

## >> **El dilema de las infraestructuras en Brasil**

Brasil >> 09 >> 2013

**LOS 600 BILLONES DE R\$ EN CAJA NO SON SUFICIENTES PARA QUE BRASIL DESARROLLE SUS PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURAS. ES NECESARIO CAMBIAR HERENCIAS CULTURALES**

En 2009, un reportaje de la revista inglesa *The Economist* señalaba a Brasil como “el país que despega” (takes on). Tras décadas de inestabilidad económica, Brasil volvía a ser atractivo para el capital exterior, como resultado de un nuevo plan económico que controló la inflación, dio mayor autonomía al Banco Central y engordó el Tesoro Nacional con fondos provenientes de la privatización estatal. Desde esta perspectiva mundial, Brasil, entre todos los BRICs, también sumaba puntos importantes tales como la ausencia de conflictos étnicos y religiosos comparados con los de India, independencia de los combustibles fósiles, a diferencia de Rusia y su estabilidad democrática ante la poderosa China. Todos creímos en este sueño.

Han pasado cuatro años y el país todavía permanece como “la niña bonita” para los grandes grupos globales, motivados a invertir en una economía emergente, bajo un régimen democrático estable, con un gran potencial de consumo interno y abundancia en recursos estratégicos para el futuro del planeta. Sin embargo, los retrasos y la burocracia en la toma de decisiones importantes, cruciales para la viabilidad de su desarrollo económico, ha colocado al país en una crisis de reputación internacional sobre su capacidad de ejecución y garantía para las nuevas inversiones.



### DE LA EUFORIA A LA DECEPCIÓN

Innegablemente, Brasil en las últimas tres décadas, invirtió su imagen de economía atrasada. Motivado por la ola de crecimiento, tiene un presupuesto público de 1,26 trillones de R\$, para ser ejecutado hasta 2017 en la modernización de carreteras, puertos, aeropuertos, vías, sistemas de transmisión de energía, con el objetivo de elevar su Producto Interior Bruto un 4% los próximos años y aumentar su competitividad internacional. Envueltos en el osado Programa de Aceleración del Crecimiento (PAC), creado por la era Lula y seguido, en una segunda etapa (PAC 2) por su sucesora, Dilma Rousseff, para promover la reanudación de la planificación y la ejecución de grandes obras de infraestructura social, urbana, logística y energética. Los proyectos brasileños de infraestructuras, sin embargo, han sido vistos últimamente como un axioma real por la comunidad empresarial internacional: el paso rápido de la euforia a la decepción, afectado por licitaciones mal elaboradas, una cultura política más enfocada a inaugurar obras y no en ejecutar proyectos y regulaciones complejas.

Es un paradigma para el BRIC Brasil, con 600 billones de R\$ en caja destinados a inversiones en proyectos de infraestructuras, que podrían ayudar e impulsar la economía global, si consideramos la crisis en Europa y la lenta recuperación económica americana, pero Brasil no consigue hacer operativos los emprendimientos, lograr el cumplimiento de los plazos y metas, y con ello, llevar a buen puerto proyectos como el del Tren de Alta Velocidad, finalizar la Transposición del Rio San Francisco o llevar adelante el Puerto de Manaus, entre muchos otros que el Ejecutivo brasileño tiene en su cartera. Incluso evidenciando esta inmadurez de gestión, propia de una nación de apenas cinco siglos, el país se volvió parte del sueño de los grandes conglomerados empresariales, enfocados en su predestinación al crecimiento global.

### RICO EN DICOTOMÍAS

Desde la colonización portuguesa, Brasil siempre fue rico en dicotomías. Ahora colonia de exploración, ahora, por conveniencia de la Corte, colonia de asentamiento. O sea, la ambigüedad nacional siempre fue históricamente cultural. Y contra este hándicap de reputación ambigua de falta de eficiencia en organización, apoyada por la célebre frase brasileña “al final, todo va bien” —que genera una gran incertidumbre en el mundo de los negocios—, el gobierno también ha hecho denodados esfuerzos para cambiar. El Ejecutivo se ha encontrado obstáculos en la pluripartidización política del país, en las diferentes legislaciones y regulaciones de las unidades federativas, en los intereses políticos electorales y en los presupuestos inflados en la

ejecución de proyectos. Sumados, todos estos elementos resucitan una sombra negativa sobre el país, tachado durante décadas de subdesarrollado, poco competente e improductivo y que, por su extensión continental, diversidad climática, pujanza de recursos y mercado interno, podría ser fácilmente una potencia mundial. Los grandes proyectos de infraestructura brasileños están aparcados en el Congreso, los inversores desconfían y el engranaje de la economía frena. Dependen de lobbies, muchas conversaciones y concesiones de favores.

Actualmente, la crisis brasileña se ha salido del eje. No carece de buenos proyectos, pero sí de recursos, más humanos que de capitales. En resumen, el problema no es ya sólo cómo obtener la "ganga" como en los momentos más duros, sino en qué orden priorizar y viabilizarla, y con qué "amigos" expertos contar para aplicarla eficazmente y alzar a Brasil al soñado nivel del "primer mundo". Como en el periodismo la comparación es un método fácil para la asimilación, un buen ejemplo es el de la familia que, repentinamente, crece en su condición social y económica. Ahora, con facilidad de recursos, el dilema pasa a ser el de cómo no perder su *status quo* sin dañar herencias y valores seculares, para no crear mayores conflictos entre sus parientes. La carrera por los atributos de la modernidad y por la sed de igualarse a las grandes potencias, ser o no ser un país desarrollado, hoy así en el XXI, esta es la cuestión en Brasil.

#### LA COMUNICACIÓN NO HACE MILAGROS

La gestión de la imagen del país en los últimos años puede ser considerada una de las más eficientes y eficaces. El plan estratégico de la marca Brasil vendió bien al país en el escenario internacional, respaldado por dos ex-presidentes con

"Los grandes proyectos de infraestructuras brasileños están aparcados en el Congreso, los inversores desconfían y el engranaje de la economía frena"

perfiles distintos, carismáticos interlocutores que lideraron un proceso de apertura político-económica, convenciendo, con sus cualidades personales y políticas públicas, que Brasil era un país próspero, seguro y colchón promotor de inversiones para el crecimiento de la sociedad global. ¡Nadie cuestiona que nosotros los brasileños somos buenos en comunicación! ¡Contar historias también fue siempre uno de nuestros valores, sea como ayudantes en la corte o en las esteras de las senzalas! Tenemos por hábito convencer muchas veces por nuestro carisma y entusiasmo, en detrimento de la razón. La cuestión clave está en la línea tenue de que la comunicación, para cualquier tipo de

organización, es apenas un poderoso recurso estratégico, que contribuye al éxito, pero que no hace milagros. En la sociedad moderna, puede construir mitos, pero si no hay un buen producto, servicio, eficiencia o eficacia, los mitos se derrumban, o por sí mismos se destruyen. ¡Y los sueños desaparecen!

Los números del presupuesto público del gobierno federal brasileño son aún espectaculares y atractivos y hacen soñar a los emprendedores globales. Representan proyectos de diez mil kilómetros de vías, cinco mil de carreteras dobles, plataformas de petróleo; sin hablar del mayor programa de concesiones realizado por el gobierno federal que, en septiembre, prevé licitar 242 billones de R\$. Sacarlos del papel exige buena economía, eficiencia, socios competentes y una buena dosis de experiencia para transformarlos en obras que realmente alcen a Brasil al desarrollo económico sustentable en los próximos años.

<sup>1</sup> Casas de esclavos



» **Anatrícia Borges** es Gerente de Cuentas de LLORENTE & CUENCA en Brasil. Graduada en Periodismo en la Universidade Federal Fluminense (UFF), Master Business Education en Responsabilidad Social y Tercer Sector en la Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Anatrícia se desempeña desde hace más de 15 años en el área de Comunicación Estratégica, Corporativa y de Crisis, destacando su participación en proyectos para Light, Coca-Cola, KKR y Grupo Cisneros, entre otros. Fue redactora del diario O Globo, consultora de Petrobras y gestora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Iberdrola en América Latina.

**d+i** LLORENTE & CUENCA

d+i es el Centro de Ideas, Análisis y Tendencias de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

d+i es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la comunicación desde un posicionamiento independiente.

d+i es una corriente constante de ideas que adelanta nuevos tiempos de información y gestión empresarial.

Porque la realidad no es blanca o negra existe d+i LLORENTE & CUENCA.

[www.dmasillorenteycuenca.com](http://www.dmasillorenteycuenca.com)