prišel sem postavljat tornjo za Prevent, je bil v tistem času odločilen dober poslovni stik z končnim kupcem (VW) in obojestranska želja, da se sodelovanje okrepi.

**2) Kateri je bil glavni dejavnik pri izbiri lokacije v Braziliji?**

Med glavnimi dejavniki tukaj so bili bližina strank (logistika), cena delovne sile in davki.

**3) Za katero strategijo vstopa na brazilski trg ste se odločili in zakaj (izvozna, pogodbeno, investicijska)?**

Glede na to, da je takrat Prevent imel že dobro razvito sodelovanje z VW v Evropi, je bila ta investicija kot neka nadgradnja že obstoječega sodelovanja. Vsekakor je veliko lažje, v kolikor imaš že znanega kupca in vsaj nekaj osnovnih količin zagotovljenih.

**4) S katerimi ovirami ste se soočali na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

V prvem letu, ko smo prišli, huda energetska kriza, takoj naslednje leto politična kriza, velika nihanja lokalne valute, velika kompleksnost tukajšnje zakonodaje, slaba kvalifikacija delovne sile idr.

**5) Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Dobro razumevanje tukajšnjih dejavnikov, navad, zelo dobro je, če firma že ima kakšne poslovne kontakte oz. izkušnje tukaj, velika vztrajnost ...

**6) Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Brazilija je seveda po svoji velikosti pomemben trg, zaradi tega bi večina rada prodajala tukaj. Je pa to težko, v kolikor nisi prisoten tukaj. Mislim, da je bila prva polovica tega obdobja precej boljša za investicije kakor pa druga, sploh v zadnjih 2-3 letih, ko se je situacija začela

slabšati.

**7) V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

Zelo na splošno rečeno je ena izmed bolj zanimivih panog IKT, obnovljivi viri energije, in pa zelo nišne in specifične firme.

**- Matjaž Cokan (Gorenje in predsednik SloBraz):**

**1) Kateri so bili glavni motivi za investicijo v Braziliji?**

V strateškem načrtu Gorenja je širjenje in večja prisotnost na neevropskih trgih. Priprave na vstop na brazilski trg smo začeli v letu 2010, od leta 2012 pa imamo v São Paulu tudi razstavni salon. Brazilija je država kontinentalnih razsežnosti. Trg bele tehnike je zelo velik, naš fokus pa je prodaja vgradnih gospodinjskih aparatov. Ta segment je v Braziliji v vzponu zaradi povečanja kupne moči nižjega in srednjega sloja prebivalstva. Kljub trenutni gospodarski in politični krizi je Brazilija perspektiven trg.

**2) Kateri je bil glavni dejavnik pri izbiri lokacije v Braziliji?**

Pri izbiri lokacije nismo imeli pomislekov. Izbrali smo São Paulo, saj je poslovno središče Brazilije in Južne Amerike, kjer je tudi največja kupna moč. Naš razstavni prostor je lociran v četrti, kjer so prisotni vsi pomembnejši prodajalci pohištva, kuhinj, dekoracije in ostale opreme za dom. To je tudi referenca za vso ostalo Brazilijo.

**3) Za katere strategije vstopa na brazilski trg ste se odločili in zakaj (izvozna, pogodbena, investicijska)?**

Gorenje ima na brazilskem trgu lastno podružnico, vse aparate pa uvažamo iz Slovenije. Naša strategija je uvoz in prodaja gospodinjskih aparatov z višjo dodano vrednostjo, saj domačim proizvajalcem (90 % trga obvladujeta dva proizvajalca) zaradi visokih uvoznih dajatev sicer ne moremo biti konkurenčni. Na trgu smo prisotni predvsem z našimi dizajnerskimi linijami (Pininfarina, Karim. Rashid, ora-Ito, Starck), s čimer smo dosegli tudi veliko prepoznavnost na trgu.

**4) S katerimi ovirami ste se soočali na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

Z vsem zgoraj naštetim. Za naštevanje podrobnosti bi potreboval več prostora in časa. Vendar

pa se s temi problemi soočajo vsa podjetja, tako tuja kot domača.

**5) Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Odgovor se navezuje tudi na prejšnje vprašanje. Pred odločitvijo o vstopu je seveda pomembno dobro raziskati in poznati trg. Pomembna je dobra izbira lokalnih partnerjev. Pred kratkim sem isto vprašanje zastavil direktorju za mednarodne odnose in gospodarsko sodelovanje pri vladi Ria de Janeira. V šali je odgovoril: "Najprej si najдите dobrega odvetnika in računovodjo." V tem je veliko resnice. In veliko zgoraj naštetih ovir je lažje reševati ali preprečiti.

**6) Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Do leta 2014/15 je imela Brazilija veliko gospodarsko rast in je bila zelo privlačna za tuje investitorje. Po letu 2015 z začetkom politične krize in gospodarske krize so tuje investicije zelo upadle in mnogo tujih investitorjev se je tudi umaknilo iz države. Menim, da je ne glede na prehodno krizno obdobje čas za investicije pravi.

**7) V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

O slovenskih investicijah v Braziliji žal ne moremo govoriti, ker jih razen redkih izjem ni. Priložnost vidim predvsem v sektorski povezanosti in skupnem nastopu podjetij na brazilskem trgu. V lanskem letu smo na pobudo gospodarskega predstavništva VP RS ustanovili SloBraz, Slovensko-Brazilsko Gospodarsko Zbornico, prav z namenom spodbujanja in podpore slovenskim podjetjem pri vstopu na brazilski trg. Z združenjem ZITex (združenje podjetij, izvoznikov IT tehnologij pri GZS) na primer sodelujemo pri ustanavljanju predstavniške pisarne v Braziliji. Ta pisarna bo nudila vso pomoč, podporo in operativne rešitve podjetjem, članom združenja, ki začenjajo posle v Braziliji. In seveda tistim, ki si to želijo, pa ne vedo, kje začeti. Podobne načrte imamo tudi s turističnim sektorjem. Priložnosti je veliko in ko stopimo skupaj, smo močnejši.

- **Luka Ukmar (hotel Dos Hibiscus):**

**1) Kateri so bili glavni motivi za investicijo v Braziliji?**

Želja po nečem novem, delo v okolju s prijaznim podnebjem in nezadostna sredstva za

podobno investicijo v Evropi.

**2) Kateri je bil glavni dejavnik pri izbiri lokacije v Braziliji?**

Podnebje, turistična razvitost, cene nepremičnin.

**3) Za katere strategije vstopa na brazilski trg ste se odločili in zakaj (izvozna, pogodbeno, investicijska)?**

Investicijska. Nakup nepremičnine.

**4) S katerimi ovirami ste se soočali na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

Glavna ovira je birokracija, ne samo državna, pač pa tudi vsa birokracija v velikih podjetjih. Monopol na trgu povzroči visoke cene osnovnih storitev in izredno slabo kvaliteto le-teh. Druga ovira je izredno nizka kvalificiranost delovne sile, slabe poslovne in delovne navade. Davčna politika, ki otežuje delo manjših podjetij. Delovna zakonodaja, ki ščiti delavca v 100 % primerih, kar pomeni, da je delodajalec talec nekvalificiranih zaposlenih in vsaka manjša napaka lahko stane celo premoženje.

**5) Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Vztrajnost, kvaliteta storitve, znanje in seveda prilagoditev brazilskim razmeram. Zelo pomembna je dobra pripravljenost in raziskava brazilskega trga in študija brazilске miselnosti.

**6) Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Do 2014 je investicije oteževalo prenapihnjeno stanje brazilskega reala, od takrat naprej pa nestabilne ekonomske, socialne in politične razmere. Gre pa za ogromen trg, kar je sigurno prednost, ki jo v Sloveniji ni in pa tudi nerazvitost določenih sektorjev, pomanjkanje raznolikosti izdelkov, storitev, na splošno konkurence, odpira velike možnosti za kvalitetne izdelke in storitve od zunaj. Po drugi strani so davki na uvoz izdelkov veliki, birokracija zapletena, kar pomeni, da je velikokrat lažje enostavno investirati v proizvodnjo v Braziliji seveda s slovenskim znanjem in delovnimi navadami.

**7) V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

V vseh.

- **Ernest Žejn (ZITex):**

**1) Kateri so bili glavni motivi za investicijo v Braziliji?**

Prisotnost naših obstoječih kupcev na tržišču še pred 2008. Organska rast, BRICS tržišče in zanimiv potencial. Kasneje (ob krizi) še vedno momentum predprodajnih aktivnostih izpred kriznih časov.

**2) Kateri je bil glavni dejavnik pri izbiri lokacije v Braziliji?**

Najprej lokacija naših obstoječih uporabnikov programske opreme (Fortaleza). Nato pa selitev fokusa na bolj zrela mesta, t.j. São Paulo, ki je gospodarska prestolnica.

**3) Za katere strategije vstopa na brazilski trg ste se odločili in zakaj (izvozna, pogodbeno, investicijska)?**

Naprej čista izvozna, sedaj se premikamo proti investicijski.

**4) S katerimi ovirami ste se soočali na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

Največji izziv predstavlja slabo politično okolje, nezaupanje gospodarstva v okrevanje in upad porabe. Nestabilna valuta lahko ob ustreznih varovalnih inštrumentih pomeni manjše tveganje, največje je bilo upad potrošnje in pesimizem.

**5) Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Najpomembnejša je lokalna prisotnost ter vztrajnost (ob predpostavki, da ima podjetje dovolj finančnih virov).

**6) Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Je na enakem nivoju, čeprav je bil v vmesnem obdobju zelo pester vlakec smrti (rollercoaster).

**7) V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

Informacijske tehnologije (IKT), prenos visokotehnološkega znanja in metod, prenos intelektualne lastnine ter celotna storitvena dejavnost. Zaradi lokalno zaščitniške zakonodaje je izvoz izdelkov v BRA otežen.

## Strokovnjaki

- **Rok Fabjan (podpredsednik SloBraz):**

**1) Za katere strategije vstopa na brazilski trg se ponavadi odločajo slovenska podjetja in zakaj (izvozne, pogodbene, investicijske)?**

Slovenska podjetja na brazilskem trgu v večini primerov delujejo preko lokalnih distributerjev, le redka imajo žal tukaj svoje prodajno zastopništvo, ali pa celo svoj proizvodni obrat. Sicer je vstop tujih podjetij velikokrat izveden z nakupom brazilskega podjetja. Za ta način so se slovenska podjetja odločila le nekajkrat.

**2) Kakšne so motivacije slovenskih podjetij za realizacijo tujih neposrednih investicij v Braziliji (velikost trga, rast trga, spodbude za tuje investitorje, nižji stroški dela idr.)?**

Brazilija predstavlja največje gospodarstvo ter največji trg Latinske Amerike. Prav tako je tudi ena najbogatejših držav na svetu, kar se tiče naravnih bogastev. Poleg tega je članica trgovinske zveze Mercosur in kot taka zelo primerna kot izhodišče za poslovanje na trgih številnih držav Latinske Amerike. Kot takšna je eden pomembnejših trgov slovenskih in tujih globalno usmerjenih podjetij.

Z ustanovitvijo podružnice v Braziliji je podjetje bližje svojim partnerjem, predvsem pa se mu s tem odprejo nekatere možnosti znižanja uvoznih dajatev, ki so v Braziliji praviloma resnično visoke.

**3) S katerimi ovirami se soočajo slovenska podjetja na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

Zapletena birokracija, državni protekcionizem ter s slednjim povezane visoke uvozne dajatve.

**4) Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Izbira pravilnega partnerja, zavedanje da rezultatov ne bo čez noč ter skladno s tem vztrajnost na trgu.

**5) Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Gibanje brazilskega BDP-ja je bilo v tem obdobju zelo pestro, kar je tudi sicer stalnica brazilске ekonomije in je nihanje BDP-ja kot takšno tudi razumljeno s strani multinacionalnih



podjetij. Njihove investicije so bile gotovo številčneje v času ekspanzije, medtem ko so se v zadnjih dveh letih precej znižale, skladno s krčenjem BDP-ja.

Brazilsko okolje sicer v primerjavi z le-tem, ki ga v zadnjih časih poznamo v EU, ni pretirano naklonjeno investicijam, saj recimo le izjemoma ponuja nepovratna ali subvencionirana sredstva. Dejstvo pa je, da večina trgov raste s precej višjo stopnjo in skladno s tem nudi večje stopnje rasti prodaje in večje dobičke.

**6) V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

Po mojem mnenju je brazilski trg s svojo velikostjo lahko zanimiv za različna izvozna usmerjena in globalno konkurenčna podjetja. Glede na visoko specializiranost nekaterih slovenskih nišnih proizvajalcev verjamem, da imajo velik potencial številni slovenski nišno usmerjenimi proizvodi. Prav tako je večina slovenskih podjetij relativno majhnih in tako na tako obsežnem trgu težko konkurirajo.

**- Bogdan Šalej (slovenski strokovnjak v Braziliji):**

**1) Za katere strategije vstopa na brazilski trg se ponavadi odločajo slovenska podjetja in zakaj (izvozne, pogodbene, investicijske)?**

Slovenska podjetja na splošno nimajo nobene strategije za nastop na brazilskem trgu. Absolutna večina se odloča na podlagi ad hoc poslov, potem pa gradi strategijo odvisno od poslovanja. Od prejšnjih investicij, Prevent (že prodan), avtoelektrika (v lasti nemškega partnerja, ki ima tovarno v Braziliji), Kolektor (po nakupu ameriškega podjetja, ki je imel tovarno v Braziliji), je ostalo Gorenje s trgovskim podjetjem.

**2) Kakšne so motivacije slovenskih podjetij za realizacijo tujih neposrednih investicij v Braziliji (velikost trga, rast trga, spodbude za tuje investitorje, nižji stroški dela idr.)?**

V omenjenih primerih je bil trg, v avtomobilski industriji pa povezave z matičnimi firmami, ki imajo filiale tudi v Braziliji.

**3) S katerimi ovirami se soočajo slovenska podjetja na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

Se ne soočajo v primeru NTI, ker ji ni. V primeru izvoza na brazilski trg predvsem s svojim lastnim neznanjem in pomanjkanjem strategije nastopa

3) **Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Izdelana strategija, ki jo izdelata podjetje za svoj celoviti razvoj in kje se potem najde na brazilskem trgu in se razvija.

5) **Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Odlično do 2012, z večjimi izzivi po 2014 in z velikimi možnostmi za tistega, ki gleda dolgoročno.

6) **V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

IKT, joint venture na področjih predelovalne industrije, kjer brazilska srednja podjetja potrebujejo tehnologijo, deli za avto industrijo.

- **Martin Črnugelj (predsednik Zveze Slovencev Brazilije):**

1) **Za katere strategije vstopa na brazilski trg se ponavadi odločajo slovenska podjetja in zakaj (izvozne, pogodbene, investicijske)?**

Po večini gre preko lokalnih distributerjev.

2) **Kakšne so motivacije slovenskih podjetij za realizacijo tujih neposrednih investicij v Braziliji (velikost trga, rast trga, spodbude za tuje investitorje, nižji stroški dela idr.)?**

Velikost trga zagotovo.

3) **S katerimi ovirami se soočajo slovenska podjetja na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

Nepoznavanje brazilskega trga in nepripravljenost. Velik in nestabilen trg. Nestabilnost trga je največja ovira in trenutno tudi kriza. Zdaj je čas, ko je potrebno biti previden in čas za študijo. Problem so tudi razdalje v Braziliji in oddaljenost trga.

Treba je znati čakati, vztrajati in ne odstopiti.

4) **Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Najprej morajo zbrati podatke o trgu, oceniti brazilski trg in konkurente. Prav tako morajo oceniti svoje sposobnosti. Spoznati morajo vse karakteristike brazilskega trga (zakonodaja,

birokracija itd.) in se potem lotiti analize trga in njenih značilnosti. Za vse to je potrebna prisotnost. Pri vseh teh fazah je potrebna pomoč SloBraz gospodarske zbornice.

**5) Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Stalnica v Braziliji je nihanje na trgu. Investicijsko okolje je bilo skoraj v vseh teh letih ugodno, ampak problem so bili pristopi podjetij. Primeri pristopa slovenskih investicij v teh letih so bili napačni. Pripeljati par kontejnerjev v Brazilijo definitivno ni način. Prav tako nikoli vzeti posojila v Braziliji, saj ima Brazilija največje realne obresti na svetu. Smrtna napaka je iti v Brazilijo s kapitalom, ki bi ga dobili v Braziliji. Če hoče slovensko podjetje investirati, mora investirati s kapitalom iz Slovenije.

Trenutna gospodarska kriza ni problem, kriza je kvečjemu priložnost. Samo jo je potrebno znati dobro izkoristiti, kot so to znala izkoristiti večja TNP podjetja v 60ih in 80ih. In zato je potrebna zelo dobra pripravljenost. Brazilski trg definitivno ni za začetnike.

**6) V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

Infrastruktura in definitivno IKT, kjer lahko slovenska podjetja doprinesejo in dosežejo še mnogo v Braziliji.

**- Boris Alves Krajc (strokovnjak za IKT):**

**1) Qual estratégia de entrada no mercado brasileiro as empresas eslovenas normalmente escolhem e por quê (exportação, acordos contratuais, investimentos)?**

Não saberia dizer...

**2) Quais são as motivações de empresas eslovenas para a realização do investimento estrangeiro direto no Brasil (tamanho do mercado, o crescimento do mercado, incentivos para investidores estrangeiros, menores custos de trabalho, etc.)?**

Acredito que os principais fatores são: tamanho do mercado, mercado com menos regulamentação que o Europeu (custos de desenvolvimento de produtos/soluções são portanto menores), expectativa de crescimento e alavancagem do investimento (são 200 milhões de habitantes), taxa de cambio favorável (o que faz do Brasil um investimento de baixo custo – apesar de alto risco)

**3) Quais são os obstáculos enfrentados pelas empresas eslovenas no mercado brasileiro**

**(burocracia, legislação fiscal, inflação, moeda instável, etc.)?**

Acho que o principal desafio das empresas no Brasil é a instabilidade política e econômica. Isto faz com que tenhamos não só alta volatilidade no câmbio (ameaçando o retorno dos investimentos realizados), mas como também geram fortes incertezas nas regras de atuação e na regulamentação do mercado.

Para crescer é preciso planejamento estratégico de longo prazo, mas com a instabilidade este planejamento fica muito difícil -- as estratégias devem ser revistas com frequência aumentando sua complexidade.

A Eslovênia não é um parceiro comercial tradicional do Brasil. O brasileiro de forma genérica não conhece a Eslovênia, sua história e excelência. Acho que é necessário difundir melhor a Eslovênia para o brasileiro – vender sua imagem, cultura e tradições.

Este trabalho tem sido feito pelas iniciativas 'Feel Slovenia' junto a comunidade de eslovenos no Brasil, mas são estratégias muito limitadas e restritas em termos de resultado.

**4) O que você acha importante para a entrada bem-sucedida de empresas eslovenas no mercado brasileiro?**

O Brasil é um mercado muito competitivo, mas não muito regulamentado o que facilita a entrada de novos players no mercado.

Conhecer o mercado e suas potencialidades, identificando os principais concorrentes e montando uma rede de contatos e colaboradores são fatores fundamentais para o sucesso de uma empresa.

No Brasil a rede de contatos tem papel fundamental na abertura de oportunidades junto ao mercado. Neste sentido a abertura de empresas com parceiros locais bem estabelecidos pode ser um fator importante no sucesso de um empreendimento.

**5) Como você avaliaria o benefício do ambiente de investimentos no Brasil entre 2006 e 2016?**

O Brasil neste período abriu consideravelmente seu mercado, facilitando a entrada de novas empresas, simplificando e reduzindo a burocracia na abertura e operação das empresas. Acho que isto foi muito positivo entretanto fortemente afetado negativamente pela instabilidade política e econômica que enfrentamos nos últimos anos.

Muitas das empresas que entraram no Brasil neste no início deste período se beneficiaram do forte crescimento econômico. Neste momento entretanto estão reduzindo sua presença ou montando estratégias de saída do mercado.

Para as empresas que estão pensando em investir, é necessário ter uma visão de longo prazo e talvez aguardar o momento correto para entrar. O ponto favorável entretanto é que nunca foi tão barato e as necessidades são enormes.

**6) Em que setor você vê o potencial inexplorado de investimentos eslovenos no Brasil?**

Acredito que o maior potencial da Eslovênia é no seu turismo. Baseado nas tradições e excelência da culinária, modo de vida e ambiente altamente amigável aos turistas – em contraponto com os destinos tradicionais de turismo dos brasileiros.

**- Rainier Michael (Slo. konzul v Braziliji):**

**1) Qual estratégia de entrada no mercado brasileiro as empresas eslovenas normalmente escolhem e por quê (exportação, acordos contratuais, investimentos)?**

Como regra geral a entrada de uma empresa em um mercado de um país emergente requer maiores cuidados e um maior planejamento pelas instabilidades envolvidas.

Não diferente o Brasil sendo uma jovem democracia que passou por um período de grande estabilidade política e expansão econômica em um curto espaço de tempo, ainda demonstra carência em diversas áreas fundamentais e estratégicas que podem ser definidas como oportunidades de investimentos para as empresas eslovenas.

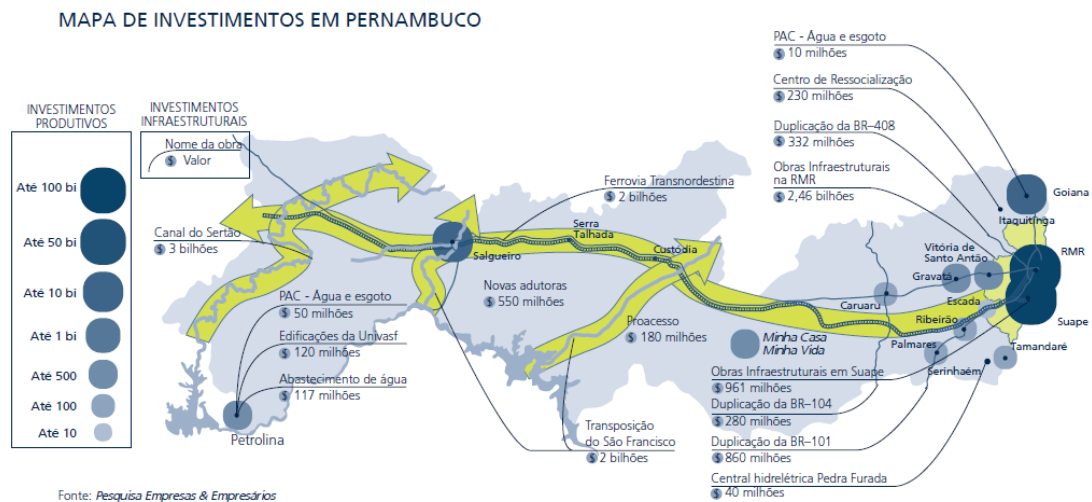
As potencialidades exportadoras e importadoras de produtos e serviços no Brasil ainda são muito mal desenvolvidas e apresentadas, e quase na sua totalidade dentro de uma visão com maior ênfase de curto prazo. Esta estratégia segue ainda uma tendência de visão que não reflete mais o desenvolvimento do país, que considerava apenas as oscilações do mercado interno.

Verificando que estas potencialidades (Mapa de Oportunidades/Investimentos) estão distribuídas de forma heterogênea dentro do território nacional/estadual e municipal; considerando as dimensões continentais e multiculturais, concluímos que existe a necessidade de um maior apoio e estímulo para um posicionamento global estratégico sustentável para os investidores eslovenos.

Mapa:

External Opportunities x External Threats

Internal Strengths x Internal Weaknesses



Importante ainda relatar que as políticas de desenvolvimento econômico/social tiveram um viés político-partidário dentro da história recente, em detrimento de desenvolvimento sustentável »política de estado«, causando apreensão dentro do investidor de médio e longo prazo.

Exportação/Importação: A balança econômica Brasil/Eslovênia tem um longo caminho com grandes potencialidade não apenas bilateral mas p.ex: utilizando a Eslovênia como um HUB estratégico para a exportação para os produtos brasileiros para a Europa Central(EU) e Balcans e vice-versa. O porto de Suape em Pernambuco e Koper na Eslovênia representam uma grande porta de entrada e saída dentro desta estratégia.

Acordos Construtuais e Investimentos (MOU/Cartas de Entendimentos): é fundamental o apoio governamental junto com as Camaras de Comércio iniciarem diálogos para o desenvolvimento de acordos criando um ambiente de negócios sustentável com informações estratégicas para acordos contratuais e investimentos diretos e indiretos.

O mercado brasileiro de uma forma geral ainda é totalmente inexplorado para as empresas eslovenas demonstrando assim um grande oportunidade de negócios bilaterais para os próximos anos. Tirando alguns casos, verificamos que a maioria dos casos ainda está na fase de prospecção e levantamento de informações.

**2) Quais são as motivações de empresas eslovenas para a realização do investimento estrangeiro direto no Brasil (tamanho do mercado, o crescimento do mercado, incentivos para investidores estrangeiros, menores custos de trabalho, etc.)?**

Mercado: O potencial do mercado Brasileiro é dinâmico e variável conforme a região, sendo que a logística é um dos fatores de grande impacto em qualquer investimento. Com regiões com mercado maduro e de grande competitividade na contrapartida temos outras grande potencial de desenvolvimento e baixa competitividade a definição do ponto de partida é fundamental.

Incentivos: cada região, estado e ou município tem adotado uma estratégia fiscal conforme o interesse assim é fundamental o estudo de cada região.

Custo de Trabalho: Cada região tem custo diferenciado chegando em algumas a mais de 40% de diferença tendo grande impacto na estratégia. A qualidade da mão de obra da região é um fator importante para ser considerado.

Mercosul: Sendo a locomotiva do Mercosul o Brasil sempre será um país que precisa ser considerando como prioritário para a entrada neste mercado comum.

**3) Quais são os obstáculos enfrentados pelas empresas eslovenas no mercado brasileiro (burocracia, legislação fiscal, inflação, moeda instável, etc.)?**

Sempre considerando o Brasil como sendo multicultural e com dimensões geográficas continentais os desafios encontrados variam de intensidade conforme a região que se está objetivando o investimento/parceria.

Um fator que é muito negligenciado no processo de investimento é a questão cultural local e seu impacto social, que em muitos casos inviabiliza um procedo de grande impacto e sustentável.

A legislação fiscal é outro fator determinante pois existem situações federal, estadual e municipal que precisam ser levadas em conta no processo.

A legislação trabalhista ainda é outra questão que tem grande peso no processo.

**4) O que você acha importante para a entrada bem-sucedida de empresas eslovenas no mercado brasileiro?**

O sucesso para qualquer empreendimento depende de três fatores:

- Informação estratégica(Fiscal, Trabalhista, Cultural/Social);

- Etapa de maturação do negócio para internacionalização;
- Relacionamento Institucional entre Entidades de Classe/Comerciais e Industriais).

Importante: O MFA da Eslovênia adotou uma estratégia extremamente ágil e eficaz neste sentido, “ECONOMIC DIPLOMACY” que tem sido trabalhado pelo Consulado em Pernambuco desde a sua inauguração em conjunto com a Embaixada em Brasília com o total apoio do embaixador Alain Brian Bergant e do Escritório Comercial da Embaixada em São Paulo, Ministra Kristina Radej, com a vida do YES na abertura do Consulado.

Esta estratégia protege, desenvolve e promovendo os interesses da economia Eslovêna no exterior através de sua rede de missões diplomáticas e postos consulares. “*Economic Diplomacy*”/”ED” inclui todas as atividades relevantes do MFA e suas 56 missões diplomáticas e postos consulares junto com os seus 23 conselheiros econômicos.

“ED” é uma das maiores prioridades do MFA que foi estabelecida em 1 de outubro de 2009 através do Diretório para Diplomacia Econômica (*Directorate for Economic Diplomacy*) e finalmente adquiriu competência exclusiva para a gestão da Diplomacia Econômica.

**5) Como você avaliaria o benefício do ambiente de investimentos no Brasil entre 2006 e 2016?**

Excelente pois tivemos um crescimento em regiões do Brasil com percentuais comparáveis à China permitindo assim grandes projetos estruturais. Apesar da grande crise momentânea em que o país atravessa o que temos verificado é o pleno funcionamento das instituições (Legislativo, Judiciário, Executivo) nos níveis Federal, Estadual e Municipal.

Com a dificuldade financeira do estado de manter a atuação em diversas áreas investidas durante o período de 2006 a 2016 surge um grande potencial para investidores estrangeiros.

**6) Em que setor você vê o potencial inexplorado de investimentos eslovenos no Brasil?**

- IT
- Logística
- Serviços – Turismo e Comércio
- Comércio Exterior: Utilização da localização geográfica do Brasil e Eslovênia como um HUB estratégico para a exportação para os produtos brasileiros para a Europa Central (EU) e Balcãs e vice-versa para o Mercosul.
- Economia Criativa
- Design



- **Kristina Radej (pooblaščenica ministrice, vodja Gospodarskega oddelka Veleposlaništva RS v São Paulu):**

**1) Za katere strategije vstopa na brazilski trg se ponavadi odločajo slovenska podjetja in zakaj (izvozne, pogodbene, investicijske)?**

V zadnjih treh letih opažamo, da sta se sestava in pristop slovenskih podjetij, ki se zanimajo za vstop na brazilski trg, spremenila. Tako se za prihod v Brazilijo zdaj odločajo predvsem poslovno zrela podjetja, ki imajo izkušnje iz poslovanja na zahtevnejših in oddaljenih trgih ter se zavedajo dolgoročnega procesa, razmeroma velikih finančnih vložkov ter potrebe po primerni sestavi strokovnega kadra, ki jih ta proces zahteva.

Gre za dolgoročen proces, ki lahko traja več let, vendar je nekaterim uspelo razmeroma hitro skleniti posle z brazilskimi partnerji in so zdaj v fazi širitve poslovanja. Manj uspešna so podjetja, ki poskušajo na trg prodreti samostojno. Najuspešnejša so sicer podjetja, ki imajo dolgoletne izkušnje in so navezala stike z morebitnimi partnerji na mednarodnih dogodkih v tujini ter so dobro znana v svoji panogi.

**2) Kakšne so motivacije slovenskih podjetij za realizacijo tujih neposrednih investicij v Braziliji (velikost trga, rast trga, spodbude za tuje investitorje, nižji stroški dela idr.)?**

Osebno menim, da imajo slovenska podjetja, ki v več primerih teže konkurirajo finančno močnejšim podjetjem, večje možnosti za prodor na trg v obdobju manjšega zanimanja konkurence. Poleg tega so s svojimi izdelki in storitvami bolj prilagodljiva kot veliki poslovni sistemi. Zato je smiselno, da izkoristijo priložnosti na trgu, ko je zanimanje tujih konkurenčnih podjetij manjše in pripravljenost za sodelovanje morebitnih brazilskih partnerjev temu primerno večja. Skladno z razvojem tehnologije se brazilška družba in poslovno okolje spreminjata vse hitreje. Zaradi tega so za slovenska podjetja zanimive priložnosti predvsem na področju informacijskih tehnologij in e-poslovanja, pa tudi na širšem področju zelenih tehnologij.

**3) S katerimi ovirami se soočajo slovenska podjetja na brazilskem trgu (birokracija, davčna zakonodaja, inflacija, nestabilna valuta idr.)?**

Za podjetja, ki poslujejo v Braziliji, so največja ovira neprimerni davčni predpisi in visoke davčne stopnje, neučinkovita administracija, omejevalna delavska zakonodaja in pomanjkljiva infrastruktura.

**4) Kaj je po vašem mnenju pomembno za uspešen vstop slovenskih podjetij na brazilski trg?**

Kot kažejo izkušnje, je na zahteven in velik brazilski trg treba vstopati organizirano oziroma sektorsko. Brazilsko gospodarstvo je namreč izrazito sektorsko usmerjeno, pri čemer v državi ne obstaja osrednja gospodarska zbornica, temveč se podjetja združujejo na sektorskih in regionalnih ravneh.

Uspešnost sektorskega pristopa pri vstopu podjetij v Brazilijo se je med drugim potrdila ob obisku izvozno usmerjenih slovenskih IKT-podjetij, združenih v sekciji ZITex, kot tudi ob obisku 16-članske delegacije slovenskih podjetnikov iz združenja Yes, ki je bila sektorsko sicer nekoliko manj homogena, vendar smo uspešno izpeljali srečanja z brazilskimi partnerji.

**5) Kako bi ocenili ugodnost investicijskega okolja v Braziliji med letoma 2006 in 2016?**

Glede na trenutne politično-gospodarske razmere v državi in počasnejši tempo okrevanja celotnega brazilskega gospodarstva je zanimanje za sklepanje novih poslovnih vezi s podjetji iz tujine temu primerno manjše. Pričakovati je, da se bodo razmere že v kratkem izboljšale, predvidoma v začetku oziroma v prvi polovici prihodnjega leta. Posamezni kazalci tako že kažejo, da so se predvsem tuji vlagatelji že začeli vračati v državo. Z nedavno zamenjavo predsednice Rousseffove pa postaja celotno poslovno okolje bolj optimistično.

**6) V katerem sektorju vidite neizkoriščen potencial za slovenske investicije v Braziliji?**

Sektorsko povezavo pri vstopu na trg priporočamo predvsem slovenskim podjetjem na področju informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT), podjetjem, ki ponujajo rešitve na področju čiščenja voda, trajnostnega razvoja, varne hrane, pa tudi projektov, ki omogočajo povezovanje razvojnih centrov in tehnoloških parkov.

V teh sektorjih je namreč zaslediti največje možnosti za takojšnje in uspešno sodelovanje. V prihodnosti se ponujajo priložnosti še s širšega področja zelenih tehnologij, vključno s projekti pri gradnji hidroelektrarn, sistemov, povezanih z izrabo sončne in vetrne energije, pametnega električnega omrežja in pri izrabi vode.

Glede na začetne uspehe posameznih slovenskih vinarjev na brazilskem trgu pričakujemo, da bodo slovenski proizvajalci vin namenili več pozornosti priložnostim, ki jih ponuja izvoz

njihovih izdelkov v Brazilijo. Menimo, da imajo slovenski vinarji priložnost za prodor v Brazilijo, če bi nastopili organizirano ali se pridružili podjetjem, ki so uspešno rešila izzive, povezane z uvozom in distribucijo, ki so trenutno ena večjih ovir za uspešen prodor slovenskih vin na brazilski trg.