

Don Santiago Iñiguez de Onzoño

Presidente del IE University

Don Manuel de la Cámara Hermoso

Embajador de España en Brasil

Enrique Martín-Ambrosio

Director General Brasil & Expansión

Latinoamérica de Air Europa.



Abrescco

BRASIL Y ESPAÑA, MÁS CERCA QUE NUNCA

ENTREVISTAS, ARTÍCULOS Y ACERCAMIENTOS

Don Gonzalo Fournier

Cónsul General de España en
NE de Brasil

Don Paulo Alberto Soares

Consul General de Brasil en Madrid

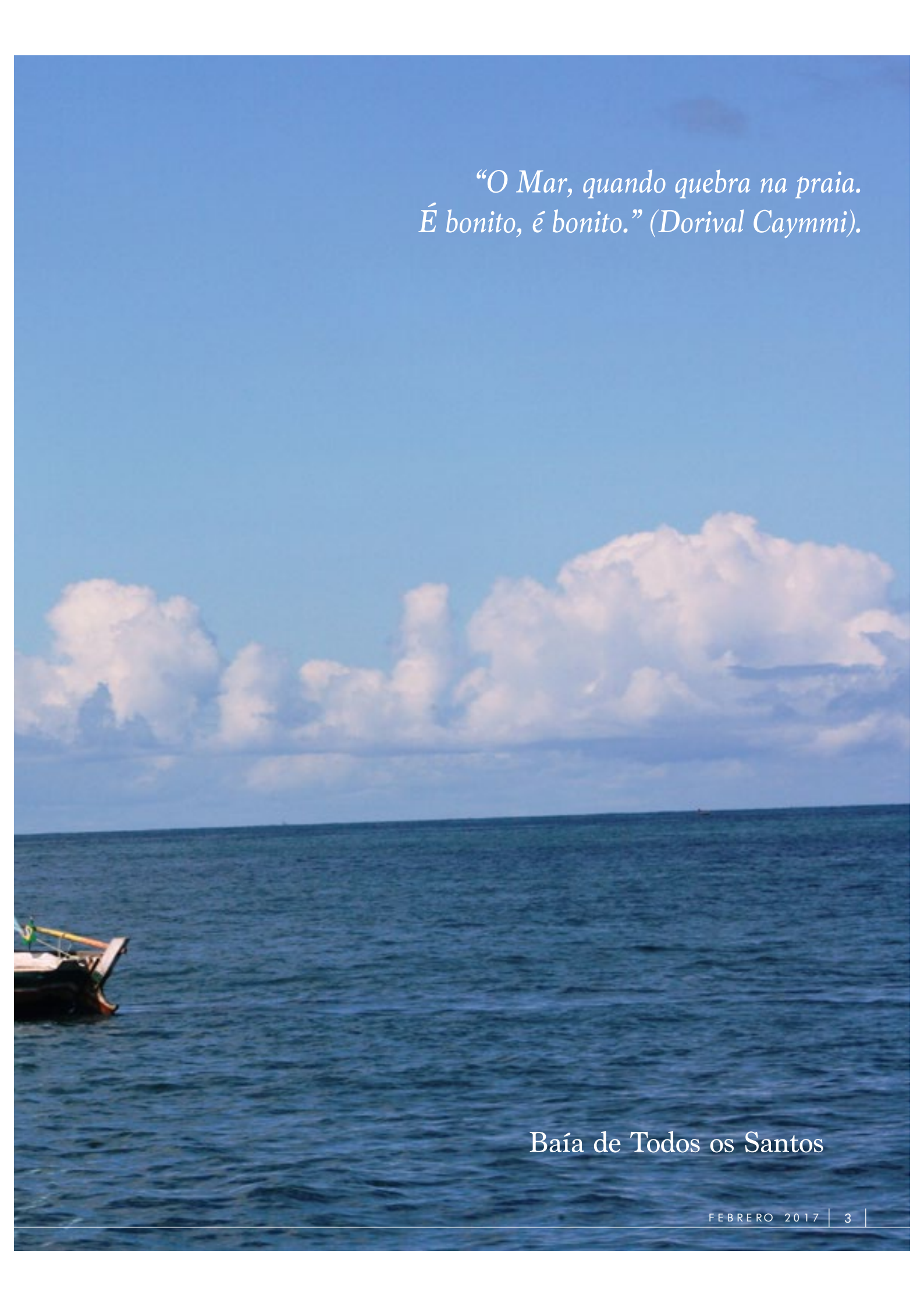
Don Ricardo Peidró Conde

Embajador de España

Edición Histórica



Foto Créditos: Nena Barbosa



*“O Mar, quando quebra na praia.
É bonito, é bonito.” (Dorival Caymmi).*

Baía de Todos os Santos



“Entre jabuticabas y aceitunas: 500 años de transposición de fronteras”

“El mar dará a cada hombre una nueva esperanza, como el dormir le da sueños”. ¡Esta frase de Colón me encanta! Y encantado por ella he soñado, hace un par de años, durante una clase que acudía (que me perdona mi profesor), en fundar un día, una entidad como ABRESCO – Acercamientos Brasil España en Cultura y Comercio.

No sabía bien el formato, mucho menos su nombre, casi auto explicativo...pero, sabía que había un espacio histórico, cultural y económico, tradicional, secular, entre estas dos naciones, que merecía una atención diferenciada, además de los nobles y dedicados esfuerzos diplomáticos y empresariales existentes, entre los dos países.

Y, pasé a aburrir mis profesores, preguntándoles, siempre que podía, “¿Qué es lo que España tanto ve en Brasil?” Este era mi Santo Grial. Al final, son tantas y millonarias inversiones. Más de 60 mil millones de dólares por empresas en los seguimientos de infraestructura, servicios financieros, energía, comunicación y tantos otros...

Escuché explicaciones muy interesantes, con los mejores fundamentos, en las más diversas ramas del conocimiento humano, que me impresionaron y ayudaron a forjar mi opinión sobre esta alianza intercontinental. ¡Pero, la más interesante de todas fue la más sencilla! ¡De una sencillez sorprendente! Llegada de una persona sencilla:

¡El mapa!

¿Cómo? – Pregunté - ¡¿El mapa?!

¡Por supuesto! ¿No lo sabes que nosotros españoles, tenemos un espíritu conquistador? ¡Cuando miramos el mapa y vemos un país tan grande, tan lleno de oportunidades, es como si fuera una tentación a un nuevo descubrimiento de América!

Por supuesto, que me amonesté a mí mismo. Al final, conocía razonablemente Historia para comprender que los españoles tienen en su ADN, la herencia intrépida y conquistadora de Colón. La misma que ha hecho marchar mi abuelo desde Galicia, hacia Brasil, hace un siglo, como tantos otros miles y miles de españoles...

En la sangre de los españoles corre el agua de la mar...

Percibo que Brasil, con todas sus contradicciones, ya es como una atracción magnética a los españoles, hace mucho. Mucho antes de la Unión Ibérica (1580-1640), que ha resultado en el “Forte de São Diogo”, en Salvador de Bahía, cuya construcción fuera determinada por “Felipe III, de España”, para proteger la ciudad de las invasiones. Mucho antes de Pedro Álvares Cabral.

Estas sinergias son, además de vetustas, infinitas. Mucho más allá del fútbol, hay una predisposición natural del “charco”, hace siglos, por pura y espontánea atracción mutua, pues no podemos olvidar de que las dos naciones nunca tuvieron relación de colonizador, como pasó con los demás países de LATAM.

Lo más curioso, es que ahora vivimos un momento histórico que resulta en un entorno político, social, diplomático y macroeconómico internacional, que conlleva a una “danza de

sillas” tan inédita y curiosa, aunque al principio pueda parecer por un lado lamentable, por otro puede ser la oportunidad de que estos novios marquen su fecha de boda.

Es decir, el momento coyuntural de decisión por alejamientos de algunos, puede ser la oportunidad de acercamientos para otros.

Saramago en “La Caverna”, enseña que “Es necesario comprender que en las circunnavegaciones de la vida un viraje ameno para unos puede ser para otros una tempestad mortal, todo depende del calado del barco y del estado de las velas”.

Entonces, en una metáfora, ¿por qué no mejoramos este comercio secular de “jabuticabas” y “aceitunas”, aprovechando este cambio del clima? Podemos supervivir mejor juntos a la tormenta comercial internacional, que parece formarse en el horizonte.

Para esto también, para desarrollar todavía más este acercamiento necesario, ha sido creada ABRESCO, por mí y mis queridos e intrépidos – así como Colón – socios. Todos nosotros, con orgullo, ex alumnos del IE Business School y expertos en las dos naciones. Somos dos brasileños: Antonio Peres Junior y Joaci Goes Filho; Y dos españoles: Juan Miguel Hortelano y Pedro Corrales. El preciso ejemplo de acercamiento y hermanamiento entre las dos naciones, en la propia composición societaria.

A los tres, ante todo, agradezco confiaran en esta quimera académica, que se ha convertido en realidad. Y, especialmente, en este humilde timonero, que solamente ayuda a conducir la nave hacia Brasil, pero no se atreve, en absoluto, a saber más que nadie de los demás. Y que de similitud con Colón, solo tiene el coraje, el espíritu soñador y el amor por la mar.

¡Gracias, porque me ayudaron a soñar cada día más allá, así como Colón ha soñado, y por supuesto, me enseñaron tanto sobre España!

Gracias al IE, por despertar en mí, y por supuesto en mis socios, las ganas de cruzar el Atlántico. ¡Con máximo respeto, pero sin miedo de la mar!

Me gustaría agradecer, igualmente, a todos los que nos ayudaron con la Revista ABRESCO y confiaron en nuestra credibilidad – con especial deferencia a nuestro Editor Jefe, João Compas- so, talentoso e incansable brasileño – dedicando sus momentos, mucho de los cuales de ocio, para colaborar con esta edición, de veras, histórica, en las relaciones entre estas dos naciones, tan afectivamente anilladas.

Y, por fin, a mi querida esposa Luciana, que, siempre a mi lado, ha cruzado “el charco”. ¡Disculpa amor! Lo sé que prometí que después del Master, disminuiría un poco...

Mark Twain recomienda que “No te alejes de tus ilusiones... seguirás existiendo, pero habrás dejado de vivir”. ¡ABRESCO es una institución que vive ilusionada porque un día España y Brasil sean una sola nación, tan cercanas!

¡Avante Brasil y España!

“Entre jabuticabas e azeitonas: 500 anos de transposição de fronteiras”

“O mar dará a cada homem uma nova esperança, como o dormir lhe dá sonhos”. Esta frase de Colombo encanta-me! E encantado com ela sonhei, há dois anos, durante uma aula que assistia (que me perdoe o meu professor), em fundar um dia uma entidade como a ABRESCO- Aproximações Brasil Espanha em Cultura e Comércio.

Não sabia bem o formato, muito menos seu nome, quase autoexplicativo... mas, sabia que havia um espaço histórico, cultural e económico, tradicional, secular, entre estas duas nações, que merecia uma atenção diferenciada, ademais dos nobres e dedicados esforços diplomáticos e empresariais existentes, entre os dois países.

E passei a aborrecer os meus professores lhes perguntando sempre que podia, “O que a Espanha tanto vê no Brasil? ”. Este era o meu Santo Graal. Afinal, são tantos e milionários investimentos. Mais de 60 milhões de dólares por empresas nos seguimentos de infraestrutura, serviços financeiros, energia, comunicação e tantos outros...

Escutei explicações muito interessantes com as melhores fundamentações, nos mais diversos ramos do conhecimento humano, que me impressionaram e ajudaram a forjar a minha opinião sobre esta aliança intercontinental. No entanto, a mais interessante de todas foi a mais simples! De uma simplicidade surpreendente! Vinda de uma pessoa simples:

O mapa!

Como assim? - Perguntei- O mapa?!

Claro! Você não sabe que nós, os espanhóis, temos um espírito desbravador?! Quando olhamos o mapa e vemos um país tão grande, tão cheio de oportunidades, é como se fosse uma tentação a um novo descobrimento da América!

Claro que repreendi a mim mesmo. Afinal, conhecia razoavelmente História para compreender que os espanhóis têm no seu DNA, a herança intrépida e desbravadora de Colombo. A mesma que fez o meu avô deixar a Galiza até o Brasil há um século, como milhares de espanhóis.

No sangue dos espanhóis corre a água do mar...

Percebo que o Brasil, com todas as suas contradições, já é como uma atração magnética aos espanhóis, há muito tempo. Muito antes da União Ibérica (1580-1640), que resultou no Forte de São Diogo, em Salvador na Bahia, cuja construção foi idealizada por Felipe III da Espanha para proteger a cidade das invasões. Muito antes de Pedro Álvares Cabral.

Estas sinergias são, além de vetustas, infinitas. Muito além do futebol, há uma predisposição natural a cruzar o mar, há séculos, por pura e espontânea atração mútua, pois não podemos esquecer de que as duas nações nunca tiveram relação de colônia e colonizador, como passou com os demais países da LATAM.

O mais curioso é que agora vivemos um momento histórico gerado em um ambiente político, social, diplomático e macroeconómico internacional, que implica a uma “dança das cadeiras” tão inédita e curiosa, ainda que a princípio possa parecer por um lado lamentável, por outro pode ser a oportunidade destes noivos marcarem a data de seu casamento.

Ou seja, o momento nesta conjuntura de decisão por afastamentos de alguns, pode ser a oportunidade de aproximações para outros.

Saramago em “A caverna”, ensina que “É necessário compreender que nas circunavegações da vida uma virada amena para uns pode ser para outros uma tempestade mortal, tudo depende do calado do barco e o estado das velas.”

Então, em uma metáfora, por que não melhoramos este comércio de “jabuticabas” e “azeitonas”, aproveitando esta mudança de clima? Podemos sobreviver melhor juntos à tormenta comercial internacional, que parece formar-se no horizonte.

Para isto também, para desenvolver ainda mais este crescimento necessário, foi criada a ABRESCO, por mim e meus queridos e intrépidos- assim como Colombo- sócios.

Todos nós, com orgulho, ex- alunos do IE Business School e especialistas sobre as duas nações. Somos dois brasileiros: *Antonio Peres Junior* e *Joaci Goes Filho*; e dois espanhóis: *Juan Miguel Hortelano* e *Pedro Corrales*. O preciso exemplo de aproximação e irmandade entre as duas nações, na própria composição societária.

Aos três, acima de tudo, agradeço confiarem nesta quimera académica, que converteu-se em realidade. E, especialmente, neste humilde timoneiro, que somente ajuda a conduzir a “nau” até o Brasil, mas não se atreve, absolutamente, a saber mais que nenhum dos demais. E que de semelhança com Colombo só tem a coragem, o espírito sonhador e o amor pelo mar.

Obrigado ao IE por despertar em mim, e claro, em meus sócios, a vontade de cruzar o Atlântico. Com máximo respeito, mas sem medo do mar!

Eu gostaria de agradecer, igualmente, a todos os que nos ajudaram com a Revista ABRESCO e confiaram em nossa credibilidade- com especial deferência ao nosso Editor Chefe, João Compasso, talentoso e incansável brasileiro- dedicando seus momentos, muitos de lazer, para colaborar com esta edição deveras histórica, nas relações entre estas duas nações tão afetivamente ligadas.

E, por fim, à minha querida esposa, Luciana, que sempre ao meu lado, cruzou “el charco”. Desculpa, amor! Eu sei que disse que depois do mestrado diminuiria um pouco...

Mark Twain recomenda que “Não te afastes de teus desejos...continuarás existindo, mas haverás deixado de viver.

” ABRESCO é uma instituição que vive animada para que um dia a Espanha e o Brasil sejam uma só nação, de tão próximas!

Avante Brasil e Espanha!

STAFF

Antonio Peres Junior
antonio@abrescco.com.es
Presidente ABRESCCO
Presidente ABRESCCO

Juan Miguel Hortelano
juan@abrescco.com.es
Vice - Presidente y Socio Fundador de ABRESCCO
Vice - Presidente e Sócio Fundador de ABRESCCO

Joaci Góes Filho
joaci@abrescco.com.es
Director de Relaciones Institucionales y Socio Fundador de ABRESCCO
Diretor de Relações Institucionais e Sócio Fundador de ABRESCCO

Pedro Cecilio Corrales
pedro@abrescco.com.es
Socio Fundador de ABRESCCO
Sócio Fundador de ABRESCCO

João Compasso
Editor Jefe
Editor Chefe

Gonzalo López de Egea Gómez
Diseñador – TRASTO Creativo
Desenhador – TRASTO Creativo

Fernanda Sampaio Carneiro
Jefe de Revisión
Chefe de Revisão

Amable González Lopéz
Fotografo
Fotógrafo

Colaboran con esta edición
Colaboram com esta edição

D. Santiago Iñiguez de Onzoño, D. Manuel de la Cámara Hermoso, D. Gonzalo Fournier,
D. Paulo Alberto Soares, D. Ricardo Peidró Conde, Enrique Martin-Ambrosio, José Antonio Llorente,
Antonio Estévez Muñoz, Joaci Góes, Ángel Vázquez, Antonio Gasset, Carolina Carvalho, CCBE, Câmara
Oficial Española de Comercio .





SUMARIO

Edición Histórica

PAG. 10

Páginas ABRESCCO

Santiago Iñiguez de Onzoño, Presidente del IE.

PAG. 20

Brasil, comunicar las oportunidades de un gigante. Por José Antonio Llorente.

Comunicación Corporativa

PAG. 24

Jabuticabas & Aceitunas

Enrique Martín-Ambrosio, Director General Brasil y América Latina Air Europa.

PAG. 28

¿Cuántos turistas recibió Brasil en 2016?

Turismo

PAG. 34

Caballeros de Santiago

Santiago Coelho Rodríguez Campo, Presidente de la Asociación Cultural de Caballeros de Santiago.

PAG. 36

D. Manuel de la Cámara Hermoso, Embajador de España en Brasil.

Acercamientos Diplomáticos

PAG. 44

Acercamientos Diplomáticos

D. Paulo Alberto Soares, Cónsul General de Brasil en España.

PAG. 52

D. Gonzalo Fournier, Cónsul de España en NE de Brasil.

Acercamientos Diplomáticos

PAG. 56

Acercamientos Diplomáticos

D. Ricardo Peidró, Embajador de España.

PAG. 58

La Golden Visa en España.

Derecho Internacional

PAG. 62

Letrados

Brasil, la meca de los inversores. Por Joaci Góes.

PAG. 64

Tanto monta, monta tanto. Por Antonio Estévez Muñoz.

Cultura & Negocios

PAG. 66

Comercio Brasil España

Carolina Carvalho Queiroz, Directora Ejecutiva de la Cámara Oficial de Comercio en Brasil.

PAG. 72

Nuevas oportunidades para la Inversión en Brasil. José Gasset, Presidente de CCBE.

Comercio Brasil España

PAG. 80

Mercado de lujo

El lujo se fija en Brasil

PAG. 82

Los "Tupiniquins people", el "Brexit" y las oportunidades del "Brasentry"

Opinión



Entrevista a Don. Santiago Iñiguez de Onzoño, Presidente da IE University

Entrevista ao Sr. Santiago Iñiguez de Onzoño, Presidente da IE University

Por Antonio Peres Junior,
Presidente de ABRESCCO.

Tuve el privilegio de entrevistar a Don Santiago Iñiguez de Onzoño, Presidente de *I.E. University*, institución de enseñanza superior que, por medio de su escuela de negocios, *I.E. Business School*, acaba de ser calificada por “Financial Times” como la octava mejor del mundo, a tiempo completo. Además, tuve la oportunidad, como alumno del I.E., hace un par de años, de constatar que su calificación como la 1.º del mundo, en el formato Blended MBA, por “The Economist”, también ha sido más que merecida.

Utilizo la palabra “privilegio”, no solamente en función de sus nobles y habituales galardones, merecidamente conquistados, año tras año, por el I.E., que, de veras, impresionan. Así nomino esta oportunidad, también porque, sinceramente, al lado del tecnicismo que encontramos alrededor de cada case que estudiamos en la *I.E. Business School*, orientados por profesores de impresionante calificación, aprendemos, trabajando muchas veces en equipo, inolvidables lecciones de respecto al próximo y a las diversidades. Es decir, la verdadera “educación (...) más humana, personalizada y efectiva” aludida por Santiago Iñiguez.

Digo “privilegio”, porque Santiago, además de una persona que gestiona encantadoramente bien, elegancia, inteligencia, prestigio y reconocimiento internacional, con una modestia y humildad muy nobles, se muestra un sincero entusiasta de la Educación, deteniendo, por encima de todo, un “jeito de brasileiro” interesantísimo de serlo, ya que le gusta la naturaleza, la mar y Brasil - conforme vendrán -, todo esto salpicado por

Tive o privilégio de entrevistar ao senhor Santiago Iñiguez de Onzoño, Presidente do *IE University*, instituição de ensino superior que, por meio de sua escola de negócios, *IE Business School*, acaba de ser qualificada pelo “Financial Times”, como a oitava melhor do mundo em tempo integral. Ademais, tive a oportunidade como aluno do IE, há dois anos, de constatar que a sua qualificação como primeiro do mundo em formato “Blended MBA”, pelo “The Economist”, também foi mais que merecida.

Utilizo a palavra “privilégio”, não somente em função de seus nobres e costumeiros prêmios, merecidamente conquistados, ano após ano, pelo IE, que, verdadeiramente, impressionam. Assim, nomeio esta oportunidade, também porque, sinceramente, ao lado do tecnicismo que encontramos ao redor de cada case que estudamos no *IE Business School*, orientados pelos professores de impressionantes qualificações, aprendemos trabalhando, muitas vezes em equipe, inesquecíveis lições de respeito ao próximo e às diversidades. Quer dizer, a verdadeira “educação (...) mais humana, personalizada e efetiva” mencionada por Santiago Iñiguez.

Digo “privilégio”, porque Santiago, além de ser uma pessoa que administra encantadoramente bem, com elegância, inteligência, prestígio e reconhecimento internacional, com uma modestia e humildade muito nobres, mostrase um sincero entusiasta da Educação, conservando por cima de tudo, um “jeito de brasileiro” interessantíssimo de ser, já que ele gosta da natureza,

un interactuar leve, tranquilo y tropical. Como las brisas que soplan en las palmeras de las playas del Nordeste de Brasil.

Se es una Ululante verdad el facto de que vivimos una preocupante coyuntura de entornos políticos, sociales, mercantiles y macroeconómicos revueltos; mas gran verdad contiene la máxima de Santiago, que recomienda que “los buenos negocios son el mejor antídoto para las malas relaciones internacionales”. De veras, en tiempos de ten-

“[...] destacamos por la implementación de las últimas tecnologías en el proceso de aprendizaje, haciendo que la educación sea más humana, personalizada y efectiva.”

tativas de alejamientos, como los que presenciamos, nada supera los acercamientos generados por la buena formación y relación corporativa, que conllevan, en ultima ratio, a la concordia entre los pueblos.

De las lecciones y de la concordia de la IE, ha nacido ABRESCCO, fundada por cuatro de sus eternos alumnos, con la misma noción de compromiso y respeto con “la sociedad global” que tiene el IE, acordada por Santiago, en su entrevista. Un respeto que viene de la humildad que resulta en se descubrir que “El andar las tierras y comunicar con diversas gentes hace a los hombres discretos” (Miguel de Cervantes, in, “El Colóquio de los Perros”, 1613).

La “intercontinentalidad” hispano-brasileña de ABRESCCO pues, es hija de la “multinacionalidad” de la IE.

Presidiendo una entidad educacional eminentemente transnacional, que reúne representantes de 156 países actualmente, en su cuerpo de alumnos, Don Santiago Iñiguez de Onzoño regala a la Revista ABRESCCO, con su simpática y agradable presencia, esta memorable entrevista, la cual compartimos con vosotros.

Revista ABRESCCO: Don Santiago, ¿usted podría hablar sobre el *IE Business School* para que nuestros lectores conozcan un poco más sobre esta respetable institución de enseñanza universitaria y postuniversitaria fundada en 1973?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Posiblemente, *IE Business School* es la escuela de negocios más innovadora del mundo. Sus programas, desde el MBA a su *Executive MBA*, figuran en las primeras posiciones de los rankings internacionales. El secreto de este éxito son las personas que forman parte del IE: sus alumnos, graduados, profesores

do mar e do Brasil- conforme verão, tudo isto salpicado por um interagir leve, tranquilo e tropical. Como as brisas que sopram nas palmeiras das praias do nordeste do Brasil.

Se é uma ululante verdade o fato de que vivemos uma preocupante conjuntura de contextos políticos, sociais, mercantis e macroeconômicos caóticos; maior verdade contém a máxima de Santiago, que recomenda que “os bons negócios são os melhores antídotos para as más relações internacionais”. De verdade, em tempos de tentativas de separações, como as que presenciamos, nada supera as aproximações geradas pela boa formação e relação corporativa que levam, em última instância, à concórdia entre os povos. .

Das lições e da concórdia do IE, nasceu a ABRESCCO, fundada por quatro de seus eternos alunos, com a mesma

“[...] destacamos-nos pela implementação das últimas tecnologias em processos de aprendizagem, fazendo que a educação seja mais humana, personalizada e efetiva.”

percepção de comprometimento e respeito com “A sociedade global” que tem o IE, lembrada por Santiago em sua entrevista. Um respeito que vem da humildade resultante em se descobrir que “O andar nas terras e comunicar com diversas gentes faz os homens discretos” (Miguel de Cervantes, in “O colóquio dos cachorros”, 1613).

A “intercontinentalidade” hispano-brasileira da ABRESCCO, pois, é filha da “multinacionalidade” do IE.

Presidindo uma entidade educacional eminentemente transnacional, no seu corpo de alunos, o Sr. Santiago Iñiguez de Onzoño presenteia à Revista ABRESCCO, com sua simpática e agradável presença, esta memorável entrevista, a qual compartilhamos com vocês.

Revista ABRESCCO: Sr. Santiago, poderia falar sobre o *IE Business School* para que nossos leitores conheçam um pouco mais sobre esta respeitável instituição de ensino universitário e pós- universitário fundada em 1973?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Possivelmente, o *IE Business School*, seja a escola de negócios mais inovadora do mundo. Seus programas, desde o MBA até o *Executive MBA*, figuram nas primeiras posições dos rankings internacionais. O segredo deste sucesso são as pessoas que formam parte do IE: seus alunos, graduados, professores e *staff*; todos eles excelentes profissionais e pessoalmente

y *staff*; todos ellos excelentes profesional y personalmente, cosmopolitas, emprendedores, y comprometidos con la sociedad global.

“El respeto por la diversidad es uno de los valores más importantes de la cultura del IE. Este año, en nuestro campus conviven alumnos de 156 nacionalidades distintas.”

Somos una escuela de negocios que cubre todos los segmentos educativos, desde grados, posgrados y formación ejecutiva, con el objetivo de proporcionar la mejor educación a emprendedores, directivos, profesionales del management y estudiantes a lo largo de toda su carrera profesional.

Y además destacamos por la implementación de las últimas tecnologías en el proceso de aprendizaje, haciendo que la educación sea más humana, personalizada y efectiva.

Revista ABRESCCO: El periódico “El País” ha publicado una materia el pasado 10 de enero, en la cual menciona que “La torre Caleido de 36 plantas será el quinto rascacielos del norte de Madrid” y albergará el *Instituto de Empresa Business School*. Aún, según “El País”, este campus tendrá capacidad para 6.000 alumnos y superficie de 50.000 metros cuadrados. ¿Usted podría darnos más informaciones sobre esta impresionante decisión estratégica del IE?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: El futuro campus de *IE University en Madrid*, un edificio de 35 plantas y una amplia plataforma horizontal, es un proyecto innovador que contará con espacios amplios y las últimas tecnologías de enseñanza. Permitirá albergar los programas de grado de nuestras cinco escuelas en las áreas de *Busi-*

“Con frecuencia digo a los alumnos del IE que los buenos negocios son el mejor antídoto para las malas relaciones internacionales”

ness, Arquitectura y Diseño, Human Science y Technology,

te, cosmopolitas, emprendedores e comprometidos con a sociedade global.

Somos uma escola de negócios que cobre todos os segmentos educativos, desde graduações, pós-graduações e formação executiva com o objetivo de proporcionar a melhor educação a empreendedores, diretores, profissionais de “management” e estudantes ao longo de toda a carreira profissional.

E além disso, destacamos-nos pela implementação das últimas tecnologias em processos de aprendizagem, fa-

“O respeito pela diversidade é um dos valores mais importantes da cultura do IE. Este ano em nosso campus convivem alunos de 156 nacionalidades diferentes.”

zendo que a educação seja mais humana, personalizada e efetiva.

Revista ABRESCCO: O jornal “El País” publicou uma matéria no último dia 10 de janeiro, na qual menciona que “O edifício Caleido de 36 andares será o quinto arranha-céu do norte de Madri” e abrigará o *Instituto de Empresa Business School*. Ainda, segundo o “El País”, este campus terá capacidade para 6.000 alunos e superfície de 50.000 metros quadrados. O senhor poderia dar-nos mais informações sobre esta impressionante decisão estratégica do I.E.?

“Com frequência digo que os alunos do IE que os bons negócios são o melhor antídoto para as más relações internacionais”

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: O futuro campus do *I.E. University* em Madri, um edifício de 35 andares e uma ampla plataforma horizontal, é um projeto inovador que contará com espaços amplos e as últimas tecnologias de ensino. Permitirá abrigar os programas de graduação das nossas cinco escolas nas áreas de *Business, Arquitetura e Desenho, Human Science and Technology, Direito e Relações Internacionais*. Além disso, contará com instalações esportivas e espaços para conferências, congressos acadêmicos e um parque para recreação dos

Derecho y Relaciones Internacionales. Además, contará con instalaciones deportivas y recintos para conferencias y congresos académicos y un parque para el esparcimiento de los estudiantes. Posiblemente será el campus universitario de carácter urbano más original, innovador y atractivo de los construidos en los últimos años.

Este nuevo campus en la zona de expansión de la ciudad de Madrid se complementará con los otros campus con los que ya cuenta el IE. En el área de María de Molina, donde se continuarán impartiendo los programas de posgrado y de formación ejecutiva, y el Campus de Segovia, donde tienen lugar programas y cursos de todas las escuelas.

“Aprovecho para felicitar a los socios y fundadores de ABRESCCO, y me siento muy orgulloso de que sean graduados del IE.”

Además, el IE cuenta con programas con formato “blended”, combinando educación online de calidad con módulos presenciales en todos los continentes, y tiene oficinas en 28 ciudades de distintos países.

También desarrollamos programas de desarrollo directivo para empresas conjuntamente con el *Financial Times* en Londres, así como programas masters en Estados Unidos, con la Universidad de Brown, en Singapur, con SMU, en China con *Jiao Tong University*, y cursos en Brasil, Sudáfrica, México y el *Middle East*, entre otros países.

Revista ABRESCCO: Hemos notado que el *IE Business School* ofrece además de mucho conocimiento técnico-corporativo a sus alumnos, una visión globalizada del universo empresarial, siendo notable su diversidad latitudinal y longitudinal de interesados alrededor del mundo, que buscan esta respetable escuela de negocios. Me acuerdo que, como alumno, en una semana de clases que tuve en São Paulo, por medio de un intercambio de inmersión en aquella ciudad brasileña, promovido por el IE, he

“[...] considero a Brasil como uno de mis hogares, también porque tengo la suerte de contar con una casa en el Nordeste de Brasil, donde me refugio para leer y escribir.”

conocido gente de casi todo el mundo... ¿Usted podría darnos datos estadísticos en este sentido?

“Aproveito para felicitar aos sócios e fundadores da ABRESCCO e sinto-me muito orgulhoso que sejam graduados do IE.”

estudantes. Possivelmente, será o campus universitário de caráter urbano mais original, inovador e atrativo dos construídos nos últimos anos.

Este novo campus na zona de expansão da cidade de Madrid será complementar os outros campus que já conta, o I.E., na área de Maria de Molina, onde continuará sendo transmitido os programas de pós-graduação e de formação executiva e o Campus de Segóvia, onde tem lugar os programas e cursos de todas as escolas.

Também desenvolvemos programas de desenvolvimento diretor para empresas conjuntamente com o *Financial Times* em Londres, assim como programas de mestrados nos Estados Unidos com a Universidade de Brown; em Singapura, com SMU; na China, com *Jiao Tong University* e curso no Brasil, África do Sul, México e no *Middle East*, entre outros países.

Revista ABRESCCO: Notamos que, o *IE Business School* oferece, além de muito conhecimento técnico-corporativo aos seus alunos, uma visão globalizada do universo empresarial, sendo notável sua diversidade latitudinal e longitudinal de interessados ao redor do mundo, que buscam esta respeitável escola de negócios. Lembro-me

“[...] considero o Brasil como um dos meus lares, também porque tenho a sorte de ter uma casa no nordeste do Brasil, onde me refugio para ler e escrever.”

que, como aluno, em uma semana de aulas que tive em São Paulo por meio de um intercâmbio de imersão naquela cidade brasileira, promovido pelo IE, conheci gente de quase todo o mundo...o senhor poderia dar-nos estatísticas neste sentido?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: El respeto por la diversidad es uno de los valores más importantes de la cultura del IE. Este año, en nuestro campus conviven alumnos de 156 nacionalidades distintas. Esta diversidad favorece un mejor entendimiento de otras culturas y prepara a nuestros egresados para que dirijan equipos de personas internacionales o para que creen empresas en cualquier país del mundo. También refuerza el sentimiento cosmopolita de nuestros graduados y su compromiso con la sociedad global, así como un profundo respeto y aceptación de las diferencias culturales. También refuerza la modestia de nuestros alumnos y evita que sean arrogantes, una virtud clave para la dirección de empresas.

Con frecuencia digo a los alumnos del IE que los buenos negocios son el mejor antídoto para las malas relaciones internacionales, una máxima muy aplicable en nuestros días.

“Brasil es un socio indispensable para España en el nuevo orden multipolar internacional.”

4. Revista ABRESCCO: Don Santiago, ¿cómo es ser Presidente de una institución tan respetada? ¿Cómo es vuestra rutina laboral a frente del I.E.?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Es una experiencia fascinante. En el IE contamos con un equipo de personas, directivos, profesores y staff, que es excepcional y que hace que mi trabajo sea mucho más sencillo.

Siempre he intentado elegir para mi equipo a personas que fueran mejor que yo, competentes, cultivadas y comprometidas. El buen ambiente emprendedor del IE lo notan nuestros alumnos y las personas que nos visitan. Forma parte de la cultura organizativa y se percibe en nuestra manera de comportarnos y hablar.

Siento pasión por la educación y por la actividad que desarrolla el IE. Creo que es bueno sentir pasión por el trabajo propio y por eso, aunque lógicamente siempre hay tareas que se repiten, pocas veces me parecen rutinarias. Intentamos innovar la forma de trabajar de forma permanente.

Finalmente, también es bueno hacer sitio en el trabajo a la diversión. Es importante pasarlo bien y divertirse, porque pasamos la mayor parte de nuestro día en el trabajo.

Revista ABRESCCO: Como usted sabe, ABRESCCO apuesta y trabaja en las buenas e históricas relaciones

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: O respeito pela diversidade é um dos valores mais importantes da cultura do IE. Este ano em nosso campus convivem alunos de 156 nacionalidades diferentes. Esta diversidade favorece um melhor entendimento de outras culturas e prepara os nossos graduados para que dirijam equipes de pessoas estrangeiras ou para que criem empresas em qualquer país do mundo. Também reforça o sentimento cosmopolita de nossos graduados e seu compromisso com a sociedade global, assim como um profundo respeito e aceitação das diferenças culturais. Também reforça a modéstia de nossos alunos e evita que sejam arrogantes, uma virtude chave para a direção de empresas.

Com frequência digo que os alunos do IE que os bons negócios são o melhor antídoto para as más relações internacionais, uma máxima muito aplicável aos nossos dias.

Revista ABRESCCO: Sr. Santiago, como é ser Presidente de uma instituição tão respeitada? Como é vossa rotina de trabalho frente ao IE?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: É uma experiência fascinante. No IE contamos com uma equipe de pessoas, diretores, professores e staff, que é excepcional e que faz que o meu trabalho seja muito simples.

Sempre tentei escolher para minha equipe pessoas que fossem melhores que eu, competentes, cultas e comprometidas. O bom ambiente empreendedor do IE é notado pelos nossos alunos e as pessoas que nos visitam. Forma parte da cultura organizativa e percebe-se em nossa maneira de comportar-nos e falar.

“O Brasil é um sócio indispensável para a Espanha na nova ordem multipolar internacional.”

Sinto paixão pela Educação e pela atividade que desenvolve o IE. Creio que é bom sentir paixão pelo próprio trabalho e por isso, ainda que logicamente, sempre há tarefas que se repetem, poucas vezes parecem-me rotineiras. Tentamos inovar a maneira de trabalhar de forma permanente.

Finalmente, também é bom dar um lugar no trabalho à diversão. É importante passar bem, divertir-se, porque ficamos a maior parte do nosso dia no trabalho.

Revista ABRESCCO Como o senhor sabe, ABRESCCO aposta e trabalha nas boas e históricas relações culturais, sociais e empresariais entre o Brasil e a Es-

culturales, sociales y empresariales entre Brasil y España. Tanto es así, que no por casualidad, es compuesta por dos socios españoles y dos socios brasileños, todos ex alumnos del IE. ¿Cómo usted ve las relaciones entre estas dos potencias mundiales, que juntas reúnen casi 250 millones de consumidores, siendo Brasil el tercer destino de inversiones de España en el exterior, después de los EUA y UK, con un total acumulado de casi 60 mil millones de dólares, en sectores como telecomunicaciones, energía, infraestructura, servicios financieros, turismo, entre otros?

“Creo que Brasil es un país por descubrir para muchas personas, y con unas posibilidades de desarrollo formidables para un turismo que apueste por la sostenibilidad.”

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Aprovecho para felicitar a los socios y fundadores de ABRESCCO, y me siento muy orgulloso de que sean graduados del IE.

Brasil y España se encuentran unidos por múltiples lazos históricos, culturales, sociales y económicos. Somos países con una estrecha relación y respeto mutuo, y con una visión compartida del mundo.

Desde un punto de vista personal, yo considero a Brasil como uno de mis hogares, también porque tengo la suerte de contar con una casa en el Nordeste de Brasil, donde me refugio para leer y escribir.

Creo que las relaciones comerciales y empresariales entre Brasil y España se incrementarán de forma notable en los próximos años, especialmente en sectores como la construcción, infraestructuras, servicios profesionales, tecnología o turismo.

Brasil es un socio indispensable para España en el nuevo orden multipolar internacional. Y España es un aliado fundamental de Brasil en Europa y en el resto del mundo.

Revista ABRESCCO: ¿Cuáles los planes del IE para Brasil, en los próximos años?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: El IE cuenta con una sede en Sao Paulo, desde la que desarrollamos diversas actividades educativas y de *networking* con nuestros *stakeholders*, fundamentalmente *Alumni* y Empresas. Anualmente atraemos a nuestro campus de Madrid a un significativo número de alumnos que acuden a nuestros programas de grado y posgrado.

También desarrollamos cursos y partes de nuestros programas en Brasil, y queremos aumentar nuestra presen-

panha. Tanto é assim, que não por acaso, é composta por dois sócios espanhóis e dois sócios brasileiros, todos ex-alunos do I.E. Como o senhor vê as relações entre estas duas potências mundiais, que juntas, reúnem quase 250 milhões de consumidores, sendo o Brasil o terceiro destino dos investimentos da Espanha no exterior, depois dos EUA e UK, com um total acumulado de quase 60 bilhões de dólares em setores como as telecomunicações, energia, infraestrutura, serviços financeiros, turismo, entre outros?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Aproveito para felicitar aos sócios e fundadores da ABRESCCO e sinto-me muito orgulhoso que sejam graduados do IE.

O Brasil e a Espanha encontram-se unidos por múltiplos laços históricos, culturais, sociais e econômicos. Somos países com uma estreita relação e respeito mútuo e com uma visão comum do mundo.

Desde o ponto de vista pessoal, eu considero o Brasil como um dos meus lares, também porque tenho a sorte de ter uma casa no nordeste do Brasil, onde me refugio para ler e escrever.

Creio que as relações comerciais e empresariais entre

“Creio que o Brasil é um país ainda por descobrir para muitas pessoas e com muitas possibilidades de desenvolvimento formidáveis para um turismo que aposte pela sustentabilidade.”

o Brasil e a Espanha se incrementarão de forma notável nos próximos anos, especialmente nos setores como a construção, infraestruturas, serviços profissionais, tecnologia ou turismo.

O Brasil é um sócio indispensável para a Espanha na nova ordem multipolar internacional. E a Espanha é uma aliada fundamental do Brasil na Europa e o resto do mundo.

Revista ABRESCCO Quais são os planos do IE para o Brasil nos próximos anos?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: O IE conta com uma sede em São Paulo, lá desenvolvemos diversas atividades educativas e de *networking* com nossos *stakeholders*, fundamentalmente *Alumni* e Empresas. Anualmente, atraímos a nosso campus de Madri um significativo número de alunos que procuram os nossos programas de graduação e pós-graduação.

cia en los próximos años. Contamos con dos ventajas para este desarrollo: nuestra metodología “blended”, que incluye formación online de alta calidad, y que nos permite llegar a cualquier lugar, así como las mejores tecnologías aplicadas al aprendizaje. También un claustro de profesores internacional con un conocimiento profundo de la realidad empresarial, también un creciente número de profesores asociados especializados en mercados y sectores.

En el futuro preveo una mayor actividad del IE en Brasil, especialmente en formación y desarrollo ejecutivo. Además contamos con el apoyo de *nuestros Alumni* y de muchas empresas.

Revista ABRESCCO: ¿Personalmente, le gusta viajar a Brasil? ¿Qué le gusta más en nuestro país? ¿Alguna sugerencia de mejora especialmente en algún seguimiento?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Disfruto viajando a Brasil, porque como comentaba anteriormente, me siento en casa. Creo que Brasil es un país por descubrir para muchas personas, y con unas posibilidades de desarrollo formidables para un turismo que apueste por la sostenibilidad.

Concretamente, si mejoraran las conexiones aéreas entre Brasil y Europa se abrirían muchas posibilidades para el desarrollo de ese turismo de calidad y respetuoso con el medioambiente en múltiples destinos de la costa brasileña. Por ejemplo, el nordeste de Brasil es mucho más próximo a Europa Occidental que otros destinos en el Caribe o en el Índico, y más estable y seguro en términos de climatología o riesgos naturales.

También favorecería desde Brasil la venida de emprendedores, una mayor apertura legislativa y reducción de la burocracia para el desarrollo de servicios profesionales y actividades empresariales.

Revista ABRESCCO: Sabemos que el “virus del emprendedor”, así como nosotros de ABRESCCO, ha contaminado otros alumnos del IE, gracias a las enseñanzas de esta institución académica, que además de tantas cosas, nos prepara para mirar las adversidades empresariales con tranquilidad y seguridad. ¿Usted nos puede mencionar ejemplos de otras empresas que fueran fundadas, bajo inspiración del IE, por ex alumnos suyos?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Todos los años más del 20% de los graduados del IE deciden crear nuevas empresas. Muchos otros comienzan a trabajar prestando sus servicios como profesionales *freelance*, o asumen la dirección de empresas familiares para reinventarlas y rejuvenecerlas.

Também desenvolvemos cursos e partes de nossos programas no Brasil e queremos aumentar nossa presença nos próximos anos. Contamos com duas vantagens para esta ampliação: nossa tecnologia “blended”, que inclui formação online de alta qualidade e que nos permite chegar a qualquer lugar, assim como as melhores tecnologias aplicadas à aprendizagem. Também um conjunto de professores internacionais com um conhecimento profundo da realidade empresarial, também um crescente número de professores associados especializados em mercados e setores.

No futuro prevejo uma maior atividade do I.E. no Brasil especialmente, formação e desenvolvimento executivo. Ademais, contamos com o apoio dos nossos *Alumni* e de muitas empresas.

Revista ABRESCCO Pessoalmente, você gosta de viajar ao Brasil? Alguma sugestão de melhoria especialmente em algum seguimento?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Desfruto viajando ao Brasil, porque como comentei anteriormente, sinto-me em casa.

Creio que o Brasil é um país ainda por descobrir para muitas pessoas e com muitas possibilidades de desenvolvimento formidáveis para um turismo que aposte pela sustentabilidade.

Concretamente, se melhorassem as conexões aéreas entre o Brasil e a Europa abririam-se muitas possibilidades para o desenvolvimento desse turismo de qualidade e respeitoso com o meio-ambiente em múltiplos destinos da costa brasileira. Por exemplo, o nordeste do Brasil é muito mais próximo da Europa Ocidental que outros destinos como Caribe ou o Índico, mais estável e seguro em termos climáticos e atividades empresariais.

Revista ABRESCCO: Sabemos que o “vírus do empreendedor”, assim como nós da ABRESCCO, contaminou outros alunos do IE graças aos ensinamentos desta instituição acadêmica, que ademais de tantas coisas, nos prepara para olhar as adversidades empresariais com tranquilidade e segurança. O senhor nos pode mencionar exemplos de outras empresas que foram fundadas baixo inspiração do IE, por seus alunos?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Todos os anos mais de 20% dos graduados do IE decidem criar novas empresas. Muitos outros começam a trabalhar prestando seus serviços profissionais *freelance* ou assumem a direção de empresas familiares para reinventá-las e rejuvenescê-las.

Com independência do tipo de organização a que pertençam, os graduados do IE projetam seu espírito em-

Con independencia del tipo de organización al que pertenezcan, los graduados del IE proyectan su espíritu emprendedor en su trabajo, en grandes corporaciones o incluso en la administración pública u organizaciones sin ánimo de lucro.

El IE ha sido reconocido el año pasado por el *Financial Times* como la escuela líder en creación de empresas. También es una de las escuelas que atrae más fondos de inversores, *Venture Capital*, *business angels* e incubadoras para los proyectos de sus alumnos.

Además, el IE organiza todos los años alrededor de 25

“El IE ha sido reconocido el año pasado por el Financial Times como la escuela líder en creación de empresas.”

venture days internacionales que congregan a emprendedores, inversores y directivos en diversas ciudades del mundo, incluida São Paulo.

Las *start-ups* y empresas creadas por graduados se encuentran repartidas por todos los sectores y todos los continentes, con un número creciente de ellas relacionadas con las nuevas tecnologías. Es un fenómeno del que nos sentimos muy orgullosos.

“Queremos transformar la sociedad global mediante la formación de emprendedores y directivos competentes, cultivados y comprometidos.”

Revista ABRESCO: Percibimos un *feedback* muy interesante del IE, tras la conclusión del curso, dirigido a sus alumnos. Pienso yo, que, de tan fuerte, poco común en otras instituciones afines. Me atrevo a dar mi opinión personal, revelando que me siento parte de una familia. Siempre invitado para eventos nacionales e internacionales, encuestas, oportunidades de puestos de trabajo, orientaciones emanadas de nuestros profesores - uno de los cuales, el brillante Pedro Corrales, hoy incluso, nuestro socio -, por supuesto, habitualmente muy bien recibido por usted, nuestro estimado Presidente. ¿Esto es una casualidad que resulta de la eficacia IE, o una decisión estratégica de la dirección?

“O IE foi reconhecido o ano passado pelo Financial Times como a escola líder em criação de empresas.”

empreendedor em seu trabalho, em grandes corporações ou inclusive na administração pública ou organizações sem ânimo de lucro.

O IE foi reconhecido o ano passado pelo *Financial Times* como a escola líder em criação de empresas. Também é uma das escolas que atraem mais fundos de investidores, *Venture Capital*, *business angels* e incubadoras para os projetos dos seus alunos.

Ademais, o IE organiza todos os anos em torno de 25 *venture day* internacionais que congregam a empreendedores, investidores e diretores em diversas cidades do mundo, incluída São Paulo.

As *start-ups* e empresas criadas por graduados encontram-se espalhadas por todos os setores e todos os continentes, com um número crescente das relacionadas com as novas tecnologias. É um fenômeno que nos sentimos muito orgulhosos.

Revista ABRESCO: Recebemos um *feedback* muito interessante do IE depois da conclusão do curso dirigido aos seus alunos. Penso eu que, de tão forte, pouco comum em outras instituições afins. Atrevo-me a dar a minha opinião pessoal, revelando que me sinto parte de uma família. Sempre convidado para eventos nacionais e internacionais, pesquisas, oportunidades

“Queremos transformar a sociedade global mediante a formação de empreendedores e diretores competentes, cultos e comprometidos.”

de postos de trabalho, orientações emanadas de nossos professores- um dos quais, o brilhante Pedro Corrales, hoje inclusive nosso sócio, e claro, normalmente muito bem recebido pelo senhor, nosso prezado Presidente. Isto é por acaso, esse resultado da eficácia do IE ou uma decisão estratégica da direção?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Creo que ese aire de familia que existe en el IE es consecuencia de compartir un ideal de excelencia en la educación. Queremos transformar la sociedad global mediante la formación de emprendedores y directivos competentes, cultivados y comprometidos. Este ideal, compartido por todos nuestros alumnos y profesores, genera una cultura organizativa muy fuerte y un arraigado sentido de identidad que perdura muchos años tras la graduación.

También el IE es un lugar donde se cultivan las rela-

“[...] hoy más que nunca necesitamos emprendedores y directivos cosmopolitas, comprometidos con la creación de una mejor sociedad global.”

ciones personales y el networking, un lugar divertido y cosmopolita. Divertirse es importante en el trabajo y en la educación, ya que dedicamos una parte sustancial de nuestras vidas a ambas actividades.

Y comparto su opinión sobre la valía profesional y humana de nuestro profesor Pedro Corrales.

Revista ABRESCCO: ¿Usted desea enviar algún mensaje final a nuestros lectores?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Quiero en primer lugar felicitar a los fundadores de ABRESCCO por esta iniciativa tan importante para unir a nuestros dos países, y desearles el mejor de los éxitos empresariales.

También desear suerte a todos los lectores y pedirles que desde nuestras organizaciones y nuestros puestos de responsabilidad contribuyamos a crear un mundo más unido, abierto y tolerante. Vivimos tiempos de turbulencia global, y hoy más que nunca necesitamos emprendedores y directivos cosmopolitas, comprometidos con la creación de una mejor sociedad global.

“Quiero en primer lugar felicitar a los fundadores de ABRESCCO por esta iniciativa tan importante para unir a nuestros dos países, y desearles el mejor de los éxitos empresariales.”

“Quero em primeiro lugar parabenizar os fundadores da ABRESCCO por esta iniciativa tão importante para unir nossos países e desejar o melhor dos êxitos empresariais.”

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Creio que esse ar de família que existe no IE é consequência de compartilhar um ideal de excelência na Educação. Queremos transformar a sociedade global mediante a formação de empreendedores e diretores competentes, cultos e comprometidos. Este ideal compartilhado pelos nossos alunos e professores gera uma cultura organizativa muito forte e um enraizado sentido de identidade que perdura muitos anos depois da graduação.

Também o IE é um lugar onde se cultivam as relações pessoais e o networking, um lugar divertido e cosmopolita. Divertir-se é importante no trabalho e na educação, já que dedicamos uma parte substancial de nossas vidas à ambas atividades.

“[...] hoje, mais do que nunca, necessitamos empreendedores e diretores cosmopolitas, comprometidos com a criação de uma melhor sociedade global.”

E partilho sua opinião sobre o valor profissional e humano do nosso professor Pedro Corrales.

Revista ABRESCCO O senhor deseja enviar alguma mensagem final aos nossos leitores?

Don Santiago Iñiguez de Ozoño: Quero em primeiro lugar parabenizar os fundadores da ABRESCCO por esta iniciativa tão importante para unir nossos países e desejar o melhor dos éxitos empresariais.

Também desejar sorte a todos os leitores e os pedir desde as nossas organizações e nossos postos de responsabilidade, que contribuamos a criar um mundo mais unido, aberto e tolerante. Vivemos tempos de turbulência global e hoje, mais do que nunca, necessitamos empreendedores e diretores cosmopolitas, comprometidos com a criação de uma melhor sociedade global.



BRASIL, COMUNICAR LAS OPORTUNIDADES DE UN GIGANTE

“BRASIL, COMUNICAR AS OPORTUNIDADES DE UM GIGANTE”

Brasil es, indudablemente, uno de los mercados más atractivos del mundo para invertir, no solo porque ocupa el decimotercer puesto en el ranking de la economía mundial, sino porque se ha convertido en una de las potencias clave en América Latina –es la primera economía por PIB de la región–.

Este inmenso país, que concentra 17 veces el tamaño de España, ha sido la sede en los últimos años de grandes eventos como el Mundial de la FIFA en 2014 o los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Río 2016. Estos prueban la capacidad gestora del país y la oportunidad de negocio que presenta para multitud de sectores.

España, consciente de esta oportunidad, ha estrechado los lazos con el gigante brasileño durante la última década, consolidando una fuerte presencia inversora en el país. De hecho, el conocido interés de los brasileños por la lengua y la cultura española facilitan mucho el proceso de llegada de empresas españolas.

Nuestra compañía, presente en Brasil desde 2008, es prueba de ello. En estos años, LLORENTE & CUENCA

O Brasil é, sem dúvida, um dos mercados mais atraentes do mundo para investir, não só porque ocupa o décimo terceiro posto no ranking da economia mundial, senão porque converteu-se em uma das potências chave na América Latina- e a primeira economia por PIB da região.

Este imenso país, que concentra 17 vezes o tamanho da Espanha, foi a sede nos últimos anos de grandes eventos como a Copa do Mundo da FIFA em 2014 e os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos do Rio 2016. Isto prova a capacidade gestora do país e a oportunidade de negócio que apresenta uma multidão de setores.

A Espanha, consciente desta oportunidade, estreitou os laços com o gigante brasileiro durante a última década, consolidando uma forte presença investidora no país. De fato, o conhecido interesse dos brasileiros pela língua e cultura espanhola facilitam muito o processo de chegada das empresas espanholas.

Nossa companhia, presente no Brasil desde 2008, é prova disso. Nestes anos, LLORENTE & CUENCA alcançou



ha alcanzado una demostrada madurez en el mercado, gracias a la consolidación en 2013 de su propia oficina en Sao Paulo –que se sumaba a la existente en Rio de Janeiro– y al fortalecimiento de su red de *partners*.

El mercado brasileño es un entorno sofisticado que requiere de altos niveles de exigencia para poder competir con otras empresas que cuentan con un alto nivel de especialización.

Por ello, es estrictamente necesario contar internamente con talento local para tener presente el conocimiento del entorno y, además, adaptar la asesoría o los servicios prestados a su realidad local. Es fundamental, por tanto, planificar la llegada al país brasileño ofreciendo una promesa de valor diferenciada y atractiva, además de adaptarla a las particularidades y necesidades del cliente local.

Y en este sentido, la comunicación ha dado un giro fundamental, pasando de una visión más técnica hacia a una visión más estratégica y sofisticada, centrada en la generación de valor para las organizaciones y en la gestión de la reputación. Ya no basta con lo que las empresas digan de sí mismas sino que serán los grupos de interés quienes opinen de ellas. Estamos en la era del poder de la ciudadanía y de la posverdad, en la que la aparición de nuevas formas de comunicación ha proporcionado a las personas nuevas herramientas para ejercer un escrutinio mayor y más rápido; a veces letal para aquellas organizaciones que carecen de ética o transparencia.

En este entorno, las empresas deben identificar los riesgos reputacionales y abordar los problemas poniendo en marcha acciones concretas para anticiparse y mitigarlos. Incluso para las empresas que no tratan directamente con los consumidores, es importante comprender y tener en cuenta la opinión pública.

Pero, además, las empresas son un importante actor en la sociedad que genera valor y es ahí donde entra en juego el término de diplomacia corporativa, por el que las organizaciones no solo pueden, sino que deben contribuir a fortalecer los lazos económicos y bilaterales entre los países.

En un mundo caracterizado por la incertidumbre, las relaciones internacionales se convierten en protagonistas en una sociedad global, y las compañías no pueden quedar al margen de este fenómeno.

Al apostar por internacionalizarnos a Brasil, en LLORENTE & CUENCA estábamos convencidos de que el país era un abanico de posibilidades, y hoy, nueve años después, seguimos convencidos de ello y apostando por el gigante brasileño.

uma demonstrada maturidade no mercado, graças à consolidação em 2013 de seu próprio escritório em São Paulo- que somou- se ao já existente no Rio de Janeiro- e ao fortalecimento de sua rede de *partners*.

O mercado brasileiro é um contexto sofisticado que requer altos níveis de exigência para poder competir com outras empresas que contam com um alto nível de especialização.

Para isso, é estritamente necessário contar internamente com o talento local para ter presente o conhecimento do ambiente e, além disso, adaptar a assessoria aos serviços prestados à sua realidade local. É fundamental, portanto, planejar a chegada ao país brasileiro oferecendo uma promessa de valor diferenciada e atraente, além de adaptá-la às particularidades e necessidades do cliente local.

E nesse sentido, a comunicação deu um giro fundamental, passando de uma visão mais técnica a uma visão mais estratégica e sofisticada, centrada na geração de valor para as organizações e na gestão da reputação. Já não basta o que as empresas digam de si mesmas, senão o que os grupos de interesse opinem sobre elas. Estamos na era do poder da cidadania e da pós- verdade, na que a aparição de novas formas de comunicação proporcionou às pessoas, novas ferramentas para exercer um escrutínio maior e mais rápido; às vezes, letal para aquelas organizações que carecem de ética ou transparência.

Nesse contexto, as empresas devem identificar os riscos “reputacionais” e abordar os problemas colocando em prática ações concretas para antecipar- se e mitigá-los. Inclusive, para as empresas que não tratam diretamente com os consumidores, é importante compreender e levar em conta a opinião pública.

Mas, além disso, as empresas são um importante ator na sociedade que gera valor e é aí onde entra em jogo o termo da diplomacia corporativa, para que as organizações não só possam, como devam contribuir para fortalecer os laços econômicos e bilaterais entre os países.

Em um mundo caracterizado pela incerteza, as relações internacionais convertem- se em protagonistas em uma sociedade global e as companhias não podem ficar à margem deste fenômeno.

“BRASIL ES, INDUDABLEMENTE, UNO DE

LOS MERCADOS MÁS ATRACTIVOS

DEL MUNDO PARA INVERTIR”

AIR EUROPA

AIR EUROPA



El 20 de Noviembre de 2016 se han cumplido 30 años de la creación de AIR EUROPA.

Air Europa nació en una época en la que comenzaba la actividad aérea en Europa a dejar de ser tan fuertemente regulada, y poco a poco, las empresas privadas dejaban de ser exclusivamente de vuelos chárter, para empezar la competencia en el negocio del tráfico aéreo regular, con las compañías que en aquel momento se llamaban de bandera (propiedad de los Estados).

Fue así como poco a poco a poco, una compañía aérea 100 % española, y dentro de la raigambre de la empresa familiar, comienza en 1993, la actividad regular, empezando a volar el puente aéreo MADRID-BARCELONA. Difícil competir con las grandes empresas aéreas en aquel momento, pero el posicionamiento de toda la empresa, empezando por nuestro Presidente Juan Jose Hidalgo, en estar volcados hacia el cliente y sus necesidades nos ha llevado en estos años a transportar más de DIEZ MILLONES de pasajeros por año, y a ser la empresa aérea de referencia entre EUROPA y LATIIONAMERICA.

Tuve la suerte de incorporarme pronto a la empresa y desde mis posiciones de Director de Marketing, y Director de Gestión de Ingresos, he vivido el apasionante desarrollo de una empresa en donde cada detalle cuenta.

Dia 20 de novembro de 2016, completou- se 30 anos da criação da AIR EUROPA.

Air Europa nasceu em uma época em que começava a deixar de ser tão fortemente regulamentada a atividade aérea na Europa e as empresas privadas, pouco a pouco, deixaram de ter exclusivamente voos chárter, para começar a competir no negócio do tráfico aéreo regular, com as companhias que naquele momento chamavam- se “de bandeira” (propriedade dos Estados).

Foi assim como pouco a pouco, uma companhia aérea 100% espanhola e dentro da tradição de empresa familiar, começa em 1993, a atividade regular, começando a voar na ponte aérea MADRI- BARCELONA. Difícil competir com as grandes empresas aéreas naquele momento, mas o posicionamento de toda a empresa, começando pelo nosso Presidente Juan Jose Hidalgo, em estar voltados ao cliente e suas necessidades, levou-nos nestes anos a transportar mais de DEZ MILHÕES de passageiros por ano e ser a empresa aérea de referência entre EUROPA e AMÉRICA LATINA.

Tive a sorte de juntar-me logo à empresa e no meu cargo de Diretor de Marketing e Diretor de Gestão Financeira, vivi o apaixonante desenvolvimento de uma empresa onde cada detalhe conta.



Enrique Martín-Ambrósio
Director General Brasil y América Latina Air Europa.
Enrique Martín-Ambrósio
Diretor Geral Brasil e América Latina Air Europa.





Pero hoy, les quiero comentar mi experiencia como Director General en Brasil, en donde llegué en el año 2013.

Ya en el año 2004 Air Europa había comenzado sus vuelos regulares desde MADRID al nordeste concretamente a SALVADOR de Bahía. Fue una apuesta arriesgada, ya que las compañías europeas volaban generalmente a SAO PAULO o a RIO. Pero en este estado de Bahía (de mayor extensión que España) viven hoy en día 12.000 españoles con pasaporte que con sus familias integran la colonia más importante del Nordeste.

Nuestro Presidente, que en su juventud fue emigrante en Suiza, siempre ha tenido un cariño muy especial por las colonias de emigrantes, y unido a esta masa crítica al comienzo de operaciones cerca de SALVADOR de emprendimientos españoles como IBEROSTAR en Praia do Forte, y de GRAND PALLADIUM en Imbassaí, convirtieron a Air Europa en el puente ideal entre Bahía y Europa, siendo hoy en día la única compañía aérea en Brasil, que tiene su sede en Bahía.

Nuestro tráfico en los primeros años fue, punto a punto, aportando miles y miles de turistas europeos a las magníficas playas de Bahía y a Salvador.

Fue en diciembre de 2013, cuando por fin y gracias a las ampliaciones del aeropuerto de GUARULHOS en São Paulo, conseguimos los horarios necesarios para volar con éxito entre Madrid y São Paulo. Un vuelo diario con una alta tasa de ocupación, demuestran que los estudios estaban acertados.

Mas hoje, quero falar sobre a minha experiência como Diretor Geral no Brasil, onde cheguei no ano de 2013.

Ainda no ano de 2004, a Air Europa havia começado seus voos regulares de Madri ao nordeste, concretamente, a SALVADOR, na Bahia. Foi uma aposta arriscada, já que as companhias europeias voavam, geralmente, a SÃO PAULO e ao RIO. Mas, neste estado da Bahia (de maior extensão que a Espanha) vive hoje em dia, 12.000 espanhóis com passaporte que, com suas famílias, integram a colônia mais importante do Nordeste.

Nosso Presidente, que em sua juventude foi imigrante na Suíça, sempre teve um carinho muito especial pelas colônias de imigrantes e, unido à massa crítica no começo das operações perto de SALVADOR com empreendimentos espanhóis como IBEROSTAR na Praia do Forte e do GRAN PALLADIUM em Imbassaí, transformaram a Air Europa na ponte ideal entre a Bahia e a Europa, sendo hoje em dia a única companhia área no Brasil que tem sua sede na Bahia.

Nosso tráfico nos primeiros anos foi, ponto a ponto, contribuindo com milhares de turistas europeus às magníficas praias da Bahia e a Salvador.

Foi em dezembro de 2013, quando por fim e graças às ampliações do aeroporto de GUARULHOS em São Paulo, conseguimos os horários necessários para voar com sucesso entre Madri e São Paulo. Um voo diário com uma alta taxa de ocupação demonstra que os estudos estavam certos.

En estas fechas, también estamos de aniversario. Entre MADRID y SALVADOR de BAHIA hemos movido UN MILLON de pasajeros, desde el comienzo de las operaciones. Aproximadamente un 50 % europeos, que bien por negocio o por turismo venían a Bahia, y el otro 50 % de brasileños que, por motivos familiares, de turismo, o de negocio han viajado hacia Europa.

Pero como lo nuestro es la expansión, un trabajo fuerte fue hecho en acuerdo con todas las líneas aéreas brasileñas, y desde un código compartido con AVIANCA BRASIL, hasta acuerdos con GOL, AZUL, TAM permiten a los clientes de Air Europa volar a/desde cualquier ciudad brasileña, bien a través de nuestro HUB en SALVADOR o en SAO PAULO y a través de nuestro HUB en MADRID a toda Europa.

Permítanme ahora hablarles de la transformación espectacular de la ciudad de SALVADOR en los tres últimos años. Salvador, que fue la primera capital de Brasil, es la que mejor conserva ese espíritu de simbiosis entre la cultura india, negra y europea. Un espectáculo de ciudad en donde el sincretismo religioso hace que las religiones de matriz africana, y en especial el candomblé, este en el corazón del pueblo como el resto de religiones y Nuestro Señor de Bonfim sea OXALA, OGUM sea San Jorge o LEMANJA que se celebra manan con una extraordinaria manifestación de fe (Odôíá) sea Nuestra Señora de los Navegantes.

La magnífica transformación comenzada hace tres años por la Prefeitura en lugares turísticos tal como el FAROL de BARRA. La orla (o paseo marítimo) en sus kilómetros y kilómetros de recorrido, la creación de bicis turísticas, la mega obra por parte del Estado, del metro de Bahia, hace que sea muy difícil no querer visitar Bahia.

Hablamos de infraestructura, pero lo importante es la gente, el pueblo soteropolitano. ¿Usted no visitaría una ciudad en donde DOS millones de personas salen a la calle en EL CARNAVAL (la mayor fiesta del planeta), que AIR EUROPA por tercer año consecutivo patrocina, o en donde durante un verano espectacular diariamente hay más de cinco conciertos de alto nivel??

Declarada el año pasado por la UNESCO como CIUDAD DE LA MUSICA, de aquí son músicos tan importantes como CARLINHOS BROWN, GILBERTO GIL, CAETANO VELOSO, DANIELA MERCURY, IVETE SANGALO... Y cientos de artistas que por todo el mundo llevan la alegría de Bahia en sus canciones.

Con los vuelos directos de Air Europa (solo unas 8 horas de vuelo), con la magnífica infraestructura, con sus playas y con sus gentes, no puede dejar de visitarnos en donde el pueblo se reúne en el Puerto de Barra, para... aplaudir la puesta de sol. Para celebrar la VIDA!!!

Nesta data também estamos aniversariando. Entre MADRI e SALVADOR da BAHIA, movimentamos UM MILHÃO de passageiros, desde o começo das operações. Aproximadamente, um 50% de europeus, quer por negócio, quer por turismo, vieram à Bahia e o outro 50% de brasileiros que, por motivos familiares, de turismo ou negócio, viajaram à Europa.

Mas como a nossa intenção é a expansão, um trabalho forte foi feito em parceria com todas as linhas aéreas brasileiras e através de um código compartilhado com a AVIANCA BRASIL, até acordos com a GOL, AZUL, TAM, permitem aos clientes de Air Europa voar a/de qualquer cidade brasileira, bem como através do nosso HUB em SALVADOR ou em SÃO PAULO e através do nosso HUB em Madri em toda a Europa.

Permitam-me agora falar da transformação espetacular da cidade de SALVADOR nos últimos três anos. Salvador, que foi a primeira capital do Brasil, é a que melhor conserva esse espírito de simbiose entre a cultura indígena, a negra e a europeia. Um espetáculo da cidade, onde o sincretismo religioso faz com que as religiões de matriz africana, em especial o candomblé, esteja no coração do povo como o resto das religiões e Nosso Senhor do Bonfim, seja OXALA OGUM, seja São Jorge ou Yemanjá, que celebra-se com uma extraordinária manifestação de fé (Odôíá), seja Nossa Senhora dos Navegantes.

A magnífica transformação começada há três anos pela Prefeitura em lugares turísticos tal como o FAROL DA BARRA. A orla (o passeio marítimo) com seus quilômetros e quilômetros de caminhos, a criação de bicicletas turísticas, a mega obra por parte do Estado do metrô da Bahia, faz com que seja muito difícil não querer visitar a Bahia.

Falamos de infraestrutura, mas o mais importante é a gente, o povo soteropolitano. Você não visitaria uma cidade onde DOIS milhões de pessoas saem às ruas NO CARNAVAL (a maior festa do planeta), que AIR EUROPA pelo terceiro ano consecutivo patrocina ou onde durante um verão espetacular, diariamente, há mais de cinco shows de alto nível??

Declarada no ano passado por meio da UNESCO como CIDADE DA MÚSICA, daqui são os músicos tão importantes como CARLINHOS BROWN, GILBERTO GIL, CAETANO VELOSO, DANIELA MERCURY, IVETE SANGALO...e centenas de artistas que por todo o mundo levam a alegria da Bahia em suas canções.

Com os voos diretos de Air Europa (só umas 8 horas de voo), com a magnífica infraestructura, com suas praias e com suas gentes, não pode deixar de nos visitar onde o povo se reúne no Porto da Barra, para...aplaudir o pôr-do-sol! Para celebrar a VIDA!!!

TURISMO

Victor Gorga
Gerente de División de Turismo en Inmark
Victor Gorga
Gerente de División de Turismo en Inmark



Pedro Corrales
Profesor del IE Business School
Pedro Corrales
Professor de IE Business School



¿CUÁNTOS TURISTAS RECIBIÓ BRASIL EN EL AÑO 2016?

QUANTOS TURISTAS O BRASIL RECEBEU NO ANO DE 2016?

Increíblemente la respuesta no llega a los 7 millones de turistas en un año con un acontecimiento como los juegos olímpicos, pero es aún más sorprendente descubrir cómo, sólo España, supera en millones de turistas a la suma de toda América Central, Caribe y América del Sur. ¿Increíble no? Además, todos pensamos que éstas cifras mejorarían en un futuro próximo, al igual que está ocurriendo con Asia que cuenta con China a la cabeza de éste crecimiento, sin embargo las previsiones de la OMT no son buenas. Así como Asia crecerá y estará en el 2030 muy cerca de Europa (líder con casi 450.000 millones de turistas), América seguirá más o menos igual.

Analizando el sector, nos encontramos con que el turismo representa el 9% del Producto Interior Bruto, uno de cada once trabajos en el mundo, el 6% de todas las exportaciones y es una industria que ha pasado de 25 millones de turistas en 1950 a 1.100 millones en 2014 y, tiene una expectativa de rondar los 2.000 millones en 2030. Con estos datos ¿qué gobierno se resiste a apostar por el turismo? Además, es una industria relativamente fácil de poner en marcha y en continuo crecimiento. Por contra, es un sector muy frágil, con mucho miedo. Basta con que haya cualquier noticia negativa, para que las expectativas se vengán abajo. La primavera árabe, erupciones de volcanes, terremotos, protestas sociales en la calle, atentados terroristas, etc. Cualquier hecho de éste tipo influye terriblemente en el país en el que ocurre y beneficia indirectamente al país que puede controlarlo.

Volviendo a Brasil, ¿no creen que debería ser la China de América del Sur? Tiene potencial, recursos, clima, generosidad y alegría en su pueblo, etc. Entonces ¿por qué no asume el papel de líder que le corresponde? Desde Abrescco le hemos pedido a Víctor Gorga (Gerente de División

Incrivelmente, a resposta não chega aos 7 milhões de turistas em um ano, com um acontecimento como os Jogos Olímpicos; no entanto, é mais surpreendente ainda descobrir como, só a Espanha, já supera em milhões de turistas à soma de toda a América Central, Caribe e América do Sul. Incrível, não?! Além do mais, todos pensamos que estes números melhorariam em um futuro próximo, igual ao que está acontecendo com a Ásia, que conta com a China encabeçando este crescimento, mas, as previsões da OMT não são boas. Assim como a Ásia crescerá e estará em 2030 muito perto da Europa (líder com quase 450.000 milhões de turistas), a América continuará mais ou menos igual.

Analisando o setor, nos deparamos que o turismo representa 9% do Produto Interno Bruto (PIB), um a cada onze empregos no mundo, 6% de todas as exportações e é uma indústria que passou de 25 milhões de turistas em 1950 a 1,1 bilhão em 2014, e tem uma expectativa de rondar os 2 bilhões em 2030. Com estes dados, que governo resiste em apostar no turismo? Além disso, é uma indústria relativamente fácil de executar e em contínuo crescimento. Em contra, é um setor muito frágil, com muito medo. Basta com que haja qualquer notícia ne-

gativa para que as expectativas despenquem. A primavera árabe, erupções em vulcões, terremotos, protestos sociais na rua, atentados terroristas, etc. Qualquer fato deste tipo influi terrivelmente no país em que ocorre e beneficia indiretamente o país que pode controlá-los.

Voltando ao Brasil, não acreditam que deveria ser a China da América do Sul? Tem potencial, recursos, clima, generosidade e a alegria do seu povo, etc. Então, por que não assume o papel de líder que lhe corresponde? Daqui da Abrescco pedimos a Víctor Gorga (gerente de divisão de Turismo da Inmark) que nos conte a sua visão do que está acontecendo no Brasil e que nos colocasse exemplos de diferentes problemáticas que aconteceram na sua dilatada experiência e como foram resolvidas.

Víctor, qual é a tua visão do setor de Turismo no Brasil?

“Pedro, o Brasil é o primeiro país da América Latina em superfície

e o primeiro em PIB, triplicando as cifras da Argentina e México. No entanto, as cifras de turismo não parecem estar ao nível de sua importância como destino: há dois anos se mantêm invariáveis a respeito ao ano 2000 e muito longe dos mais de 31 milhões que recebe México, um país de dimensão e atração comparável; enquanto isso, suas chegadas por turismo cresceram entre 2000 e 2015, 23%, frente a 78% da Colômbia, 39% do Peru ou 26% do México.

Circunstancialmente, a deterioração da imagem do país por causa da política e as consequências da crise econômica (desvalorização, desordens sociais, carestia dos serviços) afeta o atrativo do país, encarece o produto, diminui o poder aquisitivo das classes médias para fazer turismo interno e reduz a capacidade de contratação de operadores locais. O Brasil é um destino caro.

Em um plano estrutural, o Brasil ainda não resolveu algumas questões básicas: deficitárias estruturas receptivas, centralizadas, que não estão de acordo com sua importância como país e dificultam a mobilidade do turismo no território, especialmente nos deslocamentos transversais; barreiras culturais- rejeição ao que vem de fora e a falta de abertura internacional e legais elevada pressão



WHY TOURISM MATTERS

de Turismo en Inmark) que nos cuente su visión de lo que está pasando en Brasil y que nos pusiera ejemplos de diferentes problemáticas que se le han dado en su dilatada experiencia y cómo fueron resueltas.

Víctor ¿Cuál es tu visión del sector del turismo en Brasil?

“Pedro, Brasil es el primer país de Latinoamérica por superficie y el primero por PIB, triplicando las cifras de Argentina y México. Con todo, las cifras de turismo no parecen estar al nivel de su importancia como destino: hasta hace dos años se mantienen invariables respecto al año 2000 y muy lejos de los más de 31 millones que recibe México, un país de dimensión y atractivo comparable; mientras sus llegadas por turismo han crecido entre 2010 y 2015 un 23%, frente al 78% de Colombia, el 39% de Perú o el 26% de México.

Coyunturalmente, el deterioro de la imagen país por causa de la política y las consecuencias de la crisis económica (devaluación, desordenes sociales, carestía de los servicios) afecta al atractivo país, encarece el producto, rebaja el poder adquisitivo de las clases medias para hacer turismo interno y reduce la capacidad de contratación de los operadores locales. Brasil es un destino caro.

En un plano estructural, Brasil todavía no ha resuelto algunas cuestiones básicas: deficitarias infraestructuras receptoras, centralizadas, que no están acordes con su importancia como país y dificultan la movilidad del turismo

fiscal, burocracia e lentidão dos processos ao negócio turístico, que influi na sua capacidade de captar investimento para desenvolver o destino; e a segurança do deflator, em particular para o segmento de convenções e congressos. O Brasil é um destino complexo.

O Brasil é um destino complexo, megadiverso, hospitaleiro como poucos, que oferece espaços naturais, cidades vibrantes, cultura, diversão e praias para o relax. O Cristo Redentor é a segunda referência turística da América Latina depois de Machu Picchu. Enquanto que outros países- Argentina, México ou Chile- extensos como o Brasil, optaram por segmentar sua oferta (montanha, cidades, praia, arqueologia) com sucesso, o Brasil, com a honrosa exceção da Bahia, opta por vender-se como um todo, o que complica a sua promoção, que sustenta-se nos mesmos estereótipos dos anos noventa: praia, carnaval, samba, Amazonas, Rio, Iguazu, Brasília. Adicionalmente, sua oferta apenas expõe novidades em que pese a abundância de atrativos infradesenvolvidos e da gastronomia, um driver secundário mas fundamental para elevar o gasto e a estadia e arredondar a experiência turística, não sendo uma referência. Quem sabe por isso, o *World Economic Forum* penalizou a política turística do país situando-a no posto 101 do *ranking*, por detrás de países pouco turísticos como a Gambia, Azerbaijão, Letônia, Namíbia ou Lituânia e só diante da Venezuela e Bolívia, na América Latina. O Brasil é um destino consolidado, mas estancado.

en el territorio, especialmente en los desplazamientos transversales; barreras culturales -endogamia y falta de apertura internacional- y legales -elevada presión fiscal, burocracia y lentitud de los trámites- al negocio turístico, que influyen en su capacidad de captar inversión para desarrollar el destino; y la seguridad un deflactor, en particular para el segmento de convenciones y congresos. Brasil es un destino complejo.

Brasil es un destino completo, mega-diverso, hospitalario como pocos, que oferta espacios naturales, ciudades vibrantes, cultura, diversión y playas para el relax. El Cristo del Corcovado es el segundo referente turístico en Latinoamérica, después de Machu Picchu. Mientras que otros países -Argentina, México o Chile- extensos como Brasil, han optado por segmentar su oferta (montaña, ciudades, playa, arqueología) o sus regiones geográficas (Pampa, Patagonia, Tierra de Fuego, México Colonial) con éxito, Brasil, con la honrosa excepción de Bahía, opta por venderse como un todo, lo que complica su promoción, que se sustenta en los mismos estereotipos de los noventa: playa, carnaval, samba, Amazonas, Río, Iguazú, Brasilia. Adicionalmente su oferta apenas expone novedades pese a la abundancia de atractivos infra desarrollados y la gastronomía -un *driver* no primario, pero fundamental para elevar el gasto y la estancia y redondear la experiencia turística- no es un referente. Quizás por ello, el *Word Economic Forum*, penalizó la política turística de país situándola en el puesto 101 del ranking, por detrás de países tan poco turísticos como Gambia, Azerbaiyán, Latvia, Namibia o Lituania y sólo por delante de Venezuela y Bolivia, en Latinoamérica. Brasil es un destino consolidado, pero estancado.

Brasil está destinando inversiones millonarias a infraestructuras para estimular su economía. Pero no es suficiente: pese a ser el primer destino del mundo en recursos naturales (con la excepción

de Iguazú) sus parques nacionales apenas atrajeron en 2015 al 4% de los visitantes, la misma proporción en la que creció su negocio de todo incluido.

Se impone una reflexión del modelo turístico a seguir y una descentralización del marketing del destino, para ganar en efectividad.”

Está claro que tiene muchísimo potencial, Víctor, pero que, de momento, no está sabiendo sacar provecho de él por muchas razones. Desde Abrescco nos gusta siempre pensar en positivo, por eso te pedimos que nos des ejemplos concretos que sí han ayudado a otros países a crecer en éste sector, seguro que podemos aprender mucho de ellos:

“Pedro, a diferencia de Asia o Europa, los países de Latinoamérica comparten una serie de problemas comunes, vinculados y que se retroalimentan entre sí:

La falta de planificación. Es la base. La planificación se entiende como un requisito administrativo, que no se cumple en la práctica. Muchos problemas como la seguridad, el ordenamiento de la actividad o el desarrollo de productos acordes con las vocaciones naturales de los territorios se obvian frecuentemente; la sustentabilidad

O Brasil está destinando investimentos milionários às infraestruturas para estimular sua economia. Mas não é suficiente: apesar de ser o primeiro destino do mundo em recursos naturais (com exceção de Iguazú), seus parques nacionais apenas atraíram em 2015 4% dos visitantes, a mesma proporção em que cresceu seu negócio, tudo incluído.

Impõe-se uma reflexão do modelo turístico a seguir e uma descentralização do marketing do destino para ganhar eficacia.

É claro que tem muito potencial, Víctor, mas que, no momento, não está sabendo tirar proveito dele por muitas razões. Daqui da Abrescco gostamos sempre de pensar positivo, por isso te pedimos que nos dê exemplos concretos que ajudaram outros países a crescer nesse setor, com certeza podemos aprender muito deles:

“Pedro, diferente da Ásia ou Europa, os países da América Latina compartilham uma série de problemas comuns, vinculados e que se retroalimentam entre si:

A falta de planejamento. É a base. O planejamento entende-se como um requisito administrativo, que não se cumpre na prática. Muitos problemas como a segurança, a organização da atividade ou desenvolvimento de produtos de acordo com as vocações naturais dos territórios se eludem frequentemente; a sustentabilidade condiciona-se em muitos casos à rentabilidade a curto

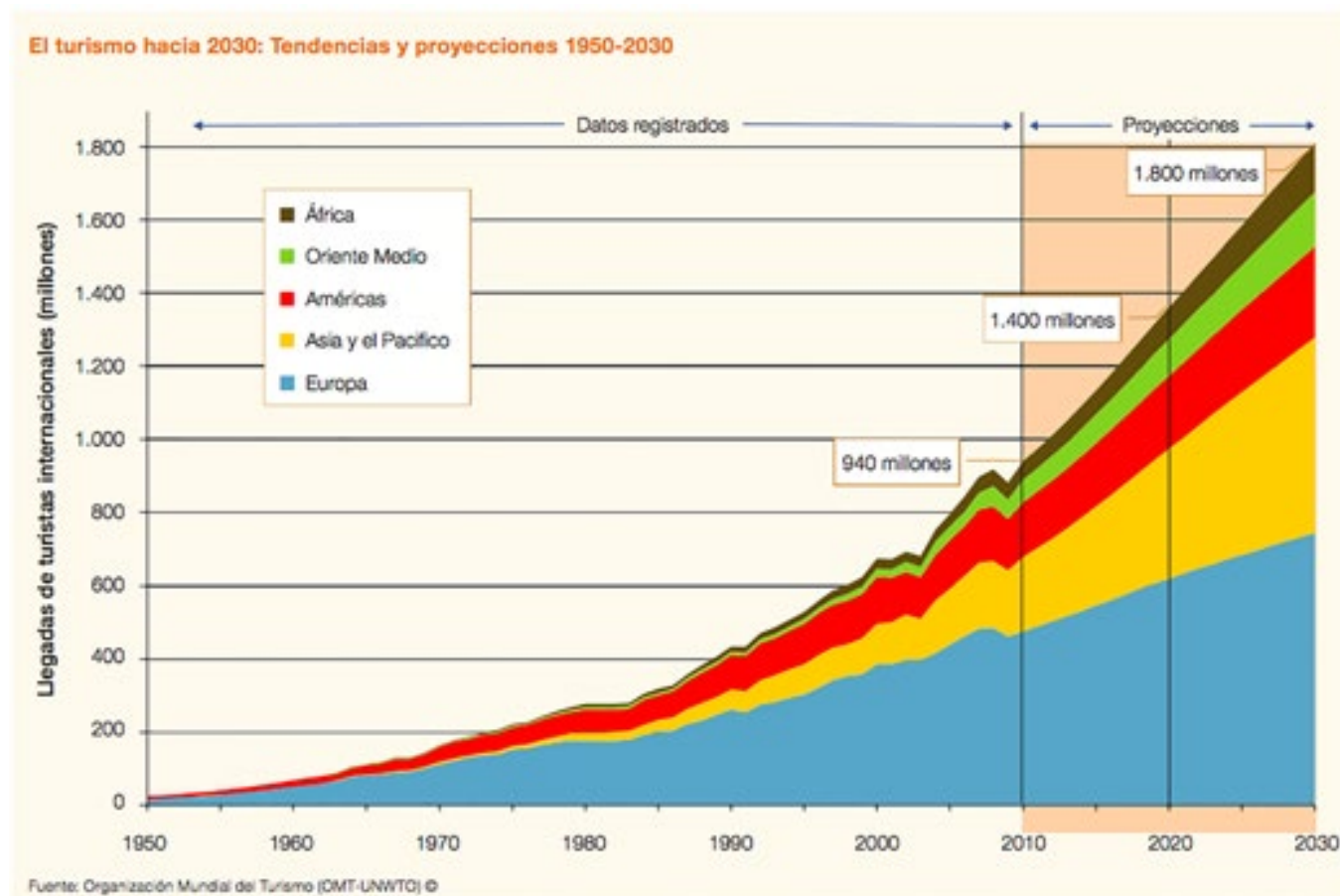


se condiciona en muchos casos a la rentabilidad de corto plazo, tan contraria al espíritu del turismo, cuya actividad se sustenta en recursos patrimoniales o naturales, finitos y sensibles. Como solución, propondríamos Fonatur, un organismo pionero en su momento, que desarrolló los principales destinos de México, es probablemente un modelo de cómo una planificación detallada puede derivar en una explotación racional y óptima de los recursos en destino.

Ahora se habla de productos experienciales. Pero no existen como tales, siempre lo han sido; sin embargo, para

prazo, tão contrária ao espírito do turismo, cuja atividade sustenta-se em recursos patrimoniais ou naturais, finitos e sensíveis. Como solução, proporíamos Fonatur, um organismo pioneiro em seu momento, que desenvolveu os principais destinos do México, é provavelmente um modelo de como o planejamento detalhado pode derivar em uma exploração racional e ótima dos recursos em destino.

Agora fala-se de produtos experimentais. Mas não existem como tal, sempre foram; no entanto, para adequá-los às tendências de mercado, é preciso trabalhar três aspectos:



adecuarlos a las tendencias de mercado es preciso trabajar tres aspectos: *Los procesos, para ser más eficientes y competitivos; *La creatividad, para sorprender; y *La alteración de las expectativas, a través del marketing, para generar momentos memorables, inolvidables. Como ejemplo de éxito tenemos la isla de La Palma en Canarias. Una adecuada combinación de éstos factores la ha reposicionado como primer destino del mundo declarado 360º Reserva de la Biosfera, consecuencia de un plan que trazamos el equipo de Inmark para conseguir la Declaratoria de los Cielos de La Palma por la UNESCO -la primera- y descubrir y encauzar la demanda latente de una nueva corriente turística: el *astroturismo*.

*Os processos, para ser mais eficientes e competitivos; *A criatividade para surpreender; e *A alteração das expectativas, através do marketing, para gerar momentos memoráveis, inesquecíveis. Como exemplo de sucesso temos a ilha de La Palma em Canárias. Uma adequada combinação destes fatores a reposicionou como primeiro destino do mundo declarado 360º Reserva da Biosfera, consequência de um plano que traçamos a equipe da Inmark para conseguir "o Declaratório dos Céus de La Palma", pela UNESCO- a primeira- descobrir e canalizar a demanda latente de uma nova corrente turística: o "*astroturismo*".

La calidad de los servicios. Los Sistemas de Calidad Turística, voluntarios, que nacieron para favorecer el comercio internacional y sensibilizar a las empresas en pos de la excelencia, se han convertido en Latinoamérica, en sistemas obligatorios, destinados a ordenar y regular la oferta y la vigilancia por tercera parte (empresas auditoras y certificadoras), un mecanismo para suplir la exigua capacidad de supervisión de la Administración turística. Mientras México ha liberalizado los sistemas de calidad y categorización confundiendo al mercado, Colombia, tras años de moratoria, se ha apresurado a certificar a todas las empresas para reducir la informalidad. En el resto de países no funcionan o son igual de informales. Como modelo posible de solución tendríamos la normativa de calidad española, desarrollado por el actual equipo de Inmark desarrolló para la Secretaría de Turismo de España.

Falta de información. Es habitual la toma de decisiones de mercado no informadas. Pocos países realizan estudios de mercado, conocen en profundidad el perfil de su demanda y prospectan la viabilidad de nuevos productos o mercados. No es un gasto, es inversión. Desde Inmark desarrollamos para Perú el sistema de inteligencia de mercados más avanzado de Latinoamérica, que segmenta a los públicos en función de ociotipos y en Colombia, también, hemos empezado a emplear la investigación semántica, basada en inteligencia artificial, para analizar información de mercado no estructurada. ¿Será por esto que son los países de Latinoamérica con mejor desempeño en los últimos cinco años?

Marketing caduco. La mayor parte de los destinos tienen una aproximación tradicional a los mercados, ajena a su capacidad de especialización como destino. Hay varias razones: *Comodidad, cada operador es un interlocutor, mientras el mercado digital representa la suma de muchos interlocutores; *Justificación, es más tangible mostrar contactos e inversión publicitaria evidente, independientemente de su efectividad; *Desconocimiento de las demandas del mercado; *Falta de consistencia en su comunicación, porque la visión-destino es un reflejo de la voluntad del gobernante de turno y no de un posicionamiento técnico. En consecuencia, muchos territorios no tienen marca, a lo sumo logotipos o slogans, que no impactan en el mercado. Pocas marcas consiguen calar tan hondo en los locales y los visitantes como la marca *Treasure Beach* o la marca *Perú* -hoy la más envidiada de Latinoamérica y orgullo nacional- dos propuestas trabajadas por Inmark que sustentan su propuesta de valor en componente intangibles, irreproducibles, de estos destinos y que no olvidan que el turismo, Pedro, es una actividad fuertemente emocional.”

A qualidade dos serviços. Os Sistemas de Qualidade Turística, voluntários, que nasceram para favorecer o comércio internacional e sensibilizar as empresas em prol da excelência, converteram-se na América Latina, em sistemas obrigatórios destinados a ordenar e regular a oferta e a vigilância por terceiros (empresas auditoras e certificadoras), um mecanismo para suprir a exigua capacidade de supervisão da Administração Turística. Enquanto o México liberou os sistemas de qualidade e categorização confundindo o mercado, a Colômbia, depois de anos de moratória, apressou-se a certificar todas as empresas para reduzir a informalidade. No resto dos países não funcionam ou são iguais na informalidade. Como modelo possível de solução teríamos a normativa de qualidade espanhola, desenvolvida pela atual equipe da Inmark, desenvolvida para a Secretaria de Turismo da Espanha.

Falta de informação. É habitual tomar decisões de mercado não informadas. Poucos países realizam estudos de mercado, conhecem com profundidade o perfil de sua demanda e prospectam a viabilidade de novos produtos ou mercados. Não é um gasto, é investimento. Daqui da Inmark desenvolvemos para o Peru, o sistema de inteligência de mercados mais avançados da América Latina, que segmenta os públicos em função de grupos de lazer e na Colômbia, também, começamos a empregar a pesquisa semântica baseada na inteligência artificial para analisar informação de mercado não estruturada. Será por isto que são os países da América Latina com melhor desempenho nos últimos cinco anos?

Marketing ultrapassado. A maior parte dos destinos têm aproximação tradicional aos mercados, alheia à capacidade de especialização como destino. Há várias razões: *Comodidade, cada operador é um interlocutor, enquanto o mercado digital representa a soma de muitos interlocutores; *Justificação, é mais tangível mostrar contatos e investimento publicitário evidente, independente da sua eficácia; * Desconhecimento das demandas do mercado; *Falta de consistência em sua comunicação, porque a visão- destino é um reflexo da vontade do governante do momento e não de um posicionamento técnico. Em consequência, muitos territórios não têm marca, apenas logotipos ou slogans, que não impactam o mercado. Poucas marcas conseguem penetrar tão fundo nos locais e os visitantes como a marca *Treasure Beach* ou a marca *Peru*- hoje, a mais invejada da América Latina e orgulho nacional- duas propostas trabalhadas por Inmark que sustentam sua proposta de valor em componentes intangíveis, irreprodutíveis, destes destinos e que não esqueçam que o turismo, Pedro, é uma atividade fortemente emocional.”

A portrait of Santiago Coelho Rodríguez Campo, a man in a dark suit, light blue shirt, and blue tie. He is wearing a blue lanyard with a badge. He is standing in front of several flags: the Spanish flag on the left, the Galician flag in the center, and the Brazilian flag on the right. The background is an ornate, classical-style interior with a high ceiling and decorative elements.

SANTIAGO COELHO RODRÍGUEZ CAMPO
Presidente
Asociación Cultural Hispano-Gallega
Caballeros de Santiago

SANTIAGO COELHO RODRIGUEZ CAMPO
Presidente
Associação Cultural Hispano-Galega
Caballeros de Santiago

La Asociación Cultural Hispano-Gallega Caballeros de Santiago completará, este año, 57 años de fundación. Debemos esto a la iniciativa de un grupo de idealistas gallegos, que querían implantar en Salvador un núcleo para la difusión de la cultura hispánica y de ensino del idioma español, al tiempo que serían también valoradas las tradiciones gallegas.

Actualmente, Caballeros de Santiago contribuye para irradiar en la comunidad bahiana la riqueza cultural española y, principalmente, la región de Galicia, que fue la fuente proveedora de la fuerte presencia de la colonia española en Bahía.

Facilitamos una biblioteca, auditorio-cine-teatro, sala de eventos y exposiciones, con espacios para múltiples actividades, escuela de baile flamenco y gallego. Caballeros de Santiago se firmó, también, como un importante centro cultural en la propia sociedad soteropolitana, pues pasaron y pasan por nuestros espacios, artistas, escritores, tanto bahianos, como de otros estados e incluso de otros países.

La entidad fundada por la colonia gallega se transformó en uno de los más destacables centros de enseñanza del idioma español y de la cultura del Estado, pues, además de los cursos, promueve eventos artísticos, literarios y otras iniciativas en asociación con la comunidad local y con España/Galicia. También fomenta intercambios con instituciones españolas, incluso con la Universidad de Santiago de Compostela, una de las más antiguas de Europa.

Gracias a los trabajos desarrollados por todos mis antecesores en la presidencia de esta entidad y sus directores, consejeros, profesores, funcionarios y colaboradores, bien como los actuales, renovando en la composición de la dirección, incluyendo mujeres y jóvenes, Caballeros de Santiago ganó credibilidad y pujanza operacional, incluso con reconocimiento de los gobiernos de Galicia y España, recibiendo en 2007, el premio "Entreculturas", que nos destacó como mejor entidad cultural gallega fuera de Galicia, a través de la Diputación de Pontevedra. Recibe visitas de autoridades diversas de Brasil y de España, entre ellas, embajadores de España en Brasil y autoridades gubernamentales, a ejemplo, recibiendo por dos veces en nuestra sede, el presidente de la Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo.

Por fin, Caballeros de Santiago se convirtió en referencia de la cultura española y gallega en la ciudad de Salvador, habiendo alcanzado el respeto y admiración no solo de los miembros de la colonia, sino que también de los órganos gubernamentales y de las colectividades bahianas, donde está inserido. Esto solo es posible gracias a la dedicación y el comprometimiento de los inmigrantes que, voluntariamente, vienen divulgando la cultura da España en Bahía.

A Associação Cultural Hispano-Galega Caballeros de Santiago completará, este ano, 57 anos de fundação. Devemos isto à iniciativa de um grupo de idealistas gallegos, que queriam implantar em Salvador um núcleo para difusão da cultura hispânica e de ensino do idioma espanhol, ao tempo em que seriam também valorizadas as tradições galegas.

Atualmente, Caballeros de Santiago contribui para irradiar na comunidade baiana a riqueza cultural Espanhola e principalmente a região da Galícia, que foi a fonte abastecedora da forte presença da colônia espanhola na Bahia.

Disponibilizamos uma biblioteca, auditório-cine-teatro, salão de eventos e exposições, com espaços para múltiplas atividades, escola de dança flamenca e galega. Caballeros de Santiago firmou-se, também, como um importante centro cultural dentro da própria sociedade soteropolitana, pois passaram e passam pelos nossos espaços, artistas, escritores, tanto baianos, como de outros estados e até de outros países.

A entidade fundada pela colônia galega transformou-se num dos mais destacados centros de ensino do idioma espanhol e da cultura do Estado, pois, além dos cursos, promove eventos artísticos, literários e outras iniciativas em parceria com a comunidade local e com a Espanha/Galícia. Também fomenta intercâmbios com instituições espanholas, inclusive com a Universidade de Santiago de Compostela, uma das mais antigas da Europa.

Graças aos profícuos trabalhos desenvolvidos por todos os meus antecessores na presidência desta entidade e suas diretorias, conselheiros, professores, funcionários e colaboradores, bem como os atuais, renovando na composição da diretoria, incluindo mulheres e jovens, Caballeros de Santiago alcançou credibilidade e pujanza operacional, inclusive com reconhecimento dos governos da Galícia e da Espanha, recebendo em 2007 o prêmio Entreculturas, que nos destacou como melhor entidade cultural galega fora da Galícia, através da Diputación de Pontevedra. Recebe visitas de autoridades diversas do Brasil e da Espanha, entre elas, embaixadores da Espanha no Brasil e autoridades governamentais, a exemplo, recepcionando por duas vezes em nossa sede o presidente da Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo.

Enfim, Caballeros de Santiago virou referência da cultura espanhola e galega na cidade de Salvador, tendo alcançado o respeito e admiração não só dos membros da colônia, mas também dos órgãos governamentais e da coletividade baiana, onde está inserido. Isto só é possível graças à dedicação e comprometimento dos imigrantes que, voluntariamente, vêm divulgando a cultura da Espanha na Bahia.

DON MANUEL DE LA CÁMARA HERMOSO EMBAJADOR DE ESPAÑA EN BRASIL



Revista ABRESCO: Excelentísimo Don Manuel de la Cámara Hermoso hable un poco para nuestros lectores, para que ellos puedan conocer más sobre vuestra historia como diplomático y vuestra rutina laboral al frente de la Embajada de España, en Brasil

En diciembre de 2016 cumplí 42 años en la Carrera Diplomática española. En un tiempo tan dilatado he tenido la oportunidad de conocer y trabajar en numerosos países, desde Irán hasta Estados Unidos, Rusia, Marruecos, Austria, Bélgica o Turquía y ahora Brasil. En este tiempo he tratado temas muy diversos, desde la protección de los españoles en el exterior hasta la defensa de los intereses comerciales de España o las relaciones de mi país con Rusia y con Estados Unidos, además de temas multilaterales en el ámbito de Naciones Unidas o de la OTAN.

La verdad es que me apasiona mi profesión de diplomático, no solo porque me ofrece la oportunidad de defender los intereses de mi país y de mis compatriotas españoles sino porque mi trabajo es muy enriquecedor y toca aspectos muy variados en los ámbitos político, económico, cultural, educativo, consular, medioambiental y un largo etcétera. Tengo la suerte de que me gusta muchísimo lo que hago y nunca me ha dominado la rutina ni el hastío. Tal vez la parte más pesada de mi profesión sea la social, al tener que asistir a muchas recepciones y actos oficiales, frecuentemente después de una intensa jornada de trabajo.

Pero la vida del diplomático no es cómoda no solo por la lejanía del propio país sino también por los frecuentes cambios de destino, que producen un gran desgaste físico y moral al diplomático y a su familia.

En cuanto a mi actividad diaria, puedo decir que es poco repetitiva. Lo primero es mantenerme lo más informado posible sobre la realidad política, económica o cultural de Brasil y de España. Suelo celebrar una reunión diaria con mis colaboradores diplomáticos para despachar los asuntos pendientes y una vez a la semana celebramos una reunión de coordinación -que yo presido- con todos los Consejeros sectoriales de la embajada, que son 12, en las que discutimos sobre los asuntos más relevantes de cada Consejería y las cuestiones de interés general de nuestra Misión. También mantengo frecuente contacto con los 4 Cónsules Generales de España en Brasil (Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador y Porto Alegre) y con los Directores de los 8 Centros del Instituto Cervantes en Brasil, así como con la Directora del Colegio Miguel de Cervantes de São Paulo.

La enorme dimensión territorial de Brasil me obliga a viajar con frecuencia. He visitado casi todos los estados de este país y he podido apreciar las grandes posibilidades que existen de colaboración con España, no limitadas

Revista ABRESCO: Excelentíssimo Sr. Manuel de la Cámara Hermoso, fale um pouco aos nossos leitores, para que eles possam conhecer mais sobre sua história como diplomata e sua rotina de trabalho na Embaixada da Espanha no Brasil:

Em dezembro de 2016, completei 42 anos na carreira diplomática espanhola. Num tempo tão dilatado, tive a oportunidade de conhecer e trabalhar em numerosos países, desde Irã até Estados Unidos, Rússia, Marrocos, Áustria, Bélgica ou Turquia, e agora, Brasil. Nesse tempo tratei assuntos muitos diversos, desde a proteção dos espanhóis no exterior até a defesa dos interesses comerciais da Espanha ou relações do meu país com a Rússia e com os Estados Unidos, ademais de temas multilaterais no âmbito das Nações Unidas ou da OTAN.

A verdade é que adoro minha profissão de diplomata, não só porque me oferece a oportunidade de defender os interesses do meu país e dos meus compatriotas espanhóis, senão porque meu trabalho é muito enriquecedor e tange aspectos muito variados nos âmbitos político, econômico, cultural, educativo, consular, meio ambiental e muitos outros. Tenho a sorte de gostar muito do que faço e nunca fui dominado pela rotina e o cansaço. Talvez a parte mais chata da minha profissão seja a social, a de ter que assistir a muitas recepções e atos oficiais, frequentemente depois de uma intensa jornada de trabalho.

Mas a vida do diplomata não é confortável, não só pela distância do próprio país, senão também pelas frequentes mudanças de destino, que produzem um grande desgaste físico e mental ao diplomata e sua família.

Quanto à minha atividade diária, posso dizer que é pouco repetitiva. A primeira coisa é manter-me o mais informado possível sobre a realidade política, econômica ou cultural do Brasil e da Espanha. Costumo fazer uma reunião diária com os meus colaboradores diplomáticos para despachar os assuntos pendentes e uma vez por semana, fazemos uma reunião de coordenação - que eu presido - com todos os conselheiros setoriais da Embaixada, que são doze, e discutimos sobre os assuntos mais relevantes de cada Conselho e as questões de interesse geral da nossa missão.

Também mantenho frequente contato com os quatro cónsules gerais da Espanha no Brasil (Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador e Porto Alegre) e com os diretores dos oito centros do Instituto Cervantes no Brasil, assim como com a diretora do Colégio Miguel de Cervantes de São Paulo.

A enorme dimensão territorial do Brasil me obriga a viajar com frequência. Visitei quase todos os estados deste país e pude apreciar as grandes possibilidades que exis-

a los grandes centros como São Paulo, Brasilia o Rio de Janeiro.

Revista ABRESCO: En su opinión, ¿cómo van y qué se puede hacer para mejorar, todavía más, las relaciones comerciales e institucionales entre estos dos gigantes y socios históricos: Brasil y España?

Las relaciones económicas entre España y Brasil han crecido de manera sostenida desde los años noventa del Siglo XX, cuando este gran país sudamericano puso en práctica políticas de apertura económica a partir del Plan Real en 1994. Fue a partir de entonces cuando se produjeron importantes inversiones de empresas españolas en Brasil, algunas de las cuales son hoy día líderes en el país como Telefónica Vivo, Santander, Mapfre o Arteris.

La relación entre España y Brasil tiene sin duda un carácter estratégico, principalmente -aunque no solo- por el volumen (mas de 47.200 M€) e importancia de las inversiones de las empresas españolas en el país. Y eso vale para ambas partes.

Para empresas españolas como Santander, Prosegur o Telefónica y muchas otras más, Brasil representa un alto porcentaje de su EBITDA global y una parte fundamental de sus resultados globales. A su vez, nuestras empresas desempeñan en Brasil un papel clave. Por ejemplo, Abertis (Arteris) es la principal concesionaria de autopistas de Brasil, con mas de 3.250 kms. Repsol-Sinopec ha descubierto en el Pré-Sal (yacimiento "Pan de Azúcar") unas reservas inmensas de gas natural, que podrían llegar a suministrar hasta el 15% del consumo total actual de Brasil, reduciendo mucho las importaciones. Gamesa, Acciona Wind Power, Iberdrola y Elecnor/Enerfin son los líderes en el desarrollo de la energía eólica en este país, tanto en la generación como en la fabricación de aerogeneradores. Y así un largo etcétera.

Nuestras empresas han seguido invirtiendo en Brasil a pesar de la crisis. Ejemplos recientes han sido el Santander, con inversiones en 2014 por más de 4.000 M€ o Telefónica, con la compra de GVT a Telecom Italia en 2015, con una inversión que supera los 5.000 M€. Pero hay otras como Gamesa, Acciona, Ezentis, Calvo, Estrella Galicia y bastantes mas. Algunas de nuestras empresas han invertido para convertir a Brasil en plataforma para el mercado suramericano. Y tenemos proyectos realmente estratégicos en "joint venture" entre Brasil y España, como la construcción de un cable submarino de fibra óptica de gran capacidad entre Europa y América del Sur, que están desarrollando conjuntamente la española Islalink y la brasileña Telebras. Este proyecto incrementará mucho la transmisión de datos entre los dos continentes, evitando el paso por terceros países y facilitando la conexión entre los operadores económicos y los centros de investigación de ambos continentes.

Pero también es importante la presencia inversora de las empresas brasileñas en España como plataforma de acceso al mercado de la UE/EFTA, de casi

500 millones de consumidores. En su proceso de internacionalización algunas empresas brasileñas como Queiroz Galvão o Alpargatas (fabricante de las famosas "havaianas") han elegido España como base de operaciones internacionales. Hay además buenas oportunidades de colaboración en terceros mercados, principalmente en América Latina y África.

Existen en Brasil importantes programas públicos que persiguen impulsar el desarrollo de infraestructuras de transporte y de generación y transmisión de energía, saneamiento de aguas o explotación petrolífera que, sin duda constituyen una gran oportunidad para empresas españolas tanto grandes como PYMES.

Hay mucho interés por parte de empresas españolas en participar en proyectos de concesión de carreteras, líneas férreas, aeropuertos, líneas de transmisión y energías renovables en Brasil. Naturalmente la participación en el programa de infraestructuras ("Plan Crescer") dependerá en gran parte de las condiciones de las licitaciones (tasa interna de beneficio previsto), de la disponibilidad de financiación (BNDES, Instituciones Financieras Internacionales y financiación privada) y de que se den facilidades para resolver los problemas burocráticos (por ejemplo licencias medioambientales) de forma que las concesiones

tem de colaboraçã com a Espanha, não limitadas aos grandes centros como São Paulo, Brasília ou Rio de Janeiro.

Revista ABRESCO: Na sua opinião, como estão e como podem melhorar, ainda mais, as relações comerciais e institucionais entres estes dois gigantes e sócios históricos: Brasil e Espanha?

As relações econômicas entre Espanha e Brasil cresceram de maneira sustentável desde os anos noventa do século XX, quando este grande país sul-americano colocou em prática a abertura econômica a partir do Plano Real em 1994. Foi a partir de então que produziram-se importantes investimentos de empresas espanholas no Brasil, algumas das quais são hoje em dia líderes no país como a Telefónica Vivo, Santander, Mapfre o Arteris.

A relação entre a Espanha e o Brasil tem, sem dúvida, um carácter estratégico, principalmente- ainda que não só- pelo volume (mais de 47.200 milhões de euros) e importância dos investimentos das empresas espanholas no país. E isso vale para ambas partes.

Para empresas espanholas como Santander, Prosegur ou Telefónica e muitas outras mais, o Brasil representa um alto percentagem de seu EBITDA global e uma parte fundamental de seus resultados globais. Por sua vez, nossas empresas desempenham no Brasil um papel chave. Por exemplo, Abertis (Arteris) é a principal concessionária de estradas do Brasil, com mais de 3.250 Km. Repsol- Sinopec descobriu no Pré- Sal (depósito "Pão de Açúcar") umas reservas imensas de gás natural, que podiam chegar a abastecer até 15% do consumo total atual do Brasil, reduzindo muito as importações. Gamesa, Acciona Wind Power, Iberdrola e Elecnor/Enerfin são as líderes no desenvolvimento de turbinas eólicas. E assim, muito mais.

Nossas empresas continuaram investindo no Brasil, apesar da crise. Exemplos recentes são o Santander, com investimentos em 2014 de mais de 4 milhões de euros ou a Telefónica, com a compra da GVT, a Telecom Itália em 2015, com um investimento que supera os 5 milhões de euros. Mas há outras como a Gamesa, Acciona, Exentis, Calvo, Estrella Galicia e bastante mais. Algumas de nossas empresas investiram para tornar o Brasil plataforma para o mercado sul-americano. E temos projetos realmente estratégicos em "joint venture" entre o Brasil e a Espanha, como a cons-

trução de um cabo submarino de fibra ótica de grande capacidade entre a Europa e a América do Sul, que estão desenvolvendo conjuntamente a espanhola Islalink e a brasileira Telebras. Este projeto incrementará muito a transmissão de dados entre os dois continentes, evitando a passagem por terceiros países e facilitando a conexão entre os operadores econômicos e os centros de pesquisas de ambos continentes.

Mas também é importante a presença de investimentos das empresas brasileiras na Espanha como plataforma de acesso ao mercado da EU/EFTA, de quase 500 milhões de consumidores. No seu processo de internacionalização, algumas empresas brasileiras como Queiroz Galvão ou Alpargatas (fabricantes das famosas "Havaianas") escolheram a Espanha como base de operações internacionais. Há, ademais, boas oportunidades de colaboração em terceiros mercados, principalmente na América Latina e África.

Existem no Brasil importantes programas públicos que

sean atractivas, se puedan cumplir los cronogramas y no se incurra en penalizaciones.

Revista ABRESCO: ¿Podría darnos datos numéricos de estas relaciones ?

En 2015, las exportaciones españolas a Brasil sumaron 2.728,8 M€, el 1,1% de nuestras exportaciones globales, siendo Brasil nuestro mercado número 18. A causa de la profunda crisis económica por la que atraviesa Brasil, nuestras ventas cayeron un 14,7% en relación con 2014. Pero el descenso de nuestras exportaciones fue inferior al de otros países (Japón: -17%; Francia: -21%; EE.UU.: -24%; Alemania: -25%; Italia: -26%), lo que significa que no estamos perdiendo cuota de mercado. En 2015, exportaron a Brasil 6.357 empresas españolas, un 7,3% menos que en 2014, de las que 2.418 fueron exportadores regulares (un 4,1% más).

Las importaciones desde Brasil ascendieron en 2015 a 3.102,9 M€, un 1,1% del total importado por España, con un crecimiento del 2%.

España ha tenido tradicionalmente un déficit comercial con Brasil, exceptuando el periodo entre los años 2010 y 2014, cuando las exportaciones españolas a Brasil aumentaron mucho, hasta convertirlo en nuestro principal cliente en Latinoamérica. En el año 2015, debido al empeoramiento de la situación económica en Brasil, la balanza de pagos volvió a ser negativa, registrándose una tasa de cobertura de importaciones por exportaciones del 87,9%. Todavía sin cifras definitivas, esta tendencia se ha mantenido en 2016, estimándose que la tasa de cobertura se situó en torno al 75%.

El comercio bilateral se concentra en pocos sectores. Así, los cinco principales capítulos exportados por España a Brasil en 2015 fueron semi-manufacturas (34,1% del total); bienes de equipo (30,5%); productos energéticos (9,3%); alimentos (8,6%) y sector automóvil/componentes de automoción (6,7%). Los principales capítulos importados por España desde Brasil en 2015 fueron alimentos

procuram impulsar o desenvolvimento de infraestruturas de transporte e de geração e transmissão e energia, saneamento de águas ou exploração petrolífera que, sem dúvida, constitui uma grande oportunidade para empresas espanholas tanto como grandes PYMES.

Há muito interesse por parte de empresas espanholas em participar em projetos de concessão de estradas, linhas férreas, aeroportos, linhas de transmissão e energias renováveis no Brasil. Naturalmente, a participação no programa de infraestruturas ("Plano Crescer") dependerá em grande parte, das condições das licitações (taxa interna de lucro previsto), da disponibilidade de financiamento (BNDES, instituições financeiras internacionais e financiamento privado) e de que aconteçam facilidades para resolver os problemas burocráticos (por exemplo, licenças meio ambientais) de forma que as concessões sejam atrativas, possam cumprir os cronogramas e não aconteçam penalizações.

Revista ABRESCO: Poderia nos dar dados numéricos destas relações?

Em 2015, as exportações espanholas ao Brasil somaram 2.728,8 milhões de nossas exportações globais, sendo o Brasil nosso mercado número 18. Por causa da profunda crise econômica que atravessa o Brasil, nossas vendas caíram um 14,7% em relação a 2014. Mas, os descensos de nossas exportações foram inferiores às de outros países (Japão: -17%; França: -2,1%; E.E.U.U.: -2,4%; Alemanha: -2,5%; Itália: -26%), o que significa que não estamos perdendo quota de mercado. Em 2015, exportaram ao Brasil 6.357 empresas espanholas, um 7,3% menos que em 2014, das que 2.418 foram exportadores regulares (um 4,1% mais).

As importações do Brasil ascenderam em 2015 a 3.102,9 milhões, um 1,1% do total importado pela Espanha, com um crescimento de 2%.

A Espanha teve tradicionalmente um déficit comercial com o Brasil, come exceção do período entre os anos de 2010 e 2014, quando a exportação espanhola ao Brasil aumentou muito, até converter-se em nosso principal destino da América Latina. No ano de 2015, devido à deterioração da situação econômica no Brasil, a balança de pagamentos voltou a ser negativa, registrando-se uma taxa de cobertura de importações por exportações de 87,9%. No entanto, sem cifras definitivas, esta

(48,3%); materias primas (18,9%); productos energéticos (15,2); semi-manufacturas (13,4%) y bienes de equipo (2,3%).

Los datos de comercio de servicios están menos actualizados que los de bienes y muestran que en 2014 España exportó servicios a Brasil por importe de 1.313,9 M€, un 24,3% más que el año anterior. Nuestras importaciones de servicios desde Brasil ascendieron a 663,8 M€, con un aumento del 19,2%. Brasil era en 2014 nuestro octavo cliente y decimoprimer suministrador de servicios, con un amplio superávit en favor de España, de 650,1 M€.

En cuanto a las relaciones institucionales, existen varios acuerdos bilaterales en vigor entre ambos países, entre los que destacan el Plan de Asociación Estratégica España-Brasil (firmado en 2003), la Declaración conjunta de la Presidenta de Brasil y del Presidente del Gobierno español de noviembre de 2012 o el Convenio para Evitar la Doble Imposición, en vigor desde 1973. Además, es destacable el acuerdo de libre comercio en vías de negociación entre la Unión Europea y Mercosur, que de ser aprobado, dará un enorme impulso a las relaciones económicas entre España y Brasil.

Revista ABRESCCO: España ha experimentado una mejora sustancial, en sus datos macroeconómicos, como, por ejemplo, el crecimiento de su economía y la bajada del “paro”. ¿Podría hablarnos sobre estos números y sus eventuales reflejos en las relaciones comerciales entre los dos países: Brasil y España?

La potenciación del comercio exterior ha sido sin duda uno de los pilares de la recuperación económica española. España tiene una economía muy abierta. Las empresas españolas emprendieron a principios de los años 90 un gran esfuerzo de internacionalización, llegando a pasar el comercio exterior del 58,1% del P.I.B en 2011 al 63,8% en 2015. La relación exportaciones/PIB en España es actualmente la mayor de la Zona Euro detrás de Alemania.

Este desarrollo de la actividad en el exterior, unido a la moderación salarial y un aumento de la flexibilidad en la legislación laboral en España han permitido estimular la actividad económica y la gradual reducción del paro a lo largo de los últimos años, pasado del máximo histórico de 26,3% en el año 2013, a un 18,4% en diciembre de 2016.

El boom de las exportaciones e inversiones españolas en Brasil durante los años 2013 y 2014 fue un claro reflejo del potencial que tiene el mercado brasileño para nuestras empresas. Desafortunadamente, este crecimiento se ha visto interrumpido como consecuencia de la crisis económica sufrida por Brasil en los

tendencia mantuvo- se en 2016, estimando- se que a tasa de cobertura situou- se em torno de 75%.

O comércio bilateral concentra- se em poucos setores. Assim, os cinco principais capítulos exportados pela Espanha ao Brasil em 2015, foram semimanufaturados (34,1% do total); bens de consumo (30,5%); produtos energéticos (9,3%); alimentos (8,6%) e setor automobilístico/componentes de automação (6,7%). Os principais capítulos importados pela Espanha do Brasil em 2015 foram alimentos (48,3%); matérias-primas (18,9%); produtos energéticos (15,2%); semimanufaturas (13,4%) e bens de consumo (2,3%).

Os dados de comércio de serviços menos atualizados que os bens, mostram que em 2014 a Espanha exportou serviços ao Brasil pelo valor de 1.313,9 milhões, um 24,3% mais que o ano anterior. Nossas importações de serviços do Brasil ascenderam a 663,8 milhões de euros com um aumento de 19,2%. O Brasil era em 2014 nosso oitavo cliente e décimo primeiro fornecedor de serviços, com um amplo superávit em favor da Espanha, de 650,1 milhões de euros.

Quanto às relações institucionais, existem vários acordos bilaterais em vigor entre ambos países, entre os que se destacam o Plano de Associação Estratégica Espanha- Brasil (assinado em 2003), a declaração conjunta da Presidenta do Brasil e do Presidente do Governo espanhol de novembro de 2012 ou o Convênio para Evitar a Dupla Tributação, em vigor desde 1973. Ademais, é notável o acordo de livre comércio em vias de negociação entre a União Europeia e o Mercosul, que se for aprovado, dará um enorme impulso nas relações econômicas entre a Espanha e o Brasil.

Revista ABRESCCO: A Espanha obteve uma melhora substancial em seus dados macroeconômicos, como por exemplo, o crescimento de sua economia e queda do desemprego. O senhor poderia nos falar sobre estes números e seus eventuais reflexos nas relações comerciais entre os dois países: Brasil e Espanha?

A potenciación do comércio exterior foi, sem dúvida, um dos pilares da recuperação econômica espanhola. A Espanha tem uma economia muito aberta. As empresas espanholas empreenderam no princípio dos anos 90, um grande esforço de internacionalização, chegando a passar o comércio exterior de 58,1% do P.I.B em 2011 a 63,8% em 2015. A relação exportações/PIB na Espanha é atualmente a maior da Zona Euro atrás da Alemanha.

Este desenvolvimento da atividade no exterior, unido à moderação salarial e um aumento da flexibilidade na legislação trabalhista na Espanha permitiram estimular a atividade econômica e a gradual redução do

últimos dos años, pero estamos seguros de que se recuperará, probablemente a partir del segundo semestre de 2017 o principios de 2018.

Lo que está claro es que la presencia inversora y comercial de las empresas españolas en Brasil es a muy largo plazo. Por eso, a España le conviene mucho que a Brasil le vaya muy bien, tanto desde el punto de vista económico como político.

Revista ABRESCO: Los datos estadísticos migratorios y comerciales entre Brasil y España son titánicos, aunque no hablemos el mismo idioma y no hayamos tenido una historia mutua de colonialismo. ¿A qué atribuye Vuestra Excelencia esta sinergia natural, espontánea, entre los dos países, que va más allá del fútbol?

Brasil fue el tercer país latinoamericano que más emigrantes españoles recibió entre mediados del siglo XIX y principios del XX (el 15% del total). Muchos españoles vinieron también a Brasil durante las décadas de los años 50 y 60 del S. XX. Hoy día hay unos 160.000 ciudadanos españoles registrados en nuestros Consulados Generales en Brasil. Por otra parte, aunque sea un dato poco conocido, España es el 14º destino de la emigración brasileña en el mundo, existiendo una comunidad de más de 100.000 brasileños viviendo en España.

Un factor evidente a considerar es la curiosidad de los brasileños por España y su cultura, que al igual que Portugal, Italia o Grecia, es más cercana en valores y estilo de vida a Brasil que a la de otros países europeos del norte. El carácter y la forma de ver la vida de brasileños y españoles son muy similares. Por supuesto, compartimos la pasión por el fútbol y la presencia de muchos jugadores brasileños en equipos españoles ha contribuido a acercarnos más.

Revista ABRESCO: España tiene inversiones en un total acumulado de cerca de 60 mil millones en Brasil, especialmente en sectores como telecomunicaciones, energía, infraestructura, servicios financieros, turismo, entre otros. Usted cree que, en los próximos años, especialmente frente a esta “danza de sillas” política y mercantil que se muestra en el escenario mundial, motivada por fenómenos como el Brexit y por las últimas decisiones “aisladas” de Sr. Donald Trump, ¿puede tener lugar un cambio para que tengamos una relación diplomática y comercial entre Brasil y España aún mejor?

Es indudable que el contexto global tendrá un impacto sobre las relaciones entre ambos países, aunque es pronto para hacer una estimación. No se puede, ni resulta apropiado, ignorar factores externos o de riesgo a la hora de valorar las relaciones con nuestros principales socios. Lo mejor es mantener una actitud flexible y saber sacar el máximo partido de las situaciones que se presenten. Esto es algo que las empresas españolas han

desempleado ao longo dos últimos anos, passando do máximo histórico de 26,3% no ano 2013 a um 18,4% em dezembro de 2016.

O “boom” das exportações e investimentos espanhóis no Brasil durante os anos de 2013 e 2014 foi um claro reflexo do potencial que tem o mercado brasileiro para nossas empresas. Infelizmente, este crescimento viu-se interrompido como consequência da crise econômica sofrida pelo Brasil nos últimos anos, mas estamos certos que se recuperará, provavelmente a partir do segundo semestre de 2017 ou princípio de 2018.

O que ficou claro é que a presença do investimento e comércio das empresas espanholas no Brasil é muito a longo prazo. Por isso, à Espanha lhe convém muito que o Brasil tenha sucesso, tanto do ponto de vista econômico como político.

Revista ABRESCO: Os dados estatísticos migratórios e comerciais entre o Brasil e a Espanha são titânicos, ainda que não falemos o mesmo idioma e não tenhamos uma história mútua de colonialismo. A que atribui, vossa excelência, esta sinergia natural, espontânea, entre os dois países, que vai mais além do futebol?

O Brasil foi o terceiro país latino-americano que mais imigrantes espanhóis recebeu entre meados do século XIX e princípios do século XX (15% do total). Muitos espanhóis vieram também ao Brasil durante os anos 50 e 60 do século XX: Hoje em dia há uns 160.000 cidadãos espanhóis registrados em nossos Consulados Gerais no Brasil. Por outra parte, ainda que seja um dado pouco conhecido, a Espanha é o 14º destino da imigração brasileira no mundo, existindo uma comunidade de mais de 100.000 brasileiros morando na Espanha.

Um fator evidente a considerar é a curiosidade dos brasileiros pela Espanha e sua cultura, que igual que Portugal, Itália ou Grécia, é mais próxima em valores e estilo de vida ao Brasil que a outros países europeus do Norte. O caráter e forma de ver a vida dos brasileiros e espanhóis são muito similares. E claro, compartilhamos a paixão pelo futebol e a presença de muitos jogadores brasileiros em times espanhóis contribui para nos aproximarmos mais.

Revista ABRESCO: A Espanha tem investimentos em um total acumulado de cerca de 60 milhões no Brasil, especialmente nos setores de telecomunicações, energia, infraestrutura, serviços financeiros, turismo, entre outros. O senhor acredita que, nos próximos anos, especialmente frente a esta “dança de cadeiras” política e mercantil que se mostra no cenário mundial, motivada por fenômenos como o Brexit e pelas últimas decisões isoladas do Sr. Donald Trump, pode ter lugar uma mudança para que tenhamos uma relação diplomática e comercial entre o Brasil e a Espanha ainda melhor?

sabido hacer bien en el pasado y nosotros desde la Embajada, continuaremos apoyando.

En todo caso, España considera que la conclusión de un amplio acuerdo comercial entre la Unión Europea y Mercosur tiene un carácter estratégico y servirá para paliar las tendencias proteccionistas que parecen proliferar en diversas partes del mundo.

Revista ABRESCO: El periódico “El Mundo” nos trae, en el último 12 de enero, la información de que “España recibió 75,3 millones de turistas en 2016”. Mientras, Brasil tuvo en el mismo período, 6,6 millones de turistas, con un territorio 17 veces más grande que España. ¿Qué podemos aprender con España sobre la “industria sin chimeneas”? ¿Esta clara potencialidad de crecimiento en Brasil de su turismo, puede generar o perfeccionar sinergias corporativas saludables con España, nación experta en el seguimiento?

La Industria Turística está marcada por su agilidad para contribuir a la economía de los países y al empleo. Su importancia es tal, que para algunas naciones como España representa una contribución muy significativa al PIB (más del 15%), siendo una fuente primordial de generación de empleo y de captación de divisas, contribuyendo en gran manera al crecimiento y el desarrollo económico del país.

La puesta en marcha en el año 1992, por la Secretaría General de Turismo, del “Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES)” supuso un cambio en las prioridades de la política turística para orientarla decididamente hacia la calidad como principal variable de la competitividad. Hoy día, sin renunciar al llamado “turismo de sol y playa”, el Gobierno trata de impulsar otros tipos de turismo que permitan descongestionar ciertas zonas y reducir la estacionalidad: turismo cultural, turismo gastronómico y enológico, turismo rural, turismo de congresos, turismo de compras, de estudio del idioma, etc.

Uno de los éxitos del Turismo de España se basa en las modernas infraestructuras de las que está dotado el país que cuenta con excelente red hotelera, aeropuertos, puertos (Barcelona recibe el mayor número de cruceros del Mediterráneo), carreteras y la mayor red de tren de alta velocidad de Europa. Por otra parte, se ha sabido impulsar productos turísticos que son señas de identidad de la Marca España en todo el mundo. Por ejemplo, en el ámbito gastronómico, España es hoy día una referencia mundial. Y lo mismo ocurre con otro tipo de iniciativas turísticas, como el Camino de Santiago, por ejemplo.

Brasil tiene un gran potencial para desarrollar el turismo, ya que dispone de elementos diferenciadores respecto a otros mercados competidores, que pueden constituir un fuerte elemento de atracción para el turista. Pero es preciso que se amplíe la oferta de productos turísticos, se

Sem dúvida que o contexto global terá um impacto sobre nossas relações entre ambos países, ainda que é cedo para fazer uma estimação. Não se pode, nem é apropriado ignorar fatores externos ou de risco na hora de avaliar as relações com nossos principais sócios. O melhor é manter uma atitude flexível e saber tirar o máximo proveito das situações que se apresentam. Isto é algo que as empresas espanholas souberam fazer bem no passado e nós daqui da embaixada, continuaremos apoiando.

Em todo caso, a Espanha considera que a conclusão de um amplo acordo comercial entre a União Europeia e o Mercosul tem um carácter estratégico e servirá para aliviar as tendências proteccionistas que parecem proliferar nas diversas partes do mundo.

Revista ABRESCO: O jornal “El Mundo” nos traz no último 12 de janeiro, a informação que a “Espanha recebeu 75,3 milhões de turistas em 2016”. Enquanto o Brasil teve no mesmo período, 6,6 milhões de turistas com um território 17 vezes maior que a Espanha. O que podemos aprender com a Espanha sobre “A indústria sem chaminés”? Está clara a potencialidade de crescimento no Brasil de seu turismo, pode gerar ou aperfeiçoar sinergias corporativas saudáveis com a Espanha, nação expert no seguimento?

A indústria turística está marcada pela sua agilidade para contribuir à economia dos países e ao emprego. Sua importância é tal, que para algumas nações como a Espanha, representa uma contribuição muito significativa ao PIB (mais de 15%), sendo que a fonte primordial de geração de emprego e de captação de divisas, contribuindo em grande maneira ao crescimento e ao desenvolvimento econômico do país.

A aposta que começou no ano de 1992, pela Secretaria Geral de Turismo, do Plano de Competitividade do Turismo Espanhol (Plano FUTURES), supôs uma mudança nas prioridades da política turística para orientá-la, decididamente, até a qualidade como principal variável da competitividade. Hoje em dia, sem renunciar ao chamado “turismo de sol e praia”, o governo trata de impulsionar outros tipos de turismo cultural, turismo gastronômico e enológico, turismo rural, turismo de congresos, turismo de compras, de estudo do idioma, etc.

Um dos sucessos do Turismo da Espanha está baseado nas modernas infraestruturas das que está dotado o país que conta com excelente rede hoteleira, aeroportos, portos (Barcelona recebe o maior número de cruzeiros do Mediterrâneo), estradas e a maior rede de trens de alta velocidade da Europa. Por outra parte, soube impulsionar produtos turísticos que são sinais de identidade da Marca Espanha em todo o mundo. O mesmo ocorre com outro tipo de iniciativas turísticas, como o Caminho de Santiago, por exemplo.

mejoren las infraestructuras y se ajusten los precios para poder competir internacionalmente.

Grandes cadenas hoteleras españolas como Sol Meliá, Barceló, Palladium o Iberostar confían en el potencial de Brasil, están invirtiendo en el país y exportando su Know How, además de contribuir para impulsar la entrada de visitantes en el país. También son importantes las conexiones aéreas directas como las facilitadas por Iberia, Air Europa o Latam.

Revista ABRESCCO: Acercamiento Brasil España en Cultura y Comercio (ABRESCCO), es una iniciativa corporativa de 4 ex alumnos de la tradicional escuela española, IE Business School, siendo de los cuales, 2 españoles natos y 2 hispano-brasileños. Nuestro reto es, contribuir cada día más – sea en la esfera pública, sea en la esfera privada – a una mejor relación diplomática, cultural, social, histórica y empresarial entre los dos países, que ya es fantástica. ¿Cómo ve usted esta iniciativa? ¿Algún mensaje para sus fundadores?

El incremento de la ya importante movilidad académica entre Brasil y España es uno de los objetivos prioritarios de esta Embajada, por ello felicito a los fundadores de

O Brasil tem um grande potencial para desenvolver o turismo, já que dispõe de elementos diferenciadores com respeito a outros mercados competidores, que podem constituir um forte elemento de atração para o turista. Mas é preciso que se amplie a oferta de produtos turísticos, que se melhorem as infraestruturas e se ajustem os preços para poder competir internacionalmente.

Grandes cadeias hoteleiras espanholas como Sol Meliá, Barceló, Palladium ou Iberostar, confiam no potencial do Brasil e estão investindo no país, exportando seu know how, além de contribuir para impulsionar a entrada de visitantes no país. Também são importantes as conexões aéreas diretas como as facilitadas pela Iberia, Air Europa ou Latam.

Revista ABRESCCO: Aproximação Brasil Espanha em Cultura e Comércio (ABRESCCO), é uma iniciativa corporativa de quatro ex-alunos da tradicional escola espanhola, IE Business School, sendo dos quais, dois espanhóis natos e dois hispano-brasileiros. Nosso desafio é contribuir cada dia mais- seja na esfera pública, seja na esfera privada- a uma melhor relação diplomática, cultural, social, histórica e empresarial entre os países, que já é fantástica. Como o senhor vê esta iniciativa? Alguma mensagem para os fundadores?

O incremento da já importante mobilidade acadêmica entre o Brasil e a Espanha é um dos objetivos prioritários

ABRESCCO por la iniciativa y aprovecho la ocasión para mencionar que próximamente realizaremos la I Feria Estudiar en España en la que participarán más de treinta Universidades e instituciones educativas españolas. Esta primera edición se realizará en Sao Paulo (11 de marzo) y Río de Janeiro (13 de marzo), pero nuestra intención es que tenga continuidad en el tiempo y, en futuras ediciones, pueda realizarse en otros lugares de Brasil.

Creo que iniciativas como ABRESCCO tienen un gran valor para promover el acercamiento y el mejor conocimiento entre brasileños y españoles, que todavía es insuficiente. Por ejemplo, pocos conocen la dimensión histórica de nuestras relaciones, desde los albores de Brasil, con el padre Anchieta y las misiones de los jesuitas hasta el periodo de la Unión de las Coronas Portuguesa y Española (1580-1640), durante el cual se expandió enormemente el territorio brasileño o las ya citadas oleadas de inmigración española en Brasil en los siglos XIX y XX. Tenemos que poner en valor tanto nuestro pasado como nuestro rico presente y el prometedor futuro que se vislumbra en nuestras relaciones y ABRESCCO sin duda puede contribuir a lograr ese objetivo.

dessa Embaixada, por isso parabênizo aos fundadores de ABRESCCO pela iniciativa e aproveito a ocasião para mencionar que, em breve, realizaremos a I Feira Estudar na Espanha, na qual participarão mais de trinta universidades e instituições educativas espanholas. Esta primeira edição será realizada em São Paulo (11 de março) e Rio de Janeiro (13 de março), mas nossa intenção é que tenha continuidade durante o tempo e, em futuras edições, possa ser realizada em outros lugares do Brasil.

Creio que iniciativas como ABRESCCO têm um grande valor para promover a aproximação e o melhor conhecimento entre brasileiros e espanhóis, que ainda é insuficiente. Por exemplo, poucos conhecem a dimensão histórica de nossas relações, desde os princípios do Brasil, com o padre Anchieta e às missões jesuíticas até o período da União das Coroas Portuguesa e Espanhola (1580- 1640) durante a qual expandiu-se grandemente o território brasileiro ou as já citadas ondas de imigração espanhola no Brasil nos séculos XIX e XX. Temos que valorizar tanto o nosso passado como o nosso rico presente e o promissor futuro que se vislumbra em nossas relações e a ABRESCCO, sem dúvida, pode contribuir a conseguir esse objetivo.



**ENTREVISTA CON EL
EMBAJADOR
DON PAULO ALBERTO
SOARES, CÓNsul
GENERAL DE BRASIL
EN ESPAÑA.**

**ENTREVISTA COM O
EMBAIXADOR
SR. PAULO ALBERTO
SOARES, CÔNsul
GERAL DO BRASIL NA
ESPANHA.**

Amante de la Bossa Nova y de las artes, el carioca de 70 años, Paulo Alberto Soares, portador de una simpatía agradabilísima, concedió a la Revista ABRESCCO una entrevista sincera, transparente y muy instructiva. Don Paulo Alberto Soares, además de un interlocutor que de tan agradable tiene el poder de transformar una entrevista en una buena prosa, dio un “show” de conocimiento corporativo, diplomacia económica y posicionamiento personal firme y sin ningún tipo de lazos políticos, o ideológicos, como es la tradición “de la élite del pensamiento, de la élite democrática”, de los excelentes diplomáticos brasileños.

Confirmando la máxima popular de que “Dios es brasileño”, pero puede en cualquier momento “comenzar a aburrirse”, el embajador Paulo Alberto, con su buen humor fino e inteligente, demuestra, con un mensaje optimista y animado, que Brasil, a pesar de las tormentas, tiene todo para ser una gran potencia económica. Una gran nación. Mientras los tecnócratas, la meritocracia, prosperen.

De hecho, “Brasil no es un país para principiantes” (Tom Jobim). “Es para principiantes de Brasil” (Paulo Alberto Soares).

Revista ABRESCCO: ¿Cuáles son sus impresiones sobre las oportunidades que pueden surgir de esta especie de “baile de sillas” que está ocurriendo ahora, con fenómenos macroeconómicos, como por ejemplo el BREXIT y el, polémico, Donald Trump? ¿Eso abre alguna expectativa para la LATAM y especialmente, para Brasil?

Don Paulo Alberto Soares: Tal vez ahora Brasil tenga que hacer que la historia comience a andar un poco para adelante, traduciendo en portugués claro, siendo Brasil un miembro del BRICS y teniendo como meta – y esto, en nuestra diplomacia esta cada vez más evidente-, globalizar nuestra relación comercial con la LATAM, con Europa, con Asia, de modo que seamos cada vez más un país con una tendencia de invertir en global. El Mercosur es una estructura que continúa siendo muy relevante, pero pienso que tenemos que abrir más

nuestros horizontes, a fin de cuentas, aún somos la 8ª o 9ª economía del mundo, por lo que creo que con esta tendencia un poco oscilante, o muy oscilante, de la situación del comercio internacional, se abren oportunidades muy interesantes y tocará al empresario brasileño tener esta visión de ocupar espacios que tradicionalmente fueron ocupados por otras economías. Tenemos cada vez más que hacer acuerdos comerciales. Con la Unión Europea, con el Sudeste Asiático, con China, con India. Brasil tiene el potencial de multiplicar por diez lo que exportamos y también lo que importamos.

Amante da Bossa Nova e das artes, o carioca de 70 anos, Paulo Alberto Soares, portador de uma simpatia agradabilíssima, concedeu à Revista ABRESCCO uma entrevista sincera, transparente e muito instrutiva. O sr. Paulo Alberto Soares, além de um interlocutor, que de tão agradável, tem o poder de transformar uma entrevista numa boa prosa, deu um “show” de conhecimento corporativo, diplomacia econômica e posicionamento pessoal firme e sem quaisquer amarras políticas ou ideológicas, como é a tradição “da elite do pensamento, da elite democrática”, dos excelentes diplomatas brasileiros.

Confirmando a máxima popular de que “Deus é brasileiro”, mas pode a qualquer momento “começar a se aborrecer”, o embaixador Paulo Alberto, com seu bom humor fino e inteligente, demonstra, com uma mensagem otimista e animadora, que o Brasil, apesar das tormentas, tem tudo para ser uma grande potência econômica. Uma grande nação. Conquanto os tecnocratas e a meritocracia, prosperem.

De fato, o “Brasil não é um país para amadores” (Tom Jobim). “É para Amadores do Brasil” (Paulo Alberto Soares).

Revista ABRESCCO: Quais as suas impressões de oportunidades que podem surgir desta espécie de “dança de cadeiras” que está ocorrendo agora, com fenômenos macroeconômicos, a exemplo do BREXIT e do polémico, Donald Trump? Isso abre alguma expectativa para a LATAM, e especialmente, para o Brasil?

Sr. Paulo Alberto Soares: Talvez agora caiba ao Brasil fazer com que a história passe a andar um pouco para frente, traduzindo em português claro, sendo o Brasil um membro do BRICS e tendo como meta – e isto, em nossa diplomacia está cada vez mais evidente -, globalizar as nossas relações comerciais com a LATAM, com a Europa, com a Ásia, de modo que sejamos cada vez mais um país com uma tendência de investir no global. O Mercosul é uma estrutura que continua sendo muito relevante, mas penso que temos que abrir mais os nossos horizontes, afinal de contas, ainda somos a 8a. ou 9a. economia do mundo, então, acho que com esta tendência um pouco oscilante, ou muito oscilante, da situação do comércio internacional, abre-se oportunidades muito interessantes e caberá ao empresário brasileiro ter esta visão de ocupar espaços que tradicionalmente foram ocupados por outras economias. Temos cada vez mais que fazer acordos comerciais. Com a União Europeia, com o

Revista ABRESCO: Sabemos que España tiene una experiencia impresionante en el tema del turismo, con casi 72 millones de turistas en 2016, mientras que Brasil tuvo 6,5 millones, con más de 8.000 kilómetros de costa. ¿España tendría alguna cosa que enseñarnos?

Don Paulo Alberto Soares: En primer lugar, deberíamos reconsiderar nuestro sector de turismo en Brasil, pero esto es una decisión política, que tocará a los formuladores de la política de turismo brasileño reconsiderar todo. Nosotros caminamos. El Nordeste está mucho más abierto, hubo inversiones, hay mejores hoteles. Pero, nosotros tenemos una infraestructura de comunicación que está lejos de ser el ideal para turistas europeos, o asiáticos, o norteamericanos. Tenemos que vender mejor a Brasil y no solo para Francia, Inglaterra, Italia y España, sino que también para Rusia, para Asia, los chinos, los japoneses. El gobierno precisa invertir, como el sector privado y adoptar ciertas medidas políticas de incentivo al turismo. Brasil necesita pensar, como España, a medio y largo plazo. Yo que viví en Indonesia, vi que Indonesia recibe mucho más turistas que Brasil. ¿Qué hace Indonesia? Invierte en turismo. Hace bien su trabajo de casa. Bali, que es una isla, recibe más turistas que Brasil. A mí me gustó mucho Bali, pero nuestras playas les dan 10 a 0. El nuevo Ministro de Turismo estuvo aquí y pasó un mensaje muy positivo en FITUR – Feria Internacional del Turismo.

Revista ABRESCO: ¿El señor cree en un futuro aún más prometedor entre Brasil y España, o gastamos nuestra potencialidad de “acercamientos” comerciales entre los dos países?

Don Paulo Alberto Soares: España es un continuo trampolín para Brasil implantar empresas y desde aquí (España) mirar para África del Norte, por ejemplo, y todo el resto de Europa. El Empresario brasileño se acomoda un poco... No estoy criticando no, pero es esa mentalidad de corto plazo... ¿Porque existen tantas empresas españolas establecidas en Brasil y tan pocas brasileñas aquí? La prioridad es América del Sur, China e India también. Pero, no podemos pensar que Europa ya dio todo lo que tenía que dar. ¡No señor! Lo que falta es “joint ventures” entre empresas españolas y brasileñas, en España. Tal vez, falte un poco más de esto, de una aproximación concreta, que considere a España una gran puerta de entrada a Europa para empresas brasileñas. Al final, España es la cuarta economía de la Unión Europea. Falta mayor “exposition”, publicidad. Brasil tiene que “¡vender mejor su pescado!” Invertir en comunicación y visibilidad. Si no hace esto, será siempre el país de 7 millones de turistas, a pesar de tener 8.000 kilómetros de costa.

Sudeste Asiático, com a China, com a Índia. O Brasil tem o potencial de multiplicar por dez o que exportamos e também importamos.

Revista ABRESCO: Nós sabemos que a Espanha detém uma expertise impressionante no tema turismo, com quase 80 milhões de turistas em 2016, enquanto que o Brasil teve 6,5 milhões, com mais de 8 mil quilômetros de costa. A Espanha teria alguma coisa para ensinar para nós?

Sr. Paulo Alberto Soares: Em primeiro lugar, deveríamos repensar o nosso setor de turismo no Brasil, mas isto é uma decisão política, que caberá aos formuladores da política de turismo brasileira repensar em tudo. Nós caminamos. O Nordeste está muito mais aberto, houve investimentos, há melhores hotéis. Mas, nós temos uma infraestrutura de comunicação que está longe de ser a ideal para turistas europeus, asiáticos ou norteamericanos. Temos que vender melhor o Brasil e não só para a França, Inglaterra, Itália e Espanha, mas também para a Rússia, para a Ásia, os chineses, os japoneses. O governo precisa investir, assim como o setor privado e adotar-se certas medidas políticas de incentivo ao turismo. O Brasil precisa pensar, como a Espanha, a médio e longo prazo. Eu que morei na Indonésia, vi que o país recebe muito mais turistas que o Brasil. O que a Indonésia faz? Investe no turismo. Faz bem o seu trabalho de casa. Bali, que é uma ilha, recebe mais turistas que o Brasil. Eu gostei muito de Bali, mas as nossas praias dão de 10 a 0. O novo Ministro do Turismo esteve aqui e passou uma mensagem muito positiva na FITUR – Feira Internacional do Turismo.

Revista ABRESCO: O Senhor crê num futuro ainda mais promissor entre Brasil e Espanha ou esgotamos a nossas potencialidades de “acercamientos” comerciais entre os dois países?

Sr. Paulo Alberto Soares: A Espanha é um contínuo trampolim para o Brasil implantar empresas e daqui da Espanha olhar para a África do Norte, por exemplo, e todo o resto da Europa. O empresário brasileiro se acomoda um pouco... não estou criticando não, mas essa é a mentalidade de curto prazo... por que existe tantas empresas espanholas estabelecidas no Brasil e tão poucas brasileiras, aqui? A prioridade é a América do Sul, China e Índia, também. Mas, não podemos achar que a Europa já deu o que tinha que dar. Não senhor! O que falta é “joint ventures” entre empresas espanholas e brasileiras na Espanha. Talvez, falte um pouco mais disto, de uma aproximação concreta, que considere a Espanha uma grande porta de entrada para a Europa às empresas brasileiras. Afinal, a Espanha é a quarta economia da União Europeia. Falta maior “exposition”, publicidade. O Brasil

Revista ABRESCO: Estamos muy bien impresionados con su conocimiento corporativo, globalizado, macroeconómico, lo que es, más allá de la parte cultural y diplomática, la tónica de nuestra empresa y revista. ¿Al señor le importaría hablar un poco sobre su formación, sobre su historial como diplomático?

Don Paulo Alberto Soares: Hay un nombre en la historia diplomática brasileña del siglo XX, que se llama Embajador Paulo Tarso Flexa de Lima. Para mí, este señor es un marco en la diplomacia brasileña. En 1971, cuando era consejero, vuelve a Brasil y crea el Departamento de Promoción Comercial y del 70 hasta el final de siglo, Paulo Tarso fue una referencia fundamental. Yo trabajé con él y dirigí la División de Operaciones Comerciales, siempre incentivando al empresario brasileño, al comercio brasileño a exponerse más al mundo y este es el trabajo de una diplomacia económica, ayudar al empresario público y privado, sin distinción, a abrirse al mundo y, realmente, el trabajo del embajador Paulo Tarso fue fundamental. Él “llevó en brazos”, pequeñas, medianas y grandes empresas para que se abrieran al mundo, en la LATAM, en América del Sur, en Europa. Yo fui encargado de negocios en Irak. Paulo Tarso fue varias veces a Irak, Las empresas cerraron contratos increíbles, ayudamos a crear un ambiente políticamente favorable. Un momento fantástico. La marca Brasil era conocida de Argentina a España. En todas las embajadas, que en el inicio de la carrera trabajé, era siempre el jefe del sector comercial. Después, ya embajador, siempre con este espíritu “paulotarciano”. Yo le considero (Paulo Tarso Flexa de Lima), uno de los mayores embajadores de Brasil, del siglo XX.

Revista ABRESCO: Aprovechando, preguntamos a Su Excelencia. ¿A qué, Su Excelencia, atribuye esta competencia histórica de la diplomacia brasileña?

Don Paulo Alberto Soares: ¡Esta es una pregunta óptima! (risas de todos...), al Barão do Rio Branco (risas...). Mira, así como Paulo Tarso, yo podría citar más de diez nombres de bravos embajadores que formaron la cabeza de jóvenes embajadores como yo, que entraron en la carrera en 1967, que ya son 50 años de Itamaraty. Siempre hubo una preocupación de Itamaraty de no ser una élite superficial y si una élite del pensamiento, una élite muy democrática. Cada vez más, nuestra presencia se debe mucho al talento de muchos embajadores, sea en la OMC, o en las Naciones Unidas. Un grupo muy unísono. Por esto que el Ministerio de Relaciones Exteriores tubo, y tiene, el papel importantísimo en la formulación de capacitación de diplomáticos que no son diplomáticos. Son

tem que “vender melhor o seu peixe”! Investir em comunicação e visibilidade. Se não fizer isto, será sempre o país de 7 milhões de turistas, apesar de ter 8 mil quilômetros de costa.

Revista ABRESCO: Nós estamos muito bem impressionados com o seu conhecimento corporativo, globalizado, macroeconômico, o que é, além da parte cultural e diplomática, a tônica de nossa empresa e revista. O senhor se importaria em falar um pouco sobre a sua formação, sobre seu histórico como diplomata?

Sr. Paulo Alberto Soares: Há um nome na história diplomática brasileira do século XX, que se chama Embaixador

Paulo Tarso Flexa de Lima. Para mim, este senhor é um marco na diplomacia brasileira. Em 1971, quando ele era conselheiro, voltou para o Brasil e criou o Departamento de Promoção Comercial e dos 70 até o final do século, Paulo Tarso foi uma referência fundamental. Eu trabalhei com ele e chefei a Divisão de Operações Comerciais, sempre incentivando o empresário brasileiro, ao comércio brasileiro a se expor mais ao mundo e este é o trabalho de uma diplomacia econômica, ajudar o empresariado público e privado, sem distinção, a se abrir ao mundo e, realmente, o trabalho do Embaixador Paulo Tarso foi fundamental. Ele “levou no braço e no colo”, pequenas, médias e grandes empresas a se abrirem ao mundo, na LATAM, na América do Sul, na Europa. Eu fui encarregado de negócios no Iraque. Paulo Tarso foi várias vezes ao Iraque. As empresas fecharam contratos incríveis, ajudamos a criar um ambiente politicamente favorável. Um momento fantástico. A marca Brasil era conhecida da Argentina à Espanha. Em todas as embaixadas, que no início da carreira trabalhei, era sempre o chefe do setor comercial. Depois, já embaixador, sempre com este espírito “paulotarciano”. Eu o considero (Paulo Tarso Flexa de Lima), um dos maiores embaixadores do Brasil, no século XX.

Revista ABRESCO: Aproveitando, perguntamos à Vossa Excelência. A que Vossa Excelência atribui esta competência histórica da diplomacia brasileira?

Sr. Paulo Alberto Soares: Esta é uma ótima pergunta! (Risos de todos...), ao Barão do Rio Branco (Risos...). Olha, assim como o Paulo Tarso, eu poderia citar mais dez outros nomes de bravos embaixadores que formaram a cabeça de jovens embaixadores como eu, que entraram na carreira em 1967, que já são 50 anos de Itamaraty. Sem-

diplomáticos que tienen el espíritu abierto para introducirnos cada vez más en América del Sur, en la LATAM, en Europa, en Asia. Creo que esto lo debemos a unos 20 embajadores que en el siglo XX revolucionaron la forma de pensar la diplomacia. Y esto hizo la tradición y el respeto de Itamaraty y del Ministerio de Relaciones Exteriores dentro y fuera de Brasil. Además, Itamaraty es considerado por la diplomacia internacional como un ejemplo para el mundo. Diplomacia elegante, fina, pero absolutamente pragmática, democrática y abierta al diálogo. Esto es lo que es importante, sin partidismos. Antes de todo, el diplomático brasileño sirve a su país. Sirve al Estado brasileño.

Revista ABRESCO: Cual es la impresión de Su Excelencia de entidades como la nuestra, corporativo-empresarial-cultural y su importancia para los dos países Brasil y España, a la vez que preguntamos a Su Excelencia, si quiere dejar algún mensaje a nuestros lectores.

Don Paulo Alberto Soares: A mí me parece que esta iniciativa de “acercamiento”, aproximación Brasil-España para Comercio y Cultura es una iniciativa que va en esta línea que he dicho, en los últimos minutos. Creo que el mensaje sería ese. La de que los lectores no sean solamente lectores. Que también pasen a entrar en el campo, como en un partido de fútbol. Puede ser un micro emprendedor, un medio emprendedor, artista, cantante, músico...creo que la Cultura es otro camino que Brasil tiene de sobra para exportar. Pero debería de ir más allá de la Bossa Nova. Además del Samba y del Carnaval. Los lectores deben entrar en el campo y ayudar para que Brasil continúe, no como la octava, sino como una de las cinco mayores economías del mundo. Y tiene condiciones para eso, siendo el interlocutor que somos. ¡Tal vez, sea el momento de volver a ser optimistas!

Revista ABRESCO: ¿El Señor sabe explicar por qué a los españoles les gusta tanto Brasil? ¿Será que creen que Dios es brasileño, o hay alguna otra cosa que no sabemos explicar?

Don Paulo Alberto Soares: No es sólo el español, no, hein...Yo viví en diez países. Entre ellos, Argentina, Inglaterra, Suecia, India, Irak, China, Singapur...Todos estos países, cuyos habitantes tuve la oportunidad de conocer, en todos los niveles, todos... Pues, no hay uno, que cuando usted habla, Rio de Janeiro, Bahía, playas... Brasil es como una mística, esa mística es que las autoridades, los empresarios y el mundo del turismo brasileño, tiene que colocar dentro de la cabeza y maximizar esto. “Dios es brasileño” y todos los otros santos también deben de serlo (risas generales), todos adoran Brasil.

pre houve a preocupação do Itamaraty de não ser uma elite superficial e sim uma elite do pensamento, uma elite muito democrática. Cada vez mais, a nossa presença deveu-se muito ao talento de muitos embaixadores, seja na OMC, seja nas Nações Unidas. Um grupo muito uníssono. Por isto que o Ministério das Relações Exteriores teve, e tem, o papel importantíssimo na formulação de capacitação de diplomatas que não são só diplomatas. São diplomatas que têm o espírito aberto a nos inserirmos cada vez mais na América do Sul, na LATAM, na Europa, na Ásia. Eu acho que isto devemos a uns 20 embaixadores que no século XX revolucionaram a maneira de pensar a diplomacia. E isto fez a tradição e o respeito do Itamaraty e do Ministério das Relações Exteriores dentro e fora do Brasil. Aliás, o Itamaraty é considerado pela diplomacia internacional como um exemplo para o mundo. Diplomacia elegante, fina, mas absolutamente pragmática, democrática e aberta ao diálogo. Isto é que é o importante, sem partidismos. Antes de tudo, o diplomata brasileiro serve ao seu país. Serve ao Estado brasileiro.

Revista ABRESCO: Qual a impressão de Vossa Excelência de entidades como a nossa, corporativo-empresarial-cultural e a sua importância para os dois países Brasil e Espanha, ao tempo em que perguntamos à Vossa Excelência, se quer deixar alguma mensagem aos nossos leitores.

Sr. Paulo Alberto Soares: Parece-me que esta iniciativa de “acercamiento”, aproximação Brasil-Espanha para Comércio e Cultura é uma iniciativa que vai nesta linha que eu tenho dito nos últimos minutos. Eu acho que a mensagem seria essa: a de que os leitores não sejam somente leitores. Que também passem a entrar em campo, como num jogo de futebol. Pode ser um microempreendedor, um médio empreendedor, artista, cantor, músico... acho que a Cultura é outro caminho que o Brasil tem de sobra para exportar. Mas deveria ir além da Bossa Nova. Além do Samba e do Carnaval. Os leitores devem entrar em campo e ajudar que o Brasil continue, não como a oitava, mas que seja uma das cinco maiores economias do mundo. E tem condições para isso, sendo o interlocutor que nós somos. Talvez, seja o momento de voltarmos à sermos otimistas!

Revista ABRESCO: O senhor sabe explicar o porquê dos espanhóis gostarem tanto do Brasil? Será que eles acham que Deus é brasileiro, ou tem alguma outra coisa que não sabemos explicar?

Sr. Paulo Alberto Soares: Não é só o espanhol não, hein... eu vivi em dez países. Dentre eles, Argentina, Inglaterra, Suécia, Índia, Iraque, China, Singapura... todos estes países, cujos habitantes eu tive a oportunidade de

Revista ABRESCO: De ahí, tal vez el nombre, Bahía de todos los Santos... (Risas...)

Don Paulo Alberto Soares: Ahí, ¡sí! fueron los portugueses y después la unión de las dos coronas... (Unión Ibérica, 1580-1640). Los españoles también llegaron allí... Pero el hecho es que esa historia de que Dios es brasileño, siempre oí desde pequeño, pero si continúa así, Dios se va a comenzar a cansarse... (Risas generales). Pero, lo más surrealista es que con todas nuestras carencias de infraestructuras, con un turismo no tan profesional, ¡todo el mundo va y todo el mundo gusta! Es una vergüenza que nosotros, con todo este manantial de turismo, una naturaleza monumental, montañas, mar increíble, solo tenemos 7 millones de turistas... ¿Eso qué es? ¡IN-COM-PE-TÊN-CIA! ¡Hay que cambiar la mentalidad! Turismo es inversión. Turismo es una actividad como cualquier otra actividad empresarial y debe ser tomada en serio por todos. Si no, vamos a continuar gritando que Dios es brasileño y Dios se va a enfadar... ¿Por qué India, que no tiene tantos atractivos como Brasil, recibe muchos más turistas? España, para qué hablar... Yo creo que tenemos que tener profesionales. ¡Profesionales, mismo! ¡No la improvisación de aquellos guías que poco saben de Historia de Brasil! Como decía Mário de Andrade, uno de los males de Brasil es “mucho patrón para tan poco marinero”.

Revista ABRESCO: ¿Más o menos, mucho cacique para poco indio, no, Excelencia?

Don Paulo Alberto Soares: Exactamente. Veo a Indonesia, como ejemplo. Indonesia no tiene esa masa económica que tiene Brasil y, sin embargo, el sector del turismo da 10 a 0 a Brasil. Nosotros tenemos que hacer una reestructuración de la mentalidad brasileña. Ganar dinero a corto plazo, no hace que Brasil se convierta en un país que reciba setenta y tantos millones de turistas, como España.

Revista ABRESCO: En términos macroeconómicos, por distintas razones, Brasil y España, ya alcanzaron el fondo del pozo y comenzaron a crecer. ¿Su Excelencia ve el crecimiento de estas dos economías, en un futuro próximo?

Don Paulo Alberto Soares: Creo que el nuevo Presidente, Temer, acertó en la elección de Meireles. Él es un gran profesional. Un hombre tranquilo, global, no está inmiscuido en cosas feas y está prediciendo que este año aún va a ser duro. En 2018 ya vamos a tener un pequeño crecimiento, tal vez del 1 al 2% y llegaremos al 2018 preparados para nuevas elecciones, en una economía que comienza a respirar. Tenemos que tener menos políticos y más tecnócratas, en la dirección de los destinos de Brasil, sobre todo en los escenarios micro, medio y macroeconómicos. Yo no estoy haciendo propaganda de Meireles, no. Pero es un profesional. Tanto así, que él fue Ministro de

conhecer em todos os níveis, todos... mas, não há um, que quando você fala, Rio de Janeiro, Bahia, praias... Brasil é como uma mística, essa mística é que as autoridades, os empresários e o mundo do turismo brasileiro têm que colocar dentro da cabeça e maximizar isto. “Deus é brasileiro” e todos os outros santos também devem ser (risos gerais), todos adoram o Brasil...

Revista ABRESCO: Daí, talvez o nome, Bahia de todos os Santos... (risos...).

Sr. Paulo Alberto Soares: Aí, sim! Foram os portugueses e depois a união das duas coroas... (União Ibérica, 1580-1640). Os espanhóis também chegaram lá..., mas o fato é que essa história de que “Deus é brasileiro” sempre ouvi desde pequenininho, mas se continuar assim, Deus vai começar a se aborrecer... (risos gerais...). Mas, o mais surrealista é que com todas as nossas falências de infraestruturas, com um turismo não tão profissional, todo mundo vai e todo mundo gosta! É uma vergonha que nós, com todo este manancial de turismo, uma natureza monumental, montanhas, mar incrível, só tenhamos 7 milhões de turistas. O que é isso? IN-COM-PE-TÊN-CIA! Tem que mudar a mentalidade! Turismo é investimento. Turismo é uma atividade como qualquer outra atividade empresarial e deve ser levada a sério por todos. Senão, vamos continuar a gritar que “Deus é brasileiro” e Deus vai se chatear. Por que a Índia, que não tem tantos atrativos quanto o Brasil, recebe muito mais turistas? A Espanha, nem se fala. Eu acho que temos que ter profissionais. Profissionais, mesmo! Não a improvisação daqueles guias que pouco sabem de História do Brasil. Como dizia Mário de Andrade, “um dos os males do Brasil é muita saúva e pouca formiga”.

Revista ABRESCO: Mais ou menos, “muito cacique para pouco índio”, não é, Excelência?

Sr. Paulo Alberto Soares: Exatamente. Eu vejo a Indonésia, como exemplo. A Indonésia não tem essa massa econômica que o Brasil tem e, no entanto, o setor de turismo dá de 10 a 0 no Brasil. Nós temos que fazer uma reestruturação da cabeça brasileira. Ganhar dinheiro a curto prazo não faz o Brasil tornar-se um país que reciba setenta e tantos milhões de turistas, como a Espanha.

Revista ABRESCO: Em termos macroeconômicos, por razões distintas, Brasil e Espanha, já atingiram o fundo do poço e começam a crescer. Vossa Excelência vê o crescimento destas duas economias num futuro próximo?

Sr. Paulo Alberto Soares: Acho que o novo Presidente, o Temer, acertou na escolha do Meireles. Esse é um grande profissional. Um homem calmo, global, não está inmiscuído em coisas feas e ele está prevendo que este ano ainda vai ser duro. Em 2018, já vamos ter um pequeno crescimento,

FHC y de Lula. Creo que Brasil necesita madurar un poco, en términos de prioridades de políticas económicas. Menos política, menos partidismo. No podemos hacer el regreso que los Estados Unidos hicieron. Nosotros tenemos que dar un salto cualitativo y Brasil tiene todo para esto. Una nación absolutamente joven. Jóvenes, con una capacidad enorme. Nosotros tenemos los fundamentos de una preparación empresarial, de gran peso. Ahora, esto tiene que ser compartido y coordinado con políticas del siglo XXI y con gente honesta. Que Brasilia sea un retrato de Brasil y no el retrato de grupos... Porque así, no daremos el salto cualitativo. Hablo como brasileño, más que como diplomático. Brasil tiene todas las cartas en las manos, pero tenemos que saber jugar...

Revista ABRESCCO: Tom Jobim decía que Brasil no es un país para principiantes...

Don Paulo Alberto Soares: Exactamente...

Revista ABRESCCO: ¿El Señor cree que eso es verdad? ¿O nosotros podemos “vender jabuticabas”, de una forma más fácil, para el mundo entero?

Don Paulo Alberto Soares: La jabuticaba es una metáfora muy simpática, pero tenemos que vender jabuticabas y jabuticabas tecnológicas y otras jabuticabas y atraer más. ¡Creo que los españoles son un ejemplo fantástico! ¡Ellos llegaron en el mejor momento, invirtieron y allí están! Ahora, volviendo a donde empecé, tenemos que vender mejor a nuestro país. Tenemos que estar en “expositions”. ¡Expuestos al mundo! Como los norteamericanos hicieron la vida entera. ¡Podemos vender las jabuticabas que queramos! ¡Creo que Brasil es un país para principiantes de Brasil! Adoré la idea de ABRESCCO!

Por Antonio Peres Junior e Joaci Goes Filho.

talvez de 1 a 2% e chegarmos a 2018 preparados para novas eleições, seja lá quem for, numa economia que começa a respirar. Temos que ter menos políticos e mais tecnocratas, na direção dos destinos do Brasil, sobretudo nos cenários micro, médio e macroeconômicos. Eu não estou fazendo propaganda do Meireles, não. Mas é um profissional. Tanto sim, que ele foi Ministro do FHC e do Lula. Acho que o Brasil precisa amadurecer um pouco, em termos de prioridades de políticas econômicas. Menos política, menos partidismo. Não podemos fazer o regresso que os Estados Unidos fizeram. Nós temos que dar um salto qualitativo e o Brasil tem tudo para isto. Uma nação absolutamente jovem. Jovens, mas com uma capacidade enorme. Nós temos os fundamentos de uma preparação empresarial de grande peso. Agora, isto tem que ser compartilhado e coordenado com políticas do século XXI e com gente honesta. Que Brasília seja um retrato do Brasil e não o retrato de grupos. Porque assim, não daremos o salto qualitativo. Falo como um brasileiro, mais que como um diplomata. O Brasil tem todas as cartas nas mãos, mas temos que saber jogar.

Revista ABRESCCO: Tom Jobim dizia que o Brasil não é um país para amadores...

Sr. Paulo Alberto Soares: Exatamente...

Revista ABRESCCO: O senhor acha que isso é verdade? Ou nós podemos vender jabuticabas de uma forma mais fácil para o mundo todo?

Sr. Paulo Alberto Soares: A jabuticaba é uma metáfora muito simpática, mas temos que vender jabuticabas e jabuticabas tecnológicas, outras jabuticabas e atrairmos mais. Eu acho que os espanhóis são um exemplo fantástico! Eles chegaram no melhor momento, investiram e estão lá! Agora, voltando onde comecei, nós temos que vender melhor o nosso país. Nós temos que estar em “expositions”. Expostos ao mundo! Como os norte-americanos fizeram a vida toda. Podemos vender as jabuticabas que quisermos! Eu acho que o Brasil é um país para amadores do Brasil! Adorei a ideia da ABRESCCO!

Por Antonio Peres Junior y Joaci Goes Filho.

Gonzalo Fournier - Cónsul General de España en Salvador de Bahía y para el Nordeste de Brasil.
Gonzalo Fournier - Cónsul Geral da Espanha em Salvador da Bahia e para o Nordeste do Brasil.



El amor de España por Bahía

O amor da Espanha pela Bahia

Bahía, con una extensión superior a la de toda España, tiene un encanto especial y unos vínculos históricos con mi país que deberían ser más conocidos. También destacan su atractivo turístico y su potencial económico. Estamos hablando de una de las regiones más bonitas del mundo, con una naturaleza sobrecogedora y unos recursos aún poco explotados.

El encanto de Salvador de Bahía, que fue capital de Brasil hasta 1763, empieza nada más salir del aeropuerto, en la carretera flanqueada de hileras de bambús que se entrelazan por arriba y parecen formar una guardia de honor. Recorrer después el paseo marítimo, donde se encuentra oportunamente la nueva sede del nuevo Consulado General de España, nos devuelve a la época gloriosa de la Unión Ibérica, cuando éramos un mismo país con Portugal y Brasil. El fuerte de Santa María tiene una placa que nos recuerda la hazaña histórica del español Fadrique de Toledo, el Capitán General de la Armada del Mar Océano que en marzo de 1625 expulsó definitivamente a los holandeses de Bahía liderando la flota más grande que jamás había cruzado el Atlántico: 52 navíos y 12.566 hombres (cifras de la Historia de la Marina Española).

Según grandes historiadores brasileños, como Verrísimo Serrão, se trata de “uma das páginas mais belas da História do Brasil”, con la que brotó el sentimiento nacional brasileño. Lo bonito para los españoles es que se unieron con nosotros y los portugueses para expulsar al primero que consideraban extranjero: los holandeses.

A Bahia, com uma extensão superior a toda a Espanha, tem um encanto especial e uns vínculos históricos com meu país que deveriam ser mais conhecidos. Também destaca-se pelo seu atrativo turístico e seu potencial econômico. Estamos falando de uma das regiões mais bonitas do mundo, com uma natureza deslumbrante e uns recursos ainda pouco explorados.

O encanto de Salvador da Bahia, que foi capital do Brasil até 1763, começa já ao sair do aeroporto, na estrada ladeada de fileiras de bambus, que se entrelaçam por cima e parecem formar uma guarda de honra. Percorrer depois a orla, onde encontra-se a nova sede do novo Consulado Geral da Espanha, nos devolve à época gloriosa da União Ibérica, quando éramos um único país com Portugal e Brasil. O Forte de Santa Maria tem uma placa que nos recorda a façanha histórica do espanhol Fadrique de Toledo, o Capitão Geral da Armada do Mar Oceano, que em março de 1625, expulsou definitivamente os holandeses da Bahia liderando a maior frota que jamais havia cruzado o Atlântico: 56 navios e 12.566 homens (cifras da História da Marinha espanhola).

Segundo grandes historiadores brasileiros, como Verísimo Serrão, trata-se de “uma das páginas mais belas da História do Brasil”, com ela que brotou o sentimento nacional brasileiro. O bonito para os espanhóis é que uniram-se conosco os portugueses para expulsar ao primeiro que consideravam estrangeiro: os holandeses. Pode-se dizer que se não fosse por Fadrique de Toledo,

Puede decirse que si no fuera por Fadrique de Toledo, la famosa canción "Garota de Ipanema" se cantaría en holandés.

España recuperó la entonces capital de Brasil, una de las primeras ciudades globalizadas de la Historia, que era el punto más cercano de América para la navegación a vela desde África y facilitaba el comercio con Asia. El gran cuadro de Juan Bautista Maíno recuerda la gesta de Fadrique de Toledo en el Museo del Prado, por orden del Conde Duque de Olivares, que quiso que los españoles del futuro recordaran siempre el nombre de Bahía.

Y así es. Bahía sigue siendo una referencia para España. Un lugar para el recuerdo y el homenaje. El pasado mes de octubre de 2016 el Buque Escuela de la Armada Española Juan Sebastián de Elcano hizo una escala en Salvador de Bahía y realizó un emotivo homenaje militar, con descarga de fusilería, frente a la placa de Fadrique de Toledo en el fuerte de Santa María. Los guardiamarinas desfilaron después por el paseo marítimo, desde el fuerte de Santa María hasta la nueva sede del Consulado General de España, pasando delante del histórico faro de Barra, el más antiguo de América. Fue la primera vez que un ejército extranjero desfilaba en Salvador de Bahía desde 1902.

Debe subrayarse esta huella de España en el Nordeste y

en la Historia de Brasil. El Brasil de hoy es el resultado de la unión en 1763 de dos unidades administrativas independientes: el Brasil del Norte, llamado Estado del Maranhão, creado con autonomía administrativa en 1621 por Felipe IV de España y con sede en San Luis, y el Brasil del Sur, llamado Estado de Brasil, con sede en Salvador de Bahía.

Por tanto, Bahía nunca ha sido ajena a España sino todo lo contrario. Hoy día, después de las oleadas de emigrantes gallegos que se iniciaron a finales del siglo XIX, Bahía sigue atrayendo a los españoles, por su atractivo turístico y su potencial económico. No en vano, Air Europa enlaza directamente Madrid con Salvador de Bahía desde hace más de trece años. Y la sede de Air Europa para Brasil está en Salvador de Bahía, pues entre la ida y la vuelta se ahorran cinco horas de avión. Son motivos que, entre otros, tienen en cuenta los turistas españoles que disfrutan de los hoteles Iberostar y Grand Palladium en las paradisíacas playas de Praia do Forte, a menos de una hora del aeropuerto de Salvador. Si Bahía fue una generosa tierra de acogida de emigrantes españoles, hoy es también una atractiva región turística para todo el mundo.

Pero no todo es playa en Bahía. La Chapada Diamantina es de obligada mención. Se trata de uno de los parques nacionales más bonitos, grandes y famosos del mundo por

a famosa canção "Garota de Ipanema", seria cantada em holandês.

A Espanha recuperou a então capital do Brasil, uma das primeiras cidades globalizadas da História, que era o ponto mais próximo da América para a navegação à vela da África e facilitava o comércio com a Ásia. O grande quadro de Juan Bautista Maíno lembra o feito de Fadrique de Toledo no Museu do Prado, por ordem do Conde Duque de Olivares, quis que os espanhóis do futuro recordassem sempre o nome da Bahia.

E assim foi. A Bahia continua sendo uma referência para a Espanha. Um lugar para a lembrança e homenagem. No passado mês de outubro de 2016, o Navio Escola da Armada Espanhola Juan Sebastián de Elcano, fez uma escala em Salvador e realizou uma emocionante homenagem militar, com descargas de fuzilaria, frente à placa de Fadrique de Toledo no Forte de Santa Maria. Os guardamarinhas desfilaram depois pelo passeio marítimo, do Forte de Santa Maria até a nova sede do Consulado Geral da Espanha, passando diante do histórico Farol da Barra, o mais antigo da América. Foi a primeira vez que um exército estrangeiro desfilou em Salvador desde 1902.

Deve destacar-se esta marca da Espanha no Nordeste e na História do Brasil. O Brasil de hoje é o resultado da união de 1763 de duas unidades administrativas independentes: o Brasil do Norte, chamado Estado do Maranhão, criado com autonomia administrativa, em 1621, por Felipe IV da Espanha, e com sede em São Luís, e o Brasil do Sul, chamado Estado do Brasil com sede em Salvador.

Portanto, a Bahia nunca foi alheia à Espanha, senão ao contrário. Hoje em dia, depois das ondas de imigrantes galegos que iniciaram no final do século XIX, a Bahia continua atraindo os espanhóis por seu atrativo turístico e potencial econômico. Não é em vão, que a Air Europa enlaza diretamente Madrid com Salvador há mais de treze anos. E a sede da Air Europa no Brasil está em Salvador, pois entre a ida e a volta economiza-se cinco horas de avião. São motivos que, entre outros, têm em conta os turistas espanhóis que desfrutam dos hotéis Iberostar e Grand Palladium entre as paradisíacas praias da Praia do Forte, a menos de uma hora do aeroporto de Salvador. Se a Bahia foi generosa terra de acolhida de imigrantes espanhóis, hoje é também uma atrativa região turística para todo o mundo.

Mas, nem tudo é praia na Bahia. A Chapada Diamantina é de obrigada menção. Trata-se de um dos parques naturais

sus espectaculares cascadas, grutas, paisajes, ríos y senderos. Un destino turístico mundial de los amantes del montañismo y de la naturaleza.

El potencial económico también es de grandes proporciones, como el territorio. Y no me refiero solo al cacao o al café, que son de los mejores del mundo. Por mencionar un ejemplo más industrial, la multinacional española de energía eólica Gamesa lleva años apostando por el Nordeste de Brasil como mercado de crecimiento, siguiendo el principio “pensando en global y ejecutando en local”. Gamesa inauguró la primera fábrica de generadores eólicos del Estado de Bahía, en el polo petroquímico de Camaçari.

Por último, no nos podemos olvidar de la cultura de Salvador de Bahía, una ciudad también llamada “Capital de la Alegría” por los grandes festejos populares y “Roma Negra” por tener el mayor porcentaje de población afro-descendiente (80%) fuera de África. En Salvador de Bahía, África y Europa se fusionan formando un caleidoscopio de fantasía. Se dice que hay 365 iglesias, una para cada pecado del año, que conviven con los más de 2.000 “terreiros” de la religión del “candomblé”. La gastronomía de Bahía también es famosa por su rico aporte africano.

Bahia también es la tierra del escritor Jorge Amado, cuya obra ha sido llevada al cine, al teatro y a la televisión. Sus novelas “Capitanes de arena”, “Gabriela, clavo y canela” o “Tienda de los milagros” permiten conocer mejor Bahía e imaginarse paseando por las calles del colorido centro histórico Pelourinho, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1985. Una lectura obligatoria desde que despegue el avión en Madrid y el lector inicia la extraordinaria experiencia de conocer el Nordeste de Brasil al ritmo de la música de los bahianos Caetano Veloso, su hermana María Bethânia, Gal Costa o Gilberto Gil y, más recientemente, Carlinhos Brown o los fantásticos percussionistas del grupo Olodum, que Michael Jackson supo aprovechar para uno de sus videoclips.

Refiriéndose al descubridor de Brasil, el escritor brasileño Stanislaw Ponte Preta explicó: “Pedro Álvares Cabral, rapaz que estava fungido da calma, encontrou a confusão, isto é, encontrou o Brasil”. Confusión: como la espectacular impresión que causa el carnaval de Salvador de Bahía, una de las fiestas de calle más populares y multitudinarias que uno puede conocer en su vida.

La confusión positiva de lo mágico. Salvador de Bahía, la primera capital de Brasil, África latina, es el mejor ejemplo. Porque es donde todo empezó.

Fin.

mais bonitos, grandes e famosos do mundo por suas espetaculares cascatas, grutas, paisagens, rios e caminhos. Um destino turístico mundial dos amantes do montanhismo e da natureza.

O potencial econômico também é de grandes proporções, como o território. E não me refiro só ao cacau e ao café, que são os melhores do mundo. Para mencionar um exemplo mais industrial, a multinacional espanhola de energia eólica Gamesa está há anos apostando pelo Nordeste do Brasil como mercado de crescimento, seguindo o princípio “pensando global e executando local”. Gamesa inaugurou a primeira fábrica de geradores eólicos do Estado da Bahia, no polo petroquímico de Camaçari.

Por último, não podemos esquecer da cultura de Salvador, uma cidade também chamada de “Capital da Alegria” pelos grandes festejos populares e “Roma Negra”, por ter a maior porcentagem de população afro-descendente (80%) fora da África. Em Salvador, a África e a Europa fusionam-se formando um caleidoscópio de fantasia. Dizem que há 365 igrejas, uma para cada pecado do ano, que convivem com os mais de 2.000 terreiros de candomblé. A gastronomia da Bahia também é famosa pela rica contribuição africana.

A Bahia é a terra do escritor Jorge Amado, cuja obra foi levada ao cinema, ao teatro e à televisão. Seus romances “Capitães de areia”, “Gabriela, cravo e canela” ou “Tenda dos milagres” permitem conhecer melhor a Bahia e imaginar-se passeando pelas ruas do centro histórico do Pelourinho declarado Patrimônio da Humanidade pela UNESCO, em 1985. Uma leitura obrigatória já na decolagem do avião em Madri e o leitor inicia a extraordinária experiência de conhecer o Nordeste do Brasil ao ritmo da música dos baianos Caetano Veloso, sua irmã, Maria Bethânia, Gal Costa ou Gilberto Gil e, mais recentemente, Carlinhos Brown e os fantásticos percussionistas do grupo Olodum, que Michael Jackson soube aproveitar para um dos seus videoclipes.

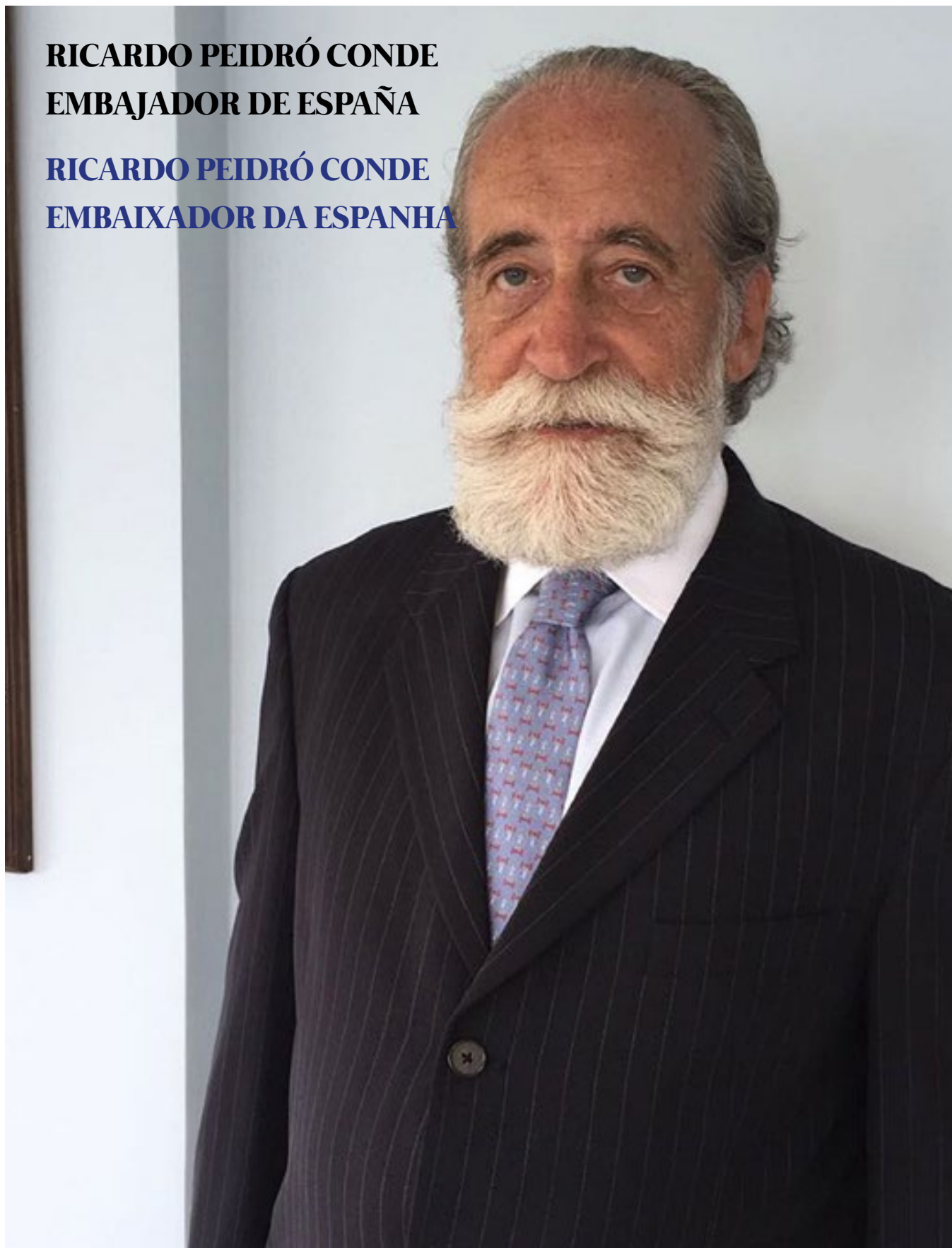
Referindo-se ao descobridor do Brasil, o escritor brasileiro Stanislaw Ponte Preta explicou: “Pedro Álvares Cabral, rapaz que estava fugindo da calma, encontrou a confusão, isto é, encontrou o Brasil”. Confusão: como a espetacular impressão que causa o carnaval de Salvador, uma das festas de rua mais populares e multitudinárias que uma pessoa pode conhecer em sua vida.

A confusão positiva do mágico. Salvador, a primeira capital do Brasil, África latina, é o melhor exemplo. Porque é onde tudo começou.

Fin.

RICARDO PEIDRÓ CONDE
EMBAJADOR DE ESPAÑA

RICARDO PEIDRÓ CONDE
EMBAIXADOR DA ESPANHA



Es con placer que accedo a la petición del joven emprendedor hispano-brasileño Antonio Peres Junior, cuya revista ha de contribuir sin duda a estrechar aún más las relaciones de todo orden- especialmente económicas- entre nuestros dos países. En dos ocasiones ese ha sido justamente mi cometido diario: Cónsul General de España en el norte y nordeste, con sede en Salvador; Embajador de España en Brasil, de 2005 a 2009.

Muchos son los lazos que nos unen, Historia, sangre, pertenencia a una comunidad transatlántica. Como Cónsul durante la transición democrática brasileña, comprobé hasta qué punto la simultánea transición española era tenida en cuenta por los actores. Como Embajador, la plenitud del momento hizo de mi país referente en tres ámbitos cuanto menos. Primero la referida transición, pues los principales periódicos del país hacían referencias a temas como los "Pactos de la Moncloa".

En lo económico, la condición de segundo inversor neto de España era prueba de la confianza en el entramado jurídico-constitucional de Brasil. Una anécdota tal vez ilustre más que cualquier análisis. Cuando el banquero Emilio Botín dio el visto bueno a la inversión, previo al acceso del Candidato Lula a la Presidencia, respondió a los objetores: "Lula es sindicalista. Y por tanto no quiere destruir el sistema" Finalmente, en lo social, medidas como el matrimonio y adopción por homosexuales tuvieron el lógico impacto. Ciñámonos a los aspectos económicos. Recuerdo que en mi época de Cónsul la primera exportación bahiana era el tabaco. Hoy serían los automóviles. En el período de fin de siglo, destinado en Nueva Inglaterra, di algunas conferencias, sobretodo en el área de Boston. Al preguntar a los universitarios, hablando de Iberoamérica, cual creían que era la principal exportación brasileña a los Estados Unidos, respondían, " café ". La sorpresa era grande cuando aprendían que era " aviones". Casi una década después nuestro dos países enfrentan sendas crisis, que, globales en su génesis tienen acentos propios. Nuestros marcos de referencia, Mercosur y Unión Europea respectivamente deben servir de catalizadores de las relaciones, no de trabas. Fui testigo de la ilusión e ímpetu generados por el primer acuerdo entre los dos bloques, en 1995, siendo Embajador en Uruguay. Es triste comprobar que las conversaciones siguen sin fructificar tantos años después. Nuestra hermandad sobrepasa lo económico, y requiere imaginación y valentía. Tales fueron los componentes de la impresionante reconquista de Salvador, ciudad desde la que escribo, cantada por Lope de Vega (El Brasil restituido) y pintado por Mayno, en el Prado. Durante muchas décadas Brasil acogió generosamente a muchos hijos de España, cuyos descendientes (como mi anfitrión) contribuyeron con su esfuerzo y trabajo honesto a hacer el Brasil actual.

Celebro, pues, el prometedor lanzamiento de esta revista, con el convencimiento de que la llegada de los frutos que auspicia sobrepasará la promesa que augura.

É com prazer que aceito o pedido do jovem empreendedor hispano-brasileiro Antonio Peres Junior, cuja entrevista há de contribuir, sem dúvida, a estreitar ainda mais as relações de todo tipo, especialmente econômicas, entre nossos países. Em duas ocasiões, essa foi justamente a minha tarefa diária: Cónsul Geral da Espanha no norte e nordeste, com sede em Salvador; Embaixador da Espanha no Brasil de 2005 a 2009.

Muitos são os laços que nos unem: história, sangue, pertencer a uma comunidade transatlântica. Como Cónsul durante a transição democrática brasileira, comprovei até que ponto a simultânea transição espanhola era levada em conta pelos agentes. Como Embaixador, a plenitude do momento fez do meu país referencia em três âmbitos ao menos. Primeiro, a referida transição, pois os principais jornais do país fizeram referências a assuntos como os "Pactos da Moncloa".

No econômico, a condição de segundo investidor líquido da Espanha era prova da confiança do entrelaçado jurídico-constitucional do Brasil. Uma anedota, talvez ilustre, mais que qualquer análise. Quando o banqueiro Emílio Botín aprovou o investimento, prévio acesso do candidato Lula à presidência, respondeu aos objetores: "Lula é sindicalista. E, portanto, não quer destruir o sistema". Finalmente, no social, medidas como o casamento e adoção por homossexuais tiveram um lógico impacto. Vamos nos ater aos aspectos econômicos. Lembro que na minha época de Cónsul, a primeira exportação baiana foi o cigarro. Hoje, seriam os automóveis.

No período de fim de século, destinado em Nova Inglaterra, dei algumas conferências, sobretodo na região de Boston. Ao perguntar aos universitários, falando de Ibero- américa, qual acreditavam que era a principal exportação brasileira aos Estados Unidos, respondiam: "café". A surpresa era grande quando aprendiam que eram avioes. Quase uma década depois, nossos países enfrentam sendas de crises, que, globais em sua gênese, têm sotaques próprios. Nossos pontos de referência, Mercosul e a União Europeia, respectivamente, devem servir de catalizadores das relações, não de travas. Fui testemunha da esperança e ímpetu gerados pelo primeiro acordo entre os dois blocos em 1995, sendo Embaixador no Uruguai. É triste comprovar que as negociações continuam sem fructificar tantos anos depois. Nossa irmandade ultrapassa o econômico, requer imaginação e coragem. Tais foram os componentes da impressionante reconquista de Salvador, cidade da qual escrevo, cantada por Lope de Vega ("O Brasil restituido") e pintado por Mayno, no Prado. Durante muitas décadas, o Brasil acolheu generosamente muitos filhos da Espanha, cujos descendentes (como meu anfitrião) contribuíram com seu esforço e trabalho honesto para fazer o Brasil atual.

Celebro, pois, o promissor lançamento dessa revista, com a convicção de que a chegada dos frutos que patrocina, ultrapassará a promessa que augura.

DERECHO INTERNACIONAL

Angel Vazquez - Abogado en Brasil y España, inscripto en el Ilustre Colegio de Abogados de Madrid. Mestre en derecho Español por la Universidad de Valladolid. Abogado socio de la Vazquez Belisário Abogados.

Angel Vazquez - Advogado com possibilidade de atuar no Brasil e na Espanha, inscrito no Ilustre Colégio de Advogados de Madri. Mestre em direito Espanhol pela Universidad de Valladolid. Advogado sócio da Vazquez Belisário Abogados.



El Golden Visa finalmente obtiene éxito en España

O “Golden Visa” finalmente tem sucesso na Espanha

En 2013, España venía sufriendo una grave crisis económica con importantes consecuencias sociales. Entre 2008 y 2012, por ejemplo, se han destruido aproximadamente dos millones de empresas en España, culminando en una tasa de desempleo aproximada de 25%, que afectaba a 50% de la población con edad hasta 35 años.

A lo anterior se sumaba la grave crisis inmobiliaria, con un stock de 563.908 viviendas nuevas, cuyo mayor porcentaje se encontraba en Barcelona (8,25%), Alicante (8,05%), Madrid (7,74%) y Valencia (4,97%).

Delante de este panorama, con el objetivo de fomentar el emprendimiento, principalmente entre los jóvenes, atraer inversores extranjeros y reducir el enorme inventario de viviendas en España tras el estallido de la burbuja inmobiliaria, el gobierno español aprobó la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, la famosa Ley de Emprendedores.

Además de fomentar la educación para el emprendimiento, incluyendo asignaturas obligatorias

Em 2013, a Espanha sofreu uma grave crise econômica com importantes consequências sociais. Entre 2008 e 2012, construíram-se, aproximadamente, dois milhões de empresas na Espanha, culminando em uma taxa de desemprego aproximada de 25%, que afetava a 50% da população com idade até 35 anos.

Ao anterior, somava-se à grave crise imobiliária com um estoque de 563.908 moradias novas, cuja maior porcentagem encontrava-se em Barcelona (8,25%), Alicante (8,05%), Madrid (7,74%) e Valência (4,97%).

Diante deste panorama, com o objetivo de fomentar o empreendedorismo, principalmente entre os jovens, atrair investidores estrangeiros e reduzir o enorme inventário de imóveis na Espanha depois do estouro da bolha imobiliária, o governo espanhol aprovou a Lei 14/2013, de 27 de setembro, a famosa “Lei de Emprendedores”.

Além de fomentar a educação para o empreendedorismo, incluindo disciplinas obrigatórias nos planos de curso do ensino primário,

torias en los planes de curso de las enseñanzas primaria, secundaria y universitaria, con la finalidad de acercar los jóvenes al “espíritu emprendedor”, la legislación permitió la concesión de visados exprés (“Golden Visa”) a emprendedores e inversores extranjeros que realicen una inversión de al menos: quinientos mil euros en inmuebles; un millón en acciones o participaciones sociales de sociedades de capitales españolas o tener depósitos bancarios con este valor; o, finalmente, adquirir dos millones de euros en títulos de la deuda pública española.

El visado de oro se considera exprés por la desburocratización de su procedimiento y por su tramitación preferente, una vez que los consulados españoles tienen un plazo máximo de diez días hábiles para resolver y notificar el solicitante, mientras que la Unidad de Grandes Empresas posee 20 días, bajo pena de que la solicitud se resuelva favorablemente por silencio administrativo positivo.

Cuanto a los demás requisitos, se pueden resumir en carecer de antecedentes penales en España y en los países donde el solicitante haya residido en los últimos cinco años, y no encontrarse irregularmente en territorio español. Vale dejar constancia de que los titulares de una autorización de residencia como inversores podrán realizar actividades económicas en España, tanto por cuenta ajena como por cuenta propia.

En que pese la buena intención del legislador de la Ley de Emprendedores publicada en 2013, el resultado hasta finales de 2014 no cumplió con las expectativas del gobierno, así que se introdujeron diversas mejoras en la tramitación de los visados por medio de la Ley 25/2015, de Mecanismos de Segunda Oportunidad.

De las principales modificaciones procedimentales introducidas por la Ley 25/2015, vale destacar especialmente la posibilidad del inversor extranjero reagrupar su pareja afectiva y sus hijos mayores de 18 años dependientes económicamente, bien como la facultad de realizar todo el procedimiento del visado directamente en España, desde que el inversor no se encuentre en situación irregular en territorio español, sin necesidad de retornar a su país de origen para solicitar un visado.

Las mejoras introducidas por la Ley 25/2015 resultaron en un incontestable éxito, que se puso de manifiesto con los números de visados expedidos para inversores en inmuebles (que abarcan un 93,9% del total de visados de oro), teniendo en vista que en el año de 2016 se movilizaron un total de 1.708 millones de euros, constituyendo un aumento de 62,8% con relación al cierre de 2015. Este incremento se ha atribuido principalmente a los inversores chinos que prácticamente duplicaron el número de inmuebles adquiridos con valores superiores a 500.000 euros en el año de 2016.

secundário e universitário, com a finalidade de aproximar os jovens ao “Espírito empreendedor”, a legislação possibilitou a concessão de vistos “express” (“Golden Visa”) a empreendedores e investidores estrangeiros que realizem um investimento de ao menos: quinhentos mil euros em imóveis; um milhão em ações ou participações sociais de sociedades de capitais espanhóis ou ter depósitos bancários com este valor; ou, finalmente, adquirir dois milhões de euros em títulos da dívida pública espanhola.

O visto de ouro considera-se “express” pela desburocratização de seu procedimento e por sua tramitação preferencial, uma vez que os consulados espanhóis têm um prazo máximo de dez dias úteis para resolver e notificar ao solicitante, enquanto que a “Unidade de Grandes Empresas” possui vinte dias, sob pena de que a solicitação resolva-se favoravelmente por silêncio administrativo positivo.

Quanto aos demais requisitos, podem-se resumir em carecer de antecedentes penais na Espanha e nos países onde o solicitante haja residido nos últimos cinco anos, e não encontrar-se irregularmente em território espanhol. Vale constar de que os titulares de uma autorização de residência tal como investidores poderão realizar atividades econômicas na Espanha, tanto por conta alheia como por conta própria.

No que tange à boa intenção do legislador da Lei de Emprendedores publicada em 2013, o resultado até o final de 2014 não cumpriu com as expectativas do governo, assim que introduziram-se diversas melhorias para a tramitação dos vistos por meio da Lei 25/2015, de Mecanismos de Segunda Oportunidade.

Das principais modificações procedimentais introduzidas pela Lei 25/2015, vale destacar especialmente a possibilidade do investidor estrangeiro reagrupar seu cônjuge e seus filhos maiores de 18 anos dependentes economicamente, bem como a facultade de realizar todo o procedimento do visto diretamente na Espanha, desde que o investidor não se encontre em situação irregular em território espanhol, sem necessidade de retornar ao país de origem para solicitar o visto.

As melhorias introduzidas pela Lei 25/2015 obtiveram um incontestável sucesso, manifestado com os números de vistos expedidos para investimentos em imóveis (que abarcam 93,9% do total de vistos de ouro), constituindo um aumento de 62,8% com relação ao encerramento de 2015. Este incremento atribuiu-se, principalmente, aos investidores chineses que praticamente duplicaram o número de imóveis adquiridos com valores superiores a 500.000 euros no ano de 2016.

Com o aumento dos últimos meses, a China superou por pouco a Rússia no ranking de maiores investidores em

Con el aumento de los últimos meses China ha superado por poco a Rusia en el ranking de mayores inversores en inmuebles, siendo seguidos de lejos por Ucrania, Venezuela, Egipto, Libia y Estados Unidos. Un dato interesante es que Venezuela es el único país cuyo precio medio de las viviendas adquiridas superan el millón de euros.

En cuanto a las provincias preferidas de los inversores, es notoria la preferencia por adquirir viviendas situadas en la costa, especialmente en Barcelona, que lidera el ranking del volumen de inversiones (un 41,2% del total), seguida de Málaga (17,7%), Madrid (única provincia en-

“Vale dejar constancia de que los titulares de una autorización de residencia como inversores podrán realizar actividades económicas en España, tanto por cuenta ajena como por cuenta propia.”

tre las primeras que no es costera, con 15,4%), Alicante (6,1%), Gerona (5,0%) y Valencia (3,4%).

Las mejoras introducidas por la Ley de Mecanismos de Segunda Oportunidad ha tornado la sección de movilidad internacional de la Ley de Emprendedores mucho más eficaz, acercándola de sus objetivos iniciales, principalmente con respecto a la reducción del stock de viviendas. En este sentido, vale subrayar que las provincias con mayor número de inmuebles nuevos disponibles están entre las seis más buscadas por los inversores del Golden Visa, es decir, Barcelona, Alicante, Madrid y Valencia.

Con la flexibilización de los procedimientos de visados de oro, el gobierno español está, finalmente, logrando atraer un importante volumen de inversiones que podrán ser determinantes para la recuperación de su mercado inmobiliario.

Por otro lado, no resta duda de que la ley de emprendedores sería aún más eficaz y atraería muchos más emprendedores e inversores extranjeros si hubiese una desburocratización de los procedimientos de aperturas de empresas y obtención de licencias en España, que ocupa apenas la trigésima segunda posición en la clasificación “doing business”, del Banco Mundial.

“O visto de ouro considera-se “express” pela desburocratização de seu procedimento e por sua tramitação preferencial, uma vez que os consulados espanhóis têm um prazo máximo de dez dias úteis para resolver e notificar ao solicitante[...].”

imóveis, sendo seguidos de longe pela Ucrânia, Venezuela, Egipto, Libia e Estados Unidos. Um dado interessante é que a Venezuela é o único país cujo preço médio das moradias adquiridas ultrapassam um milhão de euros.

Enquanto às províncias preferidas dos investidores, é notória a preferência em adquirir moradias situadas na costa, especialmente Barcelona, que lidera o ranking de volume de investimentos (um 41,2% do total), seguida de Málaga (17,7%), Madri (única província entre as primeiras que não é costeira, com 15%4), Alicante (6,1%), Girona (5,0%) e Valência (3,4%).

Com a flexibilização dos procedimentos de vistos de ouro, o governo espanhol está, finalmente, conseguindo atrair um importante volume de investimentos que poderão ser determinantes para a recuperação do mercado imobiliário.

Por outro lado, não resta dúvida de que a lei de empreendedores seria ainda mais eficaz e atrairia muito mais empreendedores e investidores estrangeiros se tivesse uma desburocratização dos procedimentos de aberturas de empresas e obtenção de licenças na Espanha, que ocupa apenas a trigésima segunda posição na classificação “doing business”, do Banco Mundial.

“Vale constar de que os titulares de uma autorização de residência tal como investidores poderão realizar atividades econômicas na Espanha, tanto por conta alheia como por conta própria.”

Brasil, la meca de los inversores

En vísperas de salir del agujero donde se encuentra, después de dos inéditos años de caída continuada del PIB, el actual momento brasileño es el mejor de su historia para atraer inversores de dentro y de fuera del país. Los datos objetivos hablan por sí solos.

Con una población poco superior a doscientos millones de habitantes, las estridentes desigualdades sociales y económicas en Brasil son, a la vez, su mayor flagelo y la plataforma de su crecimiento sostenible a las tasas elevadas a lo largo de las próximas décadas, gracias, no solo a su gran mercado interno en permanente expansión, sino que también a su potencial exportador en razón de la alta competitividad de su desarrollado agronegocio y de sus abundantes materias primas de buena calidad que el mundo industrial tanto necesita. En gran medida, las expectativas de expansión sostenible de la economía brasileña reposan en la generalizada comprensión de que la universalización del acceso a una educación de alta ca-

lidad es el camino más corto para reducir desigualdades, mediante una consistente distribución de renta, gracias al ascenso del estándar educacional de las capas más pobres de la población. En la sociedad del conocimiento en que estamos ineludiblemente inmersos, la educación es el camino más corto entre la pobreza y la prosperidad, el retraso y el desarrollo. Con lamentable retraso, aunque oportunamente, Brasil despierta para recuperar el tiempo perdido a partir del abandono de la visión de educación como privilegio de las clases dominantes.

Los graves equívocos practicados en los últimos años por gobiernos populistas, de corte bolivariano, están siendo corregidos, con determinación, por el actual gobierno que ha tomado con mano firme la valiente e imprescindible tarea de hacer lo que debe ser hecho para restaurar las condiciones objetivas del desarrollo nacional y recobrar la confianza de los inversores. Reformas en la enseñanza, de la seguridad social, de las obsoletas leyes

Brasil, Meca dos investidores

Às vésperas de sair do fundo do poço onde se encontra, depois de dois inéditos anos de queda seguida do PIB, o atual momento brasileiro é o melhor de sua história para atrair investidores de dentro e de fora do País. Os dados objetivos falam por si mesmos.

Com uma população pouco superior a duzentos milhões de habitantes, as gritantes desigualdades sociais e econômicas do Brasil são, a um só tempo, seu maior flagelo e a plataforma de seu crescimento sustentável às taxas elevadas, ao longo das próximas décadas, graças, não só ao seu grande mercado interno em permanente expansão, como também ao seu potencial exportador, em razão da alta competitividade do seu desenvolvido agro-negócio e de suas abundantes matérias primas de boa qualidade de que o mundo industrial tanto necessita. Em grande medida, as expectativas de expansão sustentável da economia brasileira repousam na generalizada compreensão de que a universalização do acesso a uma educação de alta

qualidade é o caminho mais curto para reduzir desigualdades, mediante uma consistente distribuição de renda, graças à elevação do padrão educacional das camadas mais pobres da população. Na sociedade do conhecimento em que estamos inapelavelmente imersos, a educação é o caminho mais curto entre a pobreza e a prosperidade, o atraso e o desenvolvimento. Com lamentável atraso, ainda que tempestivamente, o Brasil acorda para recuperar o tempo perdido a partir do abandono da visão da educação como privilégio das classes dominantes.

Os graves erros praticados nos últimos anos por governos populistas, de corte bolivariano, estão sendo corrigidos, com determinação, pelo atual governo que tem tomado com mão firme a corajosa e imprescindível tarefa de fazer o que deve ser feito para restaurar as condições objetivas do desenvolvimento nacional e recobrar a confiança dos investidores. Reformas do ensino, da previdência social, das obsoletas leis trabalhistas, eleitoral e fiscal em cur-

Joaci Góes - Miembro efectivo de la Academia de Letras y Artes de Salvador, Fundador y Presidente del grupo GÓES-COHABITA. Diputado Constituyente y relator del Código de Defensa del Consumidor brasileño

Joaci Góes - Membro efetivo da Academia de Letras e Artes de Salvador, Fundador e Presidente do grupo GÓES-COHABITA e Deputado Constituinte e relator do Código de Defesa do Consumidor brasileiro



laborales, electorales y fiscales en curso acelerado de aprobación, al lado de la moralmente sanadora Operação Lava-Jato, devuelven al país el curso de una trayectoria ascendente compatible con el gran potencial de sus reconocidas posibilidades. Por otro lado, la creciente mejoría de la infraestructura física y social constituye en sí misma una atracción de peso. En ese campo, son enormes las posibilidades que se abren para inversores de variados portes, destinados a alcanzar centenas de millones de dólares, necesarios para atender el ambicioso programa de privatización en curso, cubriendo algunas de las áreas más dinámicas de la economía moderna, como autopistas, redes ferroviarias, puertos, aeropuertos, sector energético, petrolífero y mineral de variado matiz. La fase tecnológica que ha contribuido para hacer de España una de las naciones de mejor calidad de vida del mundo tiene mucho que contribuir para el desarro-

llo brasileño, al tiempo que gana resultados largamente compensadores.

Los datos objetivos de la economía brasileña, en cada uno de sus vastos dominios, están disponibles en Internet, con acceso digital fácil e instantáneo.

España es un país con el cual Brasil mantiene antiguas y fructuosas relaciones, gracias a las características inter-complementarias de sus dos economías. La semejanza lingüística ha sido, desde siempre, un poderoso factor de aproximación entre los dos pueblos, haciendo que uno sea la ampliación del territorio afectivo del otro.

Brasil y España, España y Brasil, juntos, en colaboración sinérgica, pueden marcar la aurora de este tercer milenio.

so acelerado de aprovação, ao lado da moralmente saneadora Operação Lava-Jato, devolvem ao País o curso de uma trajetória ascendente compatível com o grande potencial de suas reconhecidas possibilidades. Por outro lado, a crescente melhoria da infra-estrutura física e social constitui em si mesma uma atração de peso. Nesse campo, são enormes as possibilidades que se abrem para investimentos de variados portes, destinados a alcançar centenas de bilhões de dólares, necessários para atender ao ambicioso programa de privatização em curso, cobrindo algumas das áreas mais dinâmicas da economia moderna, como rodovias, ferrovias, portos, aeroportos, setor energético, petrolífero e mineral de variado matiz. O estágio tecnológico que tem contribuído para fazer da Espanha uma das nações de melhor qualidade de vida no mundo tem muito a contribuir para o desenvolvimento brasileiro, ao tempo em que auferem resultados largamente compensadores.

Os dados objetivos da economia brasileira, em cada um dos seus vastos domínios, estão disponibilizados na Internet, com acesso digital fácil e instantâneo.

A Espanha é um país com o qual o Brasil mantém antigas e frutuosas relações, graças às características inter-complementares das duas economias. A semelhança lingüística tem sido, desde sempre, um poderoso fator de aproximação entre os dois povos, fazendo com que um seja a ampliação do território afetivo do outro.

Brasil e Espanha, Espanha e Brasil, juntos, em colaboração sinérgica, podem marcar a aurora deste terceiro milênio.



Antonio Estévez Muñoz
Director General de Inverbras
Experto en Brasil Business.

Antonio Estévez Muñoz
Diretor Geral da Inverbras
Especialista em Brasil Business.

Tanta monta, monta tanto.

“Tanto monta, monta tanto.”

Si el lanzamiento de cualquier iniciativa cultural, como es el caso de este recién nacido proyecto editorial, será siempre una buena noticia para todos aquellos que pensamos que el anhelo cultural es una característica inherente al ser humano, en este caso, mi relación personal con los promotores y directores de dicha iniciativa, aumenta el júbilo y la ilusión que acompañan estas primeras palabras, de la que espero sea una larga y placentera colaboración fraternal.

Son ya muchos los años de mi vida orbitando entorno a la relación bilateral España-Brasil o Brasil-España. Que tanto monta, monta tanto. Y traigo aquí a cuento la católica cita ya que fue precisamente un mal cálculo geográfico de nuestros reverenciados Reyes Católicos lo que impidió que la historia de ambos países no haya sido, aun si cabe, más próxima y profunda. Pero nada habría de impedir que aquel ya lejano 7 de junio de 1494, en ese bello pueblo de la provincia de Valladolid llamado Tordesillas se firmara el tratado que, llevando su nombre, dejara las hermosas tierras de este país que hoy todos conocemos como Brasil al otro lado de la imaginaria línea divisoria.

Tampoco podemos ignorar el hecho de que españoles y portugueses combatíamos contra las tropas napoleónicas cuando aquel gobierno luso de 1807 optaba por desplazar a la familia real portuguesa al abrigo de la gran colonia atlántica alejándola de esta manera de las vitrinas de un Bonaparte aficionado al coleccionismo de familias regias entre cuyos ejemplares predilectos se encontraba nuestro malparado Carlos IV.

Aquello habría de propiciar que el príncipe niño Pedro creciera rodeado de “mata atlántica” en unas tierras que acabó concibiendo como una nación libre y soberana que bien habrían de valer un “¡Independencia o muerte!”

Se o lançamento de qualquer iniciativa cultural, como é o caso desse recém-nascido projeto editorial, será sempre uma boa notícia para todos os que pensam que a necessidade cultural é uma característica inerente ao ser humano, neste caso, minha relação pessoal com os promotores e diretores dessa iniciativa, aumenta o júbilo e o sonho que acompanham estas primeiras palavras, que espero, seja uma longa e prazenteira colaboração fraternal.

São já muitos anos de minha vida orbitando ao redor da relação bilateral Espanha- Brasil ou Brasil- Espanha. Que “tanto monta, monta tanto” (“A ordem dos fatores não altera o produto”). E trago aqui uma história, a católica citação, já que foi precisamente um mau cálculo geográfico de nossos reverenciados Reis Católicos, que impediu que a história de ambos países não fosse, ainda se possível, mais próxima e profunda. Mas nada haveria de impedir que aquele já longínquo 7 de junho de 1494, nesse belo povoado da província de Valladolid chamado “Tordesillas”, fosse assinado o tratado que, levando seu nome, deixaria as belas terras deste país que hoje todos conhecemos como Brasil ao outro lado da imaginária linha divisória.

Tampouco podemos ignorar o fato dos espanhóis e portugueses, que combatiam contra as tropas napoleônicas, quando aquele governo luso de 1807 optou por deslocar a família real portuguesa ao abrigo da grande colônia atlântica afastando-se desta maneira, das vistas de um Bonaparte viciado em coleccionar famílias reais, entre cujos exemplares prediletos encontrava-se nosso desventurado Carlos IV.

Aquilo haveria de propiciar que o príncipe menino Pedro crescesse rodeado de “mata atlântica” em umas terras que acabaram concebendo como uma nação livre e soberana que bem havia de valer um “Independência ou morte!”

Hoy, más que nunca, nuestros países siguen íntimamente unidos y caminan hacia un futuro de relaciones a todos los niveles cada vez más fuertes, sinceras y profundas.

España es, hoy por hoy, junto con EEUU y Bélgica uno de los países que más firmemente apuesta por el desarrollo brasileño a través de un elevado nivel de inversiones que no ha cesado a pesar de la crisis.

Ignorando, eso sí, que como se titulaba aquella película protagonizada por Barden, estamos hablando de un **"No country for old men"** que ocupa el puesto 120 en la lista **"doing business"** del Banco Mundial.

Pero es que, como les recuerdo a mis hijas todos los días, lo que no cuesta no tiene valor. Y riesgo y oportunidad son dos conceptos que nos llegan siempre de la misma mano. Brasil, para muchos españoles representa la oportunidad de unos interesantes mercados alejados de la saturación. Y España, para muchos brasileños, un aliado fiel con el que seguir avanzando por el camino del progreso hacia la tan anhelada prosperidad.

En una reunión que tuve en las oficinas de OSX con el octogenario Eliezer Batista este me reafirmó su convencimiento respecto a que Europa, con una clara puerta de entrada en España, era el aliado natural con el que debía contar Brasil en la planificación de su desarrollo durante este siglo XXI, frente al imperialismo de unos EEUU

Hoje, mais do que nunca, nossos países continuam intimamente unidos e caminham a um futuro de relações, em todos os níveis, cada vez mais fortes, sinceras e profundas.

A Espanha é hoje em dia, junto com EEUU e a Bélgica, um dos países que mais fortemente aposta pelo desenvolvimento brasileiro através de um elevado nível de investimentos que não pararam, apesar da crise.

Ignorando, isso sim, como se chamava aquele filme protagonizado por Barden, falamos de um **"No country for old man"**, que ocupa o posto 120 na lista de **"doing business"** do Banco Mundial.

Mas é que, como recordo às minhas filhas todos os dias, "o que não custa não tem valor". E risco e oportunidade são conceitos que não chegam sempre de mãos dadas. O Brasil, para muitos espanhóis, representa a oportunidade de uns interessantes mercados distantes da saturação. E a Espanha, para muitos brasileiros, uma aliada fiel para continuar avançando pelo caminho do progresso até a tão desejada prosperidade.

Numa reunião que tive nos escritórios de OSX com o octogenário Eliezer Batista, este me reafirmou seu convencimento a respeito de que a Europa, com uma clara porta de entrada na Espanha, era um aliado natural com que devia contar o Brasil no planejamento de seu desen-

ignorantes de los anhelos culturales de una nación centenaria o por el contrario, una China que solo busca en Brasil el suministrador de excelentes materias primas a extraordinarios precios.

Porque Brasil, lo que busca son **"parceiros"** de camino con los que desarrollar relaciones comerciales igualitarias **"win to win"**. Y España y los empresarios españoles están, o estamos, más que dispuestos, encantados de asumir este roll.

Desde la compañía que dirijo he tenido el placer, durante estos últimos años, de compartir la realidad de esta relación exitosa de la que se han beneficiado muchos de nuestros clientes que gestionan ahora lucrativos negocios repartidos por todo el territorio de la federación, compartiendo la generación de riqueza con muchos de los nacionales que, en su momento, les facilitaron el aterrizaje.

Las extraordinarias vivencias de todos ellos me invitan a continuar en nuestro empeño de seguir ayudando a todas aquellas empresas que quieran intentar la "experiencia brasileña" con la esperanza de poder compartir con todos ustedes, a través de las páginas de esta recién estrenada iniciativa, el ejemplo de su exitosa experiencia.

Madrid, 27 de diciembre del 2016.

volvimento durante este século XXI, frente ao imperialismo dos EEUU ignorantes dos desejos culturais de uma nação centenária ou pelo contrário, uma China que só procura no Brasil o fornecedor de excelentes matérias-primas com extraordinários preços.

Porque o Brasil, o que procura são **"parceiros"** de caminho com os que desenvolver relações comerciais igualitárias **"win to win"**. E a Espanha e os empresários espanhóis estão, ou estamos, mais que dispostos, encantados em assumir este papel.

Daqui da companhia que dirijo tive o prazer, durante estes últimos anos, de partilhar a realidade desta relação de sucesso a que beneficiaram-se muitos de nossos clientes que dirigem agora lucrativos negócios espalhados por todo o território da federação, partilhando a geração de riqueza com muitos dos nacionais que, na sua época, lhes favoreceram a aterrissagem.

As extraordinárias vivências de todos eles convidaram-se a continuar o nosso empenho de seguir ajudando a todas aquelas empresas que queiram tentar a "experiência brasileira" com a esperança de poder partilhar com todos vocês, através das páginas desta recém estreada iniciativa, o exemplo de sua experiência de sucesso.

Madri, 27 de dezembro de 2016.

Cámara

Oficial Española de Comercio en Brasil



Carolina Carvalho de Queiroz

Directora Ejecutiva CAMARA OFICIAL ESPAÑOLA DE CO- MERCIO EN BRASIL

Es una gran satisfacción poder contribuir para la primera edición de la Revista ABRESCCO, iniciativa que loamos por estar ciertos de que será una herramienta de gran importancia para estrechar aún más los lazos entre España y Brasil, y las comunidades de estos dos países.

Como Cámara de Comercio, nos parece lógico en esta primera edición trazar un panorama general de las relaciones económico-comerciales entre Brasil y España en los últimos años, y destacar las oportunidades que se nos presentan para futuro.

La importancia de las relaciones económicas entre Brasil y España se han consolidado a lo largo de las últimas décadas, y queda evidente con datos tan destacados tales como que **Brasil es el segundo destino mundial de inversiones españolas, y España es el tercer mayor país inversor en Brasil**, con un stock de inversiones de 64 billones de dólares, según datos del último censo publicado por el Banco Central de Brasil.

La participación de las inversiones españolas en Brasil representó en el año 2015 el 12% de las inversiones totales en el país, con destaque para los sectores de Información y Comunicación, Industrias de Transformación, Actividades Financieras y de Seguros, Industrias Extractivas, Electricidad y Gas, Construcción y Turismo. Solo en telecomunicaciones fueron invertidos en Brasil más de mil millones de euros en 2015. Hay, en la actualidad, más de 1000 compañías en Brasil con capital español.

A su vez, España representa el 5,2% del stock de inversión brasileña en el exterior, índice en ascenso en los últimos años, pero aún con mucho margen de crecimiento.

Carolina Carvalho de Queiroz

Diretora Executiva CÂMARA OFICIAL ESPANHOLA DE CO- MÉRRCIO NO BRASIL

É uma grande satisfação poder contribuir com a primeira edição da Revista ABRESCCO, iniciativa que louvamos por estarmos certos de que será uma ferramenta de grande importância para estreitar ainda mais os laços entre Espanha e Brasil e as comunidades destes dois países.

Como Câmara de Comércio, nos parece lógico trazer nesta primeira edição um panorama geral das relações econômico-comerciais entre Brasil e Espanha nos últimos anos, e destacar as oportunidades que se mostram para o futuro.

A importância das relações econômicas entre Brasil e Espanha se consolidou ao longo das últimas décadas, e se torna evidente com dados tão destacados, tais como o **Brasil é o segundo destino mundial de investimentos espanhóis e a Espanha é o terceiro maior investidor no Brasil**, com um stock de investimentos de 64 bilhões de dólares, segundo dados do último censo publicado pelo Banco Central do Brasil.

A participação dos investimentos espanhóis no Brasil representou 12% dos investimentos totais no país no ano de 2015, com destaque para os setores de Informação e Comunicação, Indústrias de Transformação, Atividades Financeiras e de Seguros, Indústrias Extrativas, Eletricidade e Gás, Construção e Turismo. Só em telecomunicações foram investidos no Brasil mais de 1 bilhão de euros em 2015. Atualmente, há mais de 1.000 companhias no país com capital espanhol.

Por sua vez, a Espanha representa 5,2% do stock de investimento brasileiro no exterior, índice em ascensão nos últimos anos e ainda com muita margem de crescimento.



“España ofrece grandes ventajas como destino de inversión, puesto que presenta uno de los mejores índices de crecimiento económico entre los países europeos [...]”

Si por un lado los datos de inversión directa demuestran que España y Brasil son socios prioritarios, los datos de intercambio comercial aún son modestos, presentándose como gran oportunidad de crecimiento. Así, por ejemplo, las exportaciones españolas a Brasil han decrecido en el acumulado del 2015 un 13%, según datos de la Secretaría de Estado de Comercio de España. Las exportaciones de Brasil hacia España crecieron en el mismo periodo un 3%. El buen dato, sin embargo, es que el 40 % de las empresas españolas exportadoras a Brasil en el año 2015 fueron exportadores regulares, es decir, han exportado durante más de cuatro años continuados, categoría que creció respecto a años anteriores.

Con el objetivo de fomentar el incremento del flujo comercial entre Brasil y España, e incrementar las cifras de inversión brasileña en España, la Cámara Oficial Española de Comercio en Brasil junto con las Oficinas Económico-Comerciales de la Embajada de España en Brasil y el ICEX, vienen trabajando en la promoción de España como destino de exportación e inversión y puerta de entrada a Europa, África y terceros mercados. España ofrece grandes ventajas como destino de inversión, puesto que presenta uno de los mejores índices de crecimiento económico entre los países europeos y es la puerta de entrada natural para a Europa, África y América Latina, debido a su posicionamiento geográfico estratégico, su extraordinaria red de infraestructuras y logística, las facilidades para la realización de negocios en el país, la red de tratados internacionales de evitación de doble tributación y protección de inversiones, la altísima calificación profesional de los trabajadores, contando con escuelas de negocios calificadas entre las mejores del mundo, y bajos costes de implantación y salariales, en comparación con otros países de la zona.

En el campo político y de las relaciones institucionales, los últimos tiempos han sido especialmente fructíferos para las relaciones Brasil-España. Entre el 2015 y 2016 se han producido diversas visitas oficiales de altos mandatarios de ambos países, entre ellas la visita a España del entonces Vicepresidente de la República de Brasil Michel Temer, la visita del entonces Ministro de Relaciones Exteriores de España José Manuel García-Margallo, visita del entonces Secretario de Estado de Comercio

Se por un lado os dados de investimentos direto demonstram que a Espanha e o Brasil são sócios prioritários, os dados de intercâmbio comercial ainda são modestos, se apresentando como grande oportunidade de crescimento. Assim, por exemplo, as exportações espanholas ao Brasil caíram no acumulado de 2015 em 13%, segundo dados da Secretaria do Estado Comércio da Espanha. As exportações do Brasil para a Espanha cresceram no mesmo período em 3%. O lado bom, porém, é que 40% das empresas espanholas exportadoras ao Brasil no ano de 2015 foram exportadores regulares, ou seja, exportaram durante mais de quatro anos seguidos, categoria que cresceu em relação aos anos anteriores.

Com o objetivo de fomentar o fluxo comercial entre Brasil e Espanha e incrementar os investimentos brasileiros na Espanha, a Câmara Espanhola de Comércio no Brasil, junto aos Escritórios Econômico-Comerciais da Embaixada da Espanha no Brasil e o ICEX, vêm trabalhando na promoção da Espanha como destino de exportação e investimento e porta de entrada na Europa, África e terceiros mercados. A Espanha oferece grandes vantagens como destino de investimentos, posto que apresenta um dos melhores índices de crescimento econômico entre os países europeus, além de ser a porta de entrada natural para a Europa, África e América Latina, devido ao seu posicionamento geográfico estratégico, sua extraordinária rede de infraestrutura e logística, as facilidades para a realização de negócios no país, a série de tratados internacionais de proteção de investimentos e para evitar o dobro de tributação, a altíssima qualificação profissional dos trabalhadores, contando com universidades de negócios qualificadas entre as melhores do mundo, e o baixo custo de implantação e salários, em comparação com outros países da zona do euro.

No campo político e das relações institucionais, os últimos tempos têm sido especialmente frutíferos para as relações Brasil e Espanha. Entre 2015 e 2016, foram promovidas diversas visitas oficiais de altos mandatários de ambos os países, entre elas a visita à Espanha do então Vice-presidente da República do Brasil, Michel Temer, a visita do então Ministro de Relações Exteriores da Espanha, José Manuel García-Margallo, a visita ao Brasil do então Secretário de Estado de Comércio Espanhol, Jaime García Legaz, a grande visita da delegação do Governo brasileiro à Espanha, com participação do Ministro de Relações Exteriores, José Serra, Ministro da Indústria e Comércio, Marcos Pereira, Ministro de Minas e Energia, Fernando Coelho Filho, estando já planejadas visitas mútuas ao mais alto nível governamental, ainda esse semestre. Em todas as ocasiões, tivemos a honra de receber os representantes governamentais na sede da Câmara para se reunirem com os empresários espanhóis no Brasil.

español a Brasil, Jaime García Legaz, visita de amplia delegación del Gobierno brasileño a España, con participación del Ministro de Relaciones Exteriores, José Serra, Ministro de Industria y Comercio, Marcos Pereira, Ministro de Minas y Energía, Fernando Coelho Filho, estando ya planeadas visitas mutuas al más alto nivel gubernamental aún este semestre. En todas las ocasiones, hemos tenido el honor de recibir a los representantes gubernamentales en la sede de la Cámara para reunirse con los empresarios españoles en Brasil.

No hay duda de que enfrentamos un momento difícil en Brasil, con características quizás nunca vistas, cuya complejidad hace con que estemos ante una de las más severas crisis de la historia del país. España a su vez, ha enfrentado una enorme crisis económica, de la cual está remontando gracias a medidas estrictas que exigieron mucho esfuerzo de la población, pero que han servido para que el país retome la senda del crecimiento. Pese a todo, nuestras empresas no sucumben, ni en España ni en Brasil, y buscan ante las dificultades las oportunidades que les permitan mantener sus negocios y su posicionamiento estratégico. Desde la Cámara de Comercio tratamos de apoyarlas en este camino, bien identificando oportunidades bien ayudando a buscar solución a los obstáculos que enfrentan diariamente en la realización de sus negocios, a través de la actuación institucional en defensa de los intereses de nuestra red de empresas.

Vislumbramos grandes oportunidades en Brasil en sectores como Infraestructuras, Energías renovables, Saneamiento, Gestión de residuos, Turismo o Agronegocios. Por otro lado, asistimos con optimismo a la retomada de las negociaciones del Acuerdo de Libre Comercio entre Mercosur y Unión Europea, en virtud del cual se espera la facilitación del intercambio económico y comercial entre las dos regiones, con mayor apertura comercial para bienes y servicios, incluyendo las compras gubernamentales.

Así como nuestras empresas, nuestra apuesta es de largo plazo, llevamos más de 60 años trabajando en el fomento de las relaciones entre Brasil y España, y los frutos del trabajo son más que visibles. Por eso reiteramos nuestra alegría por el lanzamiento de esta publicación, una nueva e importante herramienta de comunicación entre nuestras comunidades - y como comunicar es la clave de cualquier relación, auguro que nuestros lazos solo pueden reforzarse.

Saludo a los lectores, enhorabuena a los promotores y editores, cuenten siempre con el apoyo de la Cámara de Comercio Española en Brasil.

Não há dúvidas de que enfrentamos um momento difícil no Brasil, com características talvez nunca vistas, cuja complexidade faça com que estejamos diante de uma das mais severas crises da história do país. A Espanha, por sua vez, enfrentou uma enorme crise econômica, a qual está superando, graças às medidas rigorosas que exigiram muito esforço da população e que serviram para que o país retome o caminho do crescimento. Apesar de tudo, nossas empresas não sucumbem, nem na Espanha nem no Brasil, e buscam diante das dificuldades, oportunidades que lhes permitam manter seus negócios e seu posicionamento estratégico. Por meio da Câmara de Comércio, tratamos de apoiá-las neste caminho, identificando oportunidades e ajudando a buscar soluções para os obstáculos que enfrentam diariamente na realização de seus negócios, através da atuação institucional em defesa dos interesses de nossa rede de empresas.

“A Espanha oferece grandes vantagens como destino de investimentos, posto que apresenta um dos melhores índices de crescimento econômico entre os países europeus[...].”

Vislumbramos grandes oportunidades no Brasil nos setores como o de Infraestrutura, Energias Renováveis, Saneamento, Gestão de Resíduos, Turismo e Agronegócios. Por outro lado, assistimos com otimismo a retomada das negociações do Acordo de Livre Comércio entre o Mercosul e a União Europeia, em virtude do qual se espera a facilitação do intercâmbio econômico e comercial entre as duas regiões, com maior abertura comercial para bens e serviços, incluindo as compras governamentais.

Assim como nossas empresas, nossa aposta é de longo prazo. Levamos mais de 60 anos trabalhando no fomento das relações entre Brasil e Espanha, e os frutos do trabalho são mais que visíveis. Por isso reiteramos nossa alegria pelo lançamento desta publicação, uma nova e importante ferramenta de comunicação entre nossas comunidades - e como comunicar é a base de qualquer relação, asseguro que nossos laços só tendem a se reforçar.

Saudamos aos leitores, parabéns aos promotores e editores. Contem sempre com o apoio da Câmara Espanhola de Comércio no Brasil.





José Gasset Loring - Presidente
Cámara de Comercio Brasil-España
José Gasset Loring - Presidente
Câmara de Comércio Brasil- Espanha



Nuevas oportunidades para la inversión en Brasil

Novas oportunidades para investir no Brasil

Brasil sigue estando en el punto de mira de las empresas e inversores españoles. Es cierto que 2016 fue un año de transición para ambos países, Brasil y España. Los dos, de nuevo con gobiernos ya establecidos y en marcha, quieren retomar la senda de sus relaciones, aunque nunca estuvieron interrumpidas. La incertidumbre ha dejado paso ahora a nuevas expectativas y proyectos por realizar.

Y toman forma con la puesta en marcha el *Proyecto Crecer* y el *Programa de Parcerias de Investimentos* de Brasil (PPI). Una oportunidad única para las empresas españolas, líderes en infraestructuras, y por el que el gobierno brasileño retoma la inversión en grandes infraestructuras (puertos, aeropuertos, carreteras, centrales eléctricas, etc.). Es una muestra más de la confianza que los mercados están otorgando al gran país brasileño.

En ese contexto, fue precisamente España uno de los países en los que fue presentado este plan en un *road show* internacional para dar a conocer esta importante iniciativa de inversión, como uno de los países prioritarios y estratégicos. En un encuentro con los socios de la Cámara de Comercio Brasil-España, las autoridades brasileñas expusieron los planes del gobierno y las oportunidades que representan para las empresas españolas. España ha sido incluido.

O Brasil continua estando no ponto de mira das empresas e investidores espanhóis. É certo que 2016 foi um ano de transição para ambos países, Brasil e Espanha. Os dois, de novo com novos governos já estabelecidos e em processo, querem retomar o caminho de suas relações, ainda que nunca estiveram interrompidas. A incerteza deixou passagem agora às novas expectativas e projetos por realizar.

E tomam forma com o início do *Projeto Crescer* e o *Programa de Parcerias de Investimentos* do Brasil (PPI). Uma oportunidade única para as empresas espanholas, líderes em infraestruturas e por ele que o governo brasileiro retoma o investimento em grandes infraestruturas (portos, aeroportos, estradas, centrais de energia, etc.). É uma amostra a mais de confiança que os mercados estão outorgando ao grande país brasileiro.

Nesse contexto, foi precisamente a Espanha, um dos países aos que foi apresentado este plano em um *road show* internacional para fazer-se conhecer esta importante iniciativa de investimento, como um dos países prioritários e estratégicos. Em um encontro com os sócios da Câmara de Comércio Brasil- Espanha, as autoridades brasileiras expuseram os planos de governo e as oportunidades que representam para as empresas espanholas. Espanha foi incluída.

El plan CRESCER tiene como objetivo hacer más atractivas las licitaciones a los inversores extranjeros, facilitando los procedimientos administrativos, medioambientales y de las propias solicitudes. Así, los nuevos programas de licitaciones de infraestructuras presentan importantes novedades en materia regulatoria, seguridad jurídica, eliminación de trabas administrativas, sistemas de arbitraje, financiación y medioambiente.

Este programa supone retomar e impulsar, por parte del gobierno brasileño, la inversión en grandes infraestructuras que son necesarias para el desarrollo económico y social del país. Es una excelente oportunidad para las empresas españolas, que ya cuentan con una amplia experiencia en este país, y sin duda redundará en una mayor confianza de los mercados en Brasil.

Las autoridades brasileñas quieren así desarrollar una propuesta de concesiones que permita mejorar el ambiente de negocios en Brasil. El nuevo plan mejora los aspectos regulatorios (con más transparencia, claridad y más previsibilidad), la seguridad jurídica, el respeto de los contratos, la introducción de sistemas de arbitraje y el respeto por las normas medioambientales dentro de un calendario realista.

Entre las principales novedades cabe destacar que los pliegos de condiciones para los distintos procesos y licitaciones serán publicados también en español, se aumentará el plazo para la evaluación de los proyectos (pasando de los actuales 40 días desde que se publica el pliego de condiciones a los 100 días) y muchos de los proyectos solo serán licitados cuando dispongan de la licencia medioambiental previa.

Asimismo, y desde el punto de vista de la financiación, se sumarán al plan los bancos públicos brasileños Banco do Brasil y la Caixa Económica Federal al Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES) que venía coordinando hasta ahora la financiación de los distintos procesos de concesiones público-privadas. Por otra parte, y dentro de las nuevas reglas, también se quiere mitigar el riesgo de tipo de cambio de los proyectos y con ello generar un ambiente de negocios más propicio a los inversores extranjeros.

Expectativas que además parecen realizarse con las previsiones del superávit comercial récord anunciadas por el Ministerio de Industria al cierre del ejercicio de 2016 que estarán entre 45 y 50.000 millones de dólares.

Sin duda, las nuevas posibilidades de inversión están ahí. Una oportunidad que debe ser aprovechada por nuestras empresas.

O plano CRESCER tem como objetivo fazer mais interessantes as licitações aos investidores estrangeiros, facilitando os procedimentos administrativos, meio ambientais e das próprias solicitações. Assim, os novos programas de licitações de infraestruturas apresentam importantes novidades em matéria de regulamentação, segurança jurídica, eliminação de travas administrativas, sistemas de arbitragem, financiamento e meio ambiente.

Este programa supõe retomar e impulsar por parte do governo brasileiro, o investimento em grandes estruturas que são necessárias para o desenvolvimento econômico e social do país. É uma excelente oportunidade para as empresas espanholas, que já contam com uma ampla experiência nesse país e, sem dúvida, reverterá em uma maior confiança dos mercados no Brasil.

As autoridades brasileiras querem assim desenvolver uma proposta de concessões que permita melhorar o ambiente de negócios no Brasil. O novo plano melhora os aspectos reguladores (com mais transparência, clareza e mais previsibilidade), a segurança jurídica, o respeito aos contratos, a introdução de sistemas de arbitragem e o respeito pelas normas meio ambientais dentro de um calendário realista.

Entre as principais novidades, cabe destacar que as especificações de condições para os distintos processos e licitações serão publicadas também em espanhol, será aumentado o prazo para a avaliação dos projetos (passando dos atuais 40 dias desde que se publica as especificações de condições aos 100 dias) e muitos dos projetos só serão licitados quando disponham de licença meio ambiental prévia.

Dessa forma e do ponto de vista do financiamento, serão somados ao plano, os bancos públicos brasileiros Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que vinha coordenando até agora o financiamento dos diferentes processos de concessões público-privadas. Por outra parte, e dentro das novas regras, também se quer mitigar o risco do tipo de mudança de projetos e com ele gerar um ambiente de negócios mais propício aos investidores estrangeiros.

Expectativas que ademais parecem realçar-se com as previsões do superávit comercial recorde anunciadas pelo Ministério da Indústria ao fechar o exercício de 2016, que estarão entre 45 e 50.000 milhões de dólares.

Sem dúvida, as novas possibilidades de investimento estão aí. Uma oportunidade que deve ser aproveitada por nossas empresas.

NOTICIAS BRASIL AL DÍA FEBRERO 2017

NOTÍCIAS BRASIL AO DIA FEVEREIRO 2017

BRASIL Y ARGENTINA DEFINEN EN FITUR ESTRATEGIAS CONJUNTAS PARA ATRAER MÁS TURISTAS

BRASIL E ARGENTINA DEFINEM NA FITUR ESTRATÉGIAS CONJUNTAS PARA ATRAIR MAIS TURISTAS

Con motivo de la celebración de FITUR, la Feria Internacional de Turismo celebrada el pasado mes de enero en Madrid, los Ministros de Turismo, Marx Beltrão (Brasil) y Gustavo Santos (Argentina), reunidos con el presidente de Embratur, Vinicius Lummertz, definieron las próximas acciones conjuntas entre los dos países más relevantes del mercado turístico de América del Sur.

Los turistas que viajan entre los dos países dejan cerca de 2.000 millones de dólares en las arcas de Argentina y Brasil. Sin embargo, ambos precisan buscar más turistas de otros países para garantizar más recursos y generar empleos. Para ello, han desarrollado una ofensiva conjunta que se concretó en el marco de FITUR.

Lummertz, Santos y Beltrão, acompañados de Valentin Gilligan, secretario general de la Presidencia Argentina, definieron un cronograma con cuatro puntos de actuación. Los dos países van a promover conjuntamente el destino "Ruta de las misiones jesuíticas", donde los visitantes podrán conocer las ruinas y conocer un poco más de la historia de esas misiones instaladas hace más de 400 años por padres jesuitas españoles en el sur de Brasil y en los vecinos Argentina, Uruguay y Paraguay.

El Ministro Santos intentará garantizar la presencia del Papa Francisco, que es argentino, en el lanzamiento de la ruta, en septiembre. El ministro argentino va a enviar una propuesta a Itamaraty para extender a los turistas norteamericanos, exentos de visa en

Argentina, la posibilidad de pasar a Brasil y quedarse algunos días. Sería una prueba por dos años, y si tuviese resultados positivos continuará.

Otra acción será la formación de un grupo bilateral para hacer una visita de trabajo con la intención de atraer a los turistas chinos. Son 120 millones de turistas de ese país viajando por el

mundo anualmente. Hacia Brasil sólo viajan en torno a los 55.000. Brasil y Argentina también se van a proponer de forma conjunta para ser sede de la edición 2018 del Global Tourism Economy Forum, un gran evento del sector que en 2016 se hizo en Macao, Asia.

Com motivo da celebração da FITUR, a Feira Internacional de Turismo, celebrada no passado mês de janeiro em Madrid, os Ministros de Turismo Marx Beltrão (Brasil) e Gustavo Santos (Argentina), reunidos com o presidente da Embratur, Vinicius Lummertz, definiram as próximas ações conjuntas entre os dois países mais relevantes do mercado turístico da América do Sul.

Os turistas que viajam entre os dois países deixam cerca de 2 milhões de dólares nas arcas da Argentina e do Brasil. No entanto, ambos precisam atrair mais turistas de outros países para garantir mais recursos e gerar empregos. Para isso, desenvolveram uma ofensiva conjunta que se concretizou no encontro da FITUR.

Lummertz, Santos e Beltrão, acompanhados de Valentin Gilligan, secretário geral da presidência argentina, definiram um cronograma com quatro pontos de atuação. Os dois países irão promover, conjuntamente, o destino "Rota das missões jesuíticas", onde os visitantes poderão conhecer as ruínas e conhecer um pouco mais da história dessas missões instaladas há mais de 400 anos por padres jesuítas espanhóis no sul do Brasil e nos vizinhos Argentina, Uruguai e Paraguai.

O Ministro Santos tentará garantir a presença do Papa Francisco, que é argentino, no lançamento da rota em setembro. O ministro argentino enviará uma proposta ao Itamaraty para estender aos turistas norte-americanos isentos de visto na Argentina, a possibilidade de passar no Brasil e ficar alguns dias. Seria uma prova por dois anos e se tivesse resultados positivos, continuaria.

Outra ação será a formação de um grupo bilateral para fazer uma visita de trabalho com a intenção de atrair os turistas chineses. São 120 milhões de turistas nesse país viajando pelo mundo, anualmente. Até o Brasil viajam em torno de 55.000. O Brasil e a Argentina também irão propor, de forma conjunta, para ser a sede da edição 2018 do "Global Tourism Economy Forum", um grande evento do setor que em 2016 aconteceu em Macau, Ásia.

FITUR CIERRA CON RÉCORD DE 245 MIL PARTICIPANTES

FITUR FECHA COM RECORD DE 245 MIL PARTICIPANTES

La Feria Internacional de Turismo FITUR, que se celebra cada año en Madrid, consolida su posición como el primer gran foro de la agenda de negocio de la industria mundial del turismo, con crecimientos del 6% en participantes, así como del 9% tanto en asistencia de profesionales como en participación internacional.

Esta importante feria sirvió un año más para que los asociados de la Cámara de Comercio Brasil-España conocieran los planes de EMBRATUR, el Instituto Brasileño de Turismo, en relación al turismo entre los dos países. De esta forma ambas instituciones ya han iniciado nuevos contactos para reforzar las estrategias conjuntas en la promoción del turismo de Brasil en España orientado a diferentes segmentos de mercado.

Esta nueva edición ha recibido 245.000 participantes, lo que representa un crecimiento del 6% con respecto a 2016, destacando muy especialmente el peso de la asistencia profesional durante los primeros tres días, que ha ascendido a 135.838 visitantes, con un aumento del 9%, y consolidando la alta representación internacional. Asimismo, ha contado con la presencia de cerca de 7.500 periodistas de medios de todo el mundo.

Asimismo ha sido significativo el crecimiento de la participación internacional, con un 9% más de expositores, destacando los destinos de América, con un incremento del 17%. En total han sido 9.672 empresas que han participado en la Feria, procedentes de 165 países, siendo el crecimiento más llamativo el de la participación empresas de tecnología que desarrollan productos para el turismo, y que han experimentado un fuerte crecimiento, del 23%. Unas cifras globales que sitúan a FITUR como el evento de referencia para el turismo de negocios en Madrid, cuyo impacto económico ha superado los 240 millones de euros.

Assim, foi significativo o crescimento da participação internacional, com 9% mais de expositores, destacando os destinos da América, com um incremento de 17%. No total, foram 9.672 empresas que participaram da feira, procedentes de 165 países, sendo o crescimento mais chamativo o da participação de empresas de tecnologia que desenvolvem produtos para o turismo e que experimentaram um forte crescimento de 23%. Unas cifras globais que situam a FITUR como o evento de referência para o turismo de negócios em Madrid, cujo impacto econômico superou 240 milhões de euros.



A Feira Internacional de Turismo, FITUR, celebrada todos os anos em Madrid, consolida sua posição como o primeiro grande foro da agenda de negócios da indústria mundial de turismo, com crescimento de 6% de participantes, assim como 9% tanto em assistência de profissionais como em participação internacional.

Esta importante feira serviu um ano mais para que associados da Câmara de Comércio Brasil-Espanha conhecessem os planos da EMBRATUR, o Instituto Brasileiro de Turismo, em relação ao turismo entre os dois países. Desta forma, ambas instituições já iniciaram novos contatos para reforçar as estratégias conjuntas para a promoção do Brasil na Espanha orientado a diferentes seguimentos de mercado.

Esta nova edição recebeu 245.000 participantes, o que representa um crescimento de 6% com respeito a 2016, destacando muito especialmente o peso da assistência profissional durante os primeiros três dias, que ascendeu a 135.838 visitantes, com um crescimento de 9% e consolidando a alta representação internacional. Também contou com a presença de 7.500 jornalistas de meios do mundo todo.

SANTANDER INCREMENTA EN 500.000 SU NÚMERO DE CLIENTES EN BRASIL

SANTANDER INCREMENTA EM 500.000 SEU NÚMERO DE CLIENTES NO BRASIL

Banco Santander obtuvo en 2016 un beneficio atribuido de 6.204 millones de euros, un 4% más que el año anterior, gracias al fuerte crecimiento de los ingresos por comisiones y a la mejora en la calidad del crédito según ha informado la entidad en su presentación de resultados. Factores que se vieron contrarrestados por la debilidad de algunas divisas con respecto al euro y por la subida de impuestos en Polonia y Reino Unido. El beneficio ordinario antes de impuestos subió un 12% si excluimos los resultados no recurrentes y el efecto de los tipos de cambio.

La presidenta de Banco Santander, Ana Botín, dijo que “en 2016, Santander ha alcanzado muy buenos resultados y cumplido nuestros objetivos estratégicos y de negocio: aumentamos los clientes vinculados en 1,4 millones adicionales, incrementamos el crédito un 2% y ya damos servicio a 125 millones de clientes particulares y empresas en Europa y América. Santander es uno de los bancos más rentables y eficientes, gracias al talento y trabajo de nuestros equipos, que han conseguido unos resultados excelentes, haciendo las cosas de manera más sencilla, personal y justa”.

Actualmente Banco Santander tiene una capitalización bursátil de más de 75.000 millones de euros. Santander tiene 3.928.950 accionistas y 188.492 empleados que dan servicio a 125 millones de clientes.

Banco Santander sigue manteniendo una diversificación geográfica equilibrada entre mercados maduros y en desarrollo. El beneficio antes de impuestos sin impacto de tipo de cambio aumentó en nueve de los diez mercados del Grupo, pese a la complejidad del entorno. Europa ha contribuido un 55% de los beneficios (UK: 20%, España: 12%, Santander Consumer Finance: 13%, otros: 10%) y América, el 45% (Brasil: 21%, México: 8%, Chile: 6%, Estados Unidos: 5%, otros: 5%).

En Brasil, pese a las difíciles condiciones macroeconómicas, el beneficio atribuido aumentó un 9,5% (+15% sin efecto tipo de cambio) gracias a una subida de los ingresos por comisiones y a un crecimiento controlado en costes. El número de clientes vinculados se incrementó en 500.000 y el banco avanzó en su digitalización (por ejemplo, con el lanzamiento de la identificación biométrica) y en innovación de productos. El cambio en el mix del negocio de los últimos años ha ayudado a controlar las provisiones y la calidad del crédito.

O Banco Santander obteve em 2016 um benefício atribuído de 6.204 milhões, 4% mais que o ano anterior, graças ao forte crescimento dos depósitos por comissões e a melhora da qualidade do crédito, segundo informou a entidade na sua apresentação de resultados. Fatores que foram compensados pela fragilidade de algumas divisas com respeito ao euro e pela subida de impostos na Polónia e Reino Unido. O benefício ordinário antes de impostos subiu 12%, se excluirmos os resultados não recorrentes e o efeito dos tipos de câmbio.

A presidente do Banco Santander, Ana Botín, disse que “em 2016, o Santander alcançou muito bons resultados e cumpriu nossos objetivos estratégicos e de negócio: aumentamos os clientes vinculados em 1,4 milhões adicionais, incrementamos o crédito 2% e já servimos a 125 milhões de clientes particulares e empresas na Europa e América. O Santander é um dos bancos mais rentáveis e eficientes, graças ao talento e trabalho das nossas equipas, que conseguiram uns resultados excelentes, fazendo as coisas de maneira mais simples, pessoal e justa”.

Atualmente, o Banco Santander tem uma capitalização em bolsa de mais de 75 milhões de euros. O Santander tem 3.928.950 acionistas e 188.492 empregados que prestam serviço a 125 milhões de clientes.

O Banco Santander continua mantendo uma diversificação geográfica equilibrada entre mercados maduros e em desenvolvimento. O lucro antes de impostos sem impacto do tipo de câmbio aumentou em nove dos dez mercados do Grupo, apesar da complexidade do contexto. A Europa contribuiu com um 55% dos benefícios (UK: 20%, Espanha: 12%, Santander Consumer Finance 13%, outros: 10%) e América, um 45% (Brasil: 21%, México: 8%, Chile: 6%, Estados Unidos: 5%, outros: 5%).

No Brasil, apesar das difíceis condições macroeconômicas, o lucro atribuído aumentou 9,5% (+15% sem efeito tipo câmbio) graças à uma subida dos depósitos por comissões e um crescimento controlado de gastos. O número de clientes vinculados incrementou-se em 500.000 e o banco avançou em sua digitalização (por exemplo, com o lançamento da identificação biométrica) e em inovação de produtos. A mudança no mix de negócios dos últimos anos ajudou a controlar as provisões e a qualidade do crédito.

COMITÉ JURÍDICO CCBE: LICITACIONES EN BRASIL Y NOVEDADES LEGISLATIVAS

El Comité Jurídico de la CCBE abrirá el año con una jornada en la que se tratarán las modificaciones de la ley de licitaciones brasileña, así como otras novedades legislativas. El encuentro, que se celebrará en la sede de Pérez-Llorca, bajo la coordinación de Paula De Biase, contará con la presencia de abogados brasileños especializados en la materia, incluyendo Bruno Aurélio y Eduardo Soto (socios de Tauil & Chequer Advogados, asociado a Mayer Brown) y Rafael Feldman (Mattos Filho) que ofrecerán su visión sobre la siguiente agenda de temas:

Modificaciones a la Ley de Licitaciones en Brasil

Paquete de medidas que se encuentran en votación en el Senado y que se analizarán desde el punto de vista del impacto práctico para la inversión extranjera y los proyectos de infraestructura (novedades en reglamento sobre licitación, procedimientos, mecanismos de contrataciones, contratos administrativos, etc). Aspectos prácticos en la estructuración y financiación de proyectos de infraestructuras público-privados.

Otras novedades legislativas

En materia de precios, aplazamiento de pagos fiscales, regulación laboral y sobre aquellas empresas extranjeras con CNPJ que deben informar beneficiario final

Para más información e inscripciones camara@ccbe.es

CONOZCA TODAS LAS FERIAS SECTORIALES EN BRASIL

Cada año y desde 1969 se publica el Calendario Brasileño de Exposiciones y Ferias en el que se registran todos los grandes eventos feriales por sectores, una oportunidad para que los empresarios españoles conozcan más de cerca las novedades en sus negocios en Brasil.

A través del portal Invest & Export Brasil (<http://www.investexportbrasil.gov.br/?l=es>) se puede acceder a la versión impresa de la guía. Asimismo, en la dirección www.expofeiras.gov.br también se pueden localizar todas las ferias y exposiciones registradas, con diferentes filtros de búsqueda (fecha, evento, sector o lugar de celebración).

COMITÊ JURÍDICO CCBE: LICITAÇÕES NO BRASIL E NOVIDADES LEGISLATIVAS

O Comitê Jurídico da CCBE abrirá o ano com uma jornada na qual se tratarão as modificações da lei de licitações brasileira, assim como outras novidades legislativas. O encontro, que será celebrado na sede da Pérez-Llorca, sob a coordenação de Paula De Biase, contará com a presença de advogados brasileiros especializados na matéria, incluindo Bruno Aurélio e Eduardo Soto (sócios da Tauil & Chequer Advogados, associado a Mayer Brown) e Rafael Feldman (Mattos Filho) que oferecerão sua visão sobre a seguinte agenda de temas:

Modificações na Lei de Licitações no Brasil

Pacote de medidas que encontram-se em votação no Senado e que serão analisadas do ponto de vista do impacto práctico para o investimento estrangeiro e os projetos de infraestrutura (novedades no regulamento sobre licitação, procedimentos, mecanismos de contratação, contratos administrativos, etc.). Aspectos prácticos na estruturação e financiamento de projetos de infraestruturas público-privados.

Outras novidades legislativas

Em matéria de preços, adiamento de pagamentos fiscais, regulação trabalhista e sobre aquelas empresas estrangeiras com CNPJ que devem informar o beneficiário final.

Para mais informação e inscrições: camara@ccbe.es

CONHEÇA TODAS AS FEIRAS SETORIAIS NO BRASIL

Todo ano, desde 1969, publica-se o calendário Brasileiro de Exposições e Feiras na qual se registram todos os grandes eventos feriais por setores, uma oportunidade para os empresários espanhóis conhecerem mais de perto as novidades sobre os seus negócios no Brasil. Através do portal Invest & Export Brasil (<http://www.investexportbrasil.gov.br/?l=es>) pode-se aceder à versão impressa do guia. Além do mais, no link www.expofeiras.gov.br também pode-se localizar todas as feiras e exposições registradas com diferentes filtros de busca (data, evento, setor ou lugar de celebração).



EL LUJO SE FIJA EN BRASIL O LUXO DE OLHO NO BRASIL

En este primer número de Abrescco me gustaría comentar algunos datos interesantes sobre un no menos atractivo y particular mercado, el mercado del lujo. Un sector que goza de muy buena salud a nivel mundial y que arroja unas cifras que no dan lugar a dudas: 224.000 millones de euros en 2014 y 253.000 en 2015, cantidades que serán superadas en 2016 a la espera de datos definitivos.

Se trata de un sector que tras una década de crecimiento a doble dígito se encuentra en una etapa de consolidación y madurez a nivel mundial donde las empresas buscan una consolidación con crecimientos más moderados, pero que no dejan de ser continuados.

Brasil se comporta de un modo particular y si bien el consumidor brasileño se ha caracterizado por comprar fuera de su país de origen, con Estados Unidos como principal país de destino, la llegada de los Juegos Olímpicos parece haber influido en un cambio de tendencia y numerosas firmas empiezan a fijarse en el mercado brasileño como un destino atractivo.

Neste primeiro número da Abrescco, eu gostaria de comentar alguns dados interessantes sobre um atractivo e particular mercado, o mercado do luxo. Um setor que tem muita boa saúde a nível mundial e que lança umas cifras que não deixam dúvidas: 224.000 milhões de euros em 2014 e 253.000 em 2015, quantidades que serão superadas em 2016, à espera de dados definitivos.

Trata-se de um setor que depois de uma década de crescimento com dois dígitos, encontra-se em uma etapa de consolidação e maturidade a nível mundial, onde as empresas procuram uma consolidação com crescimentos mais moderados, mas que não deixam de ser contínuos.

O Brasil não deixa de comportar-se de um modo particular, o consumidor brasileiro caracterizou-se por comprar fora do seu país de origem. Tendo os Estados Unidos como principal destino, a chegada dos Jogos Olímpicos parece ter influenciado para uma mudança de tendência e numerosas empresas começam a prestar atenção ao mercado brasileiro como um destino atractivo.

Juan Miguel Hortelano

Socio fundador de ABRESCCO, Economista y Executive MBA en IE Business School

Juan Miguel Hortelano

Sócio fundador da ABRESCCO, Economista e Executive MBA pelo IE Business School



Brasil lucha por salir de una recesión económica que ha afectado sin duda al país, pero no olvidemos que su población es de 200 millones de habitantes y que sigue siendo uno de los polos de atracción de América del Sur en lo referente a compras de lujo. Ni siquiera se encuentra en el top ten de países consumidores, donde el líder indiscutible es Estados Unidos seguido de Japón, China, Francia, Gran Bretaña, Alemania y Corea del Sur, en este orden.

Con los Juegos parece haber cambiado la imagen que muchos consumidores tenían de Brasil y numerosas firmas de lujo han comenzado a considerar que los riesgos no son tan elevados como podrían parecer, pensando en el mercado brasileño como una oportunidad para sacar partido a la actual situación económica.

Dicha situación se caracteriza por tener en Brasil algunas particularidades frente a otros países, como una fuerte apreciación del real brasileño frente al dólar en el último año (superando el 20%), una gran desigualdad de riqueza (12 millones de parados), unos costes operativos e impuestos excesivos (que empiezan a reducirse) y una población estimada de cerca de 148.500 personas con altos ingresos, lo que suponen 3,7 billones de dólares según el último informe realizado por Gap-Gemmi.

A pesar de la crisis la caída de poder del consumidor de lujo brasileño es relativamente leve y se mantiene estable. Esto hace ver a las grandes firmas el mercado brasileño como una interesante inversión fijándose en el largo plazo, haciendo precisamente hincapié en ello se ha manifestado recientemente el consejero delegado de la firma Louis Vuitton.

A esto hay que añadir que los

momentos difíciles permiten florecer buenas oportunidades para negociar espacios en centros comerciales y firmas como *Cartier* ya han empezado a tenerlo muy en cuenta; en la actualidad cuenta con tres tiendas y recientemente ha alquilado un local en la calle comercial más importante de Sao Paulo.

Junto a *Cartier*, *Hermès* hizo lo propio con su primera tienda en Río y pronto abrirá la segunda en Sao Paulo, y otros cinco grandes diseñadores incluyendo Versace y Polo Ralph Lauren han entrado en el mercado brasileño últimamente.

O Brasil luta para sair de uma recessão econômica que afetou o país, sem dúvida, mas não esqueçamos que sua população é de 200 milhões de habitantes e que continua sendo um dos polos de atração da América do Sul no que se refere às compras de luxo. Nem sequer encontra-se no "top ten" de países consumidores, onde o líder indiscutível são os Estados Unidos seguido do Japão, China, França, Grã-Bretanha, Alemanha e Coreia do Sul, nessa ordem.

Com os Jogos Olímpicos, parece haver mudado a imagem que muitos consumidores tinham do Brasil e numerosas marcas de luxo começaram a considerar que os riscos não são tão elevados como podia parecer, pensando no mercado brasileiro como uma oportunidade para tirar partido à atual situação econômica.

Esta situação econômica caracteriza-se por ter no Brasil algumas particularidades frente a outros países, como uma forte valorização do real brasileiro frente ao dólar no último ano (superando 20%), uma grande desigualdade de riqueza (12 milhões de desempregados), uns custos operativos e impostos

excessivos (que começam a reduzir-se) e uma população estimada de 148.500 pessoas com altas rendas, o que supõe 3,7 milhões de dólares segundo relatório realizado por *Capgemini*.

Apesar da crise, a queda do poder do consumidor de luxo brasileiro é relativamente leve e mantém-se estável. Isto deixa evidente às grandes marcas o mercado brasileiro como um interessante investimento a longo prazo, dando ênfase precisamente nisso, a marca Louis Vuitton nas palavras de seu CEO, recentemente.

A isto deve ser adicionado que os momentos difíceis permitem florescer boas oportunidades para negociar espaços em shoppings; e marcas como a *Cartier* já começaram a ter isso muito presente; na atualidade, conta com três lojas e recentemente alugou um local na rua comercial mais importante de São Paulo.

Como a *Cartier*, a *Hermès* fez a mesma coisa com sua loja no Rio de Janeiro e logo abrirá a segunda em São Paulo, e outros cinco grandes estilistas, incluindo Versace e Polo Ralph Lauren, entraram no mercado brasileiro ultimamente.

**LOS “TUPINQUINS PEOPLE”,
EL “BREXIT” Y LAS OPORTUNIDADES
DEL “BRASENTRY”.**

**OS “TUPINQUINS PEOPLE”,
O “BREXIT” E A OPORTUNIDADE
DO “BRASENTRY”:**

El Brexit es un fenómeno irreversible, aunque sorprendente, pues es el fin de un noviazgo, que nunca se convirtió en matrimonio, por total desinterés de una novia recalcitrante en contraer nupcias, pues nació teniendo la certeza absoluta de que es la mejor y más aristocrática de todas las pretendientes.

El escrutinio del 23/06/16, reveló un resultado que figurase como expresión máxima de la célebre fleuma británica de un pueblo que, indiscutiblemente, es capaz de hechos brillantes como “vencer la armada invencible” y colonizar medio planeta, ahora opta por el desafío titánico de elegir la vía insular, en plena época del gregarismo que la globalización inspira, del asociativismo que el comercio exterior actual sugiere, del diálogo exhaustivo en virtud del escenario macroeconómico, mundialmente complejo y desfavorable.

Pero, quien no lo sabe, la madre de la Revolución Industrial no esté viendo algo, en términos de tendencia, que no hemos visto todavía, reverenciando la tan divulgada expresión acuñada por el británico Shakespeare, “de que hay más cosas entre el cielo y la tierra de lo que puede imaginar nuestra vana filosofía”.

La verdad, entretanto, es que nosotros, digamos, meros “tupiniquins people”, tenemos ahora, la oportunidad de oro para vender nuestras “jabuticabas”.

Se atribuye a Thomas Edison la didáctica frase: “un genio se hace con 99% de transpiración y 1% de inspiración”. Entonces, parodiando al respetable anglosajón, percibo que Brasil puede estar preparado para tener una oportunidad única con el *tsunami* macroeconómico que el Brexit ciertamente generará, como ya ha ido haciéndolo, con el inolvidable e histórico viernes/24, en el que la libra esterlina se desplomó a niveles nunca vistos desde hace 30 años, y, esforzándose bastante (cosa con lo que estamos acostumbrados, porque somos brasileños), con una política internacional bien ajustada, un planteamiento diplomático en cuanto al comercio exterior bien elaborado, una postura arrojada y proactiva de abordaje a los negocios internacionales, como hace mucho que no se ve, quizás desde Rui Barbosa, pueda aparecerse en el horizonte, de hecho, “la oportunidad de vender nuestras jabuticabas”.

Será la oportunidad que el fenómeno del “Brasentry” puede presentar, en contraposición al “Brexit”.

Sí, existe una posibilidad de que los grandes inversores internacionales, individuales o corporaciones, públicos o

O Brexit é um fenômeno irreversível, ainda que surpreendente, pois é o fim de um noivado, que nunca se converteu em casamento por total desinteresse de uma noiva recalcitrante em contrair núpcias, pois nasceu tendo a certeza absoluta de que é a melhor e mais aristocrática de todas as pretendentes.

O escrutínio de 23/06/16, revelou um resultado que afigura-se como a expressão máxima da célebre fleuma britânica de um povo que, indiscutivelmente, é capaz de feitos brilhantes, como “vencer a invencível armada” e colonizar meio planeta, agora opta pelo desafio titânico de eleger a via insular, em plena época do gregarismo que a globalização inspira, do associativismo que o comércio exterior atual sugere, do diálogo exaustivo decorrente do cenário macroeconômico, mundialmente complexo e desfavorável.

Mas, quem sabe, a mãe da Revolução Industrial não esteja vendo algo, em termos de tendência, que não vimos ainda, reverenciando a tão propalada expressão cunhada pelo britânico Shakespeare, “de que há mais coisas entre o céu e a terra do que pode sonhar nossa vã filosofia”.

A verdade é que nós, digamos, meros “tupiniquins people”, temos agora a oportunidade de ouro de vendermos nossas “jabuticabas”!

Atribui-se a Thomas Edison a didática frase: “um gênio se faz com 99% de transpiração e 1% de inspiração”. Então, parodiando o respeitável anglo-saxão, percebo que o Brasil pode estar prestes a ter uma oportunidade única com o *tsunami* macroeconômico que o *Brexit* certamente gerará, como já iniciará a fazê-lo com a inesquecível e histórica sexta-feira, 24, em que a libra esterlina despencou a patamares nunca vistos há 30 anos; esforçando-se bastante (coisa com a qual estamos mais que acostumados, porque somos brasileiros), com uma política internacional bem ajustada, um planejamento diplomático quanto ao comércio exterior bem elaborados, uma postura arrojada e proativa de abordagem aos negócios internacionais, como há muito não se vê, quiçá, desde Rui Barbosa, possa afigurar-se no horizonte, de fato, “a oportunidade de vendermos as nossas jabuticabas”.

Será a chance que o fenômeno do “Brasentry” pode apresentar em contraposição ao “Brexit”!

Sim, existe uma possibilidade de que os grandes investidores internacionais, individuais, ou grupais; públicos, ou privados, habituados a investirem na Europa, “cisados” com os riscos que a instabilidade que o “Brexit”

privados, habituados a invertir en Europa, “cismados” con los riesgos de la inestabilidad que el “Brexit” inspira, tanto es así, que agencias de evaluación de riesgo ya repiensen la posición de Inglaterra en el escenario macroeconómico mundial, y ya hay quien habla de crisis sistémica europea, comiencen a mirar para los países emergentes, con más simpatía y apetito, viendo en ellos, la máxima seguridad que todo inversor espera.

Aunque Brasil no haya tenido últimamente una audiencia internacional de las más honrosas, en el escenario político, no se puede dejar de considerar que:

1. La seguridad jurídica en Brasil es incuestionable. La “Operação Lava-Jato” ha dado una demostración inequívoca de esto. Nunca tantos ricos y poderosos infractores fueron, en un lapso temporal tan breve, encarcelados y procesados en Brasil, y quizás, pocas veces en la historia de la humanidad.

2. Nuestra seguridad legislativa es aceptable. El proceso de impedimento de la Presidenta de la República transita en vías de la más soberana democracia y garantía de la amplia defensa y del contradictorio, al punto que Fernando Collor de Mello ha hecho recordar que en su tiempo no fuera tan compleja y alargada su instrucción probatoria.

3. Las decisiones con reflejos sociales y generales son tomadas con seguridad en Brasil. Nuestro infante Código de Proceso Civil, después de años de reflexiones legislativas, ha tenido una vacante, antes de entrar en lo cotidiano de los brasileños, de un año, para que nos acostumbásemos con él. Decisiones mucho menos importantes que el “Brexit”, tardan meses entre Cámara, el Senado y el veto presidencial, en debates para ser aprobadas. Se habla en una elección con reflejos individuales y globales tan serios como en “Brexit” en Brasil, de la forma en que fuera conducido, están fuera de debate. Este tipo de inseguridad, de que podamos dormir siendo socios comerciales de 27 naciones y despertarnos sin ninguno de ellos, por decisión unilateral, no tenemos en hipótesis ninguna.

4. Brasil es un mercado consumidor voraz y prácticamente inmune a la crisis, donde nace un consumidor a cada 19 segundos; la red de supermercados “Día”, tiene 800 franquicias; el Banco Santander, que se desplomó en el IBEX-35, en pocas horas, en el fatídico “viernes-24”, perdiendo 20% de su valor, ha tenido un lucro fabuloso, año tras año, más que cualquier operación suya, en cualquier otro lugar del mundo; Telefónica, que perdió más del 16% de su valor, en la misma fecha, reina absoluta como mayor operadora del país; estamos entre los cinco mayores consumidores mundiales de varios productos,

inspira; tanto é assim que há agências de avaliação de risco, que já repensam a posição da Inglaterra no cenário macroeconômico mundial e já tem quem fale em crise sistémica europeia -, comecem a olhar para os países emergentes com mais simpatia e apetite, neles vendo, a máxima segurança que todo investidor espera.

Ainda que o Brasil não tenha tido ultimamente uma audiência internacional das mais honrosas no cenário político, não se pode deixar de considerar que:

1. A segurança jurídica no Brasil é inquestionável. A “Operação Lava-Jato” tem dado uma demonstração inequívoca disto. Nunca tantos ricos e poderosos infractores foram, em lapso temporal tão breve, presos e processados no Brasil, e quiçá, poucas vezes na história da humanidade.

2. Nossa segurança legislativa também é aceitável. O processo de impedimento da Presidente da República trafega em vias da mais soberana democracia e garantia da ampla defesa, e do contraditório, a ponto de Fernando Collor de Mello fazer lembrar que no seu tempo não fora tão complexa e delongada a sua instrução probatória.

3. As decisões com reflexos sociais e gerais são tomadas com segurança, no Brasil. O nosso infante Código de Processo Civil, após anos de reflexões legislativas, teve uma vacância antes de entrar no cotidiano dos brasileiros de um ano, para que nos acostumássemos com ele. Decisões muito menos importantes quanto o “Brexit” demoram meses em debates entre a Câmara, o Senado e o veto presidencial para serem aprovadas. Falar-se em uma escolha com reflexos individuais e globais tão séria como o “Brexit” no Brasil, da forma em que foi conduzida está fora de cogitação. Este tipo de insegurança, a de poder dormir sendo parceiros comerciais de 27 nações e acordar sem nenhum deles, por decisão unilateral, não temos em hipótese nenhuma.

4. O Brasil é um mercado consumidor voraz e praticamente imune às crises, onde nasce um consumidor a cada 19 segundos; a rede de supermercados “Día” tem 800 franquias; o Banco Santander, que despencou no IBEX-35, em poucas horas, no fatídico “viernes-24”, perdendo 20% de seu valor, tem tido um lucro fabuloso, ano após ano, mais do que qualquer operação sua, em qualquer outro lugar do mundo; a Telefônica, que perdeu mais de 16% do seu valor, na mesma data, reina absoluta como maior operadora do país; estamos entre os cinco maiores consumidores mundiais de vários produtos, como perfumes, geladeiras, sapatos, cervejas, computadores, motocicletas, papel higiênico e muitos outros.

como perfumes, frigoríficos, zapatos, cervezas, ordenadores, motocicletas, papel higiénico y muchos otros.

5. Nuestros fundamentos macroeconómicos son sólidos. En cuanto el IBEX-35 ha tenido el peor desempeño de su historia en el “viernes-23”, superior al 12% y las bolsas mundiales se desplomaron; la de São Paulo, tuvo pérdidas dentro de un día habitual de pesimismo macroeconómico, cerrando con pérdidas de 2,82%, pero acumulando IBOVESPA alta semanal de 1,15% y mensual de 3,37%, demostrando una notable performance. Brasil, pese que sea gran exportador, deteniendo incluso superávit expresivo con relación a Reino Unido, explora todavía poco su potencial con el comercio exterior, pudiendo, a través de una buena política en este sector, mejorar bastante sus números, pues en cuanto las exportaciones representan solamente 12% de nuestro PIB, en India ya lo es en 24%, en cuanto que, en España, 32%. Brasil acaba de cerrar con España, por ejemplo, un acuerdo de cooperación bilateral en áreas tributaria y aduanera, figurándose como óptima señal de posible inicio de esta venturosa fase de incentivos al comercio exterior, como aquí encima, defendida y sugerida.

6. España puede - y probablemente lo hará- recrudescer su presencia con Brasil, delante de este nuevo cuadro mundial que el “Brexit” inspira, hace más de veinte años, es uno de los mayores inversores internacionales en nuestro país, donde mantiene, con cerca de 200 grandes empresas, cerca de 64 mil millones de dólares, en capitales aportados.

Es decir, concluyendo, que el todo poderoso Reino Unido (UK), “puede” haber - motivado por un inconsecuente y excesivamente orgulloso espasmo separatista - cometido un inolvidable error histórico con consecuencias desastrosas para el mundo, con su precipitada pretensión de “separación trágica”, en palabras del “Economist”, a menos que no estemos evaluando tan bien como pensamos esta elección y sus consecuencias.

A menos que un humilde y molesto arrepentimiento, tras un mejor reflexionar sobre los resultados que el mundo experimenta, nada inherente a la flema británica, se figure en el horizonte próximo, es la hora de la humildad brasileña, dentro de la imagen que algunas potencias internacionales tienen de nosotros de “tupiniquim people”, más mundialmente simpáticos y receptivos imposible, señalizamos “¡gringos”, estamos aquí y queremos vender jabuticabas!”.

5. Nossos fundamentos macroeconômicos estão sólidos. Enquanto o IBEX-35 teve o pior desempenho de sua história no “viernes-23”, superior a 12% e as bolsas mundiais despencaram; a de São Paulo teve perdas dentro de um dia habitual de pessimismo macroeconômico, fechando com perdas de 2,82%, porém acumulando o Ibovespa alta semanal de 1,15% e mensal de 3,37%, demonstrando uma notável performance. O Brasil, apesar de grande exportador, detendo inclusive superávit expressivo com relação ao Reino Unido, explora ainda pouco de seu potencial com o comércio exterior, podendo, através de uma boa política neste setor, melhorar bastante seus números, pois enquanto as exportações representam somente 12% de nosso PIB, na Índia já o é em 24%, enquanto que em Espanha, 32%. O Brasil acaba de fechar com a Espanha, por exemplo, um acordo de cooperação bilateral nas áreas tributária e aduaneira, afigurando-se como ótimo sinal de possível início desta venturosa fase de incentivos ao comércio exterior, como aqui acima, defendida e sugerida.

6. A Espanha, que pode - e provavelmente o fará - recrudescer sua parceria com o Brasil, diante este novo quadro mundial que o “Brexit” inspira, há mais de vinte anos, é um dos maiores investidores internacionais no nosso país, onde mantém, com cerca de 200 grandes empresas, cerca de 64 bilhões de dólares, em capitais aportados.

É dizer, concluindo, que o todo poderoso Reino Unido (UK), “pode” ter movido- por um inconsequente e excessivamente orgulhoso espasmo separatista - cometido um inesquecível erro histórico com consequências desastrosas para o mundo, com sua precipitada pretensão de “separação trágica”, nas palavras do “Economist”, a menos que não estejamos avaliando tão bem quanto pensamos esta escolha e suas consequências.

A menos que um humilde e constrangedor arrependimento, após um melhor refletir sobre os resultados que o mundo experimenta, nada inerente à fleuma britânica, se afigure no horizonte próximo, é a hora da humildade brasileira, dentro da imagem que algumas potências internacionais têm de nós de “tupiniquim people”, mais mundialmente simpáticos e receptivos impossível, sinalizarmos “gringos, estamos aqui e queremos vender jabuticabas!”.



Madrid



Abrescco

BRASIL Y ESPAÑA, MÁS CERCA QUE NUNCA

www.abrescco.es