

Capítulo 25

LLORENTE & CUENCA

Consultoría de comunicación líder en España y América Latina con más de 350 especialistas en consultoría estratégica, dispone de oficinas propias en Sao Paulo y Río de Janeiro.

“Brasil: comunicar sobre el hombro de un gigante”

Por **Juan C. Gozzer**

Director Ejecutivo de Llorente & Cuenca Brasil

LLORENTE & CUENCA es una de las cincuenta compañías de comunicación más importantes a nivel mundial, según el ranking Global 2011 elaborado por The Holmes Report, y la primera consultoría de comunicación en España y América Latina.

Con quince socios y más de 300 especialistas en consultoría estratégica, la compañía cuenta con oficinas propias en Argentina, Brasil, Colombia, China, Ecuador, España, México, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana. Además, ofrece sus servicios a través de empresas afiliadas en Estados Unidos, Chile, Bolivia, Uruguay y Venezuela.

Presente en Brasil desde 2008, LLORENTE & CUENCA se ha especializado en asesorar a grandes empresas en la definición de estrategias de reputación y comunicación ligadas a sus principales stakeholders y en diferentes dimensiones.

En la actualidad, la compañía acompaña a empresas de la talla de Light Energía, Coca-Cola FEMSA, Repsol Sinopec o Faurecia, entre otros. En estos casi cinco años de operaciones ininterrumpidas también ha desarrollado proyectos para clientes como Odebrecht, la Asociación de Comercio Exterior de Brasil (AEB), Tanspetro, Gas Natural y organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Con cada uno de ellos, el equipo de especialistas presente en las oficinas de Río de Janeiro (y a partir de 2013 en Sao Paulo) ha desarrollado un trabajo enfocado a fortalecer la reputación corporativa en estrecho vínculo con su modelo de negocio y diferentes áreas de actuación. En ese sentido, la compañía ha avanzado su presencia

en Brasil con proyectos en áreas como la comunicación online, financiera, de crisis o responsabilidad social, por citar algunas.

En noviembre de 2009, la revista *The Economist* dedicó su portada a Brasil, con una histórica imagen del Cristo Redentor despegando como un cohete. El titular "Brazil takes off", anunciaba el lanzamiento de un país que, desde entonces, no ha parado de consolidarse como uno de los principales destinos empresariales de América Latina y del mundo.

Para cuando esa portada vio la luz, LLORENTE & CUENCA cumplía su primer aniversario en el país apostando por tres líneas de acción específicas:

- El traslado de su *know how* a un mercado que internamente se encontraba ya en plena ebullición.
- La asesoría a empresas españolas que comenzaban a llegar a Brasil, enfrentándose a las dificultades no sólo de idioma sino para entender la complejidad de la comunicación y el relacionamiento estratégico en el país.
- La puesta en valor de su red y liderazgo internacional para empresas brasileñas (especialmente del sector de la construcción), que empezaban un proceso de internacionalización en América Latina que persiste hasta nuestros días.

En un país con las dimensiones de un continente, con casi 200 millones de habitantes y con centros neurálgicos igualmente importantes como Brasilia, Río de Janeiro o Sao Paulo (sólo por citar la "primera línea") el reto de comunicar es muy alto. Conscientes de esto, la llegada de LLORENTE & CUENCA a Brasil estuvo motivada especialmente por su capacidad para integrar un modelo de consultoría en reputación que ya tenía un recorrido internacional demostrado en países igualmente complejos como Argentina o México.

Así mismo, la demanda de sus mismos clientes, que llegaban al país o tenían interés en hacerlo, motivaron a la compañía a completar su red latinoamericana consolidando su presencia en Brasil.

Han pasado casi cinco años desde la apuesta hecha por la compañía y el balance no puede ser más positivo, aunque no exento de dificultades.

Como empresa, LLORENTE & CUENCA ha afrontado los retos propios de un mercado con una regulación compleja y en el que las empresas extranjeras deben enfrentar los desafíos de un país con un alto engranaje proteccionista.

Así mismo, entrar en un mercado en el que existen más de mil agencias de comunicación significó para la compañía reforzar su valor diferenciado, su experiencia con grandes compañías, su modelo metodológico y su liderazgo regional.

No obstante, la compañía supo convertir estos retos en oportunidades y gracias a eso cerrará el 2012 con un crecimiento superior al 70 por ciento, lo que marca el buen momento de LLORENTE & CUENCA en Brasil.

Se ha apostado por fortalecer el talento local y enriquecer su modelo con las particularidades internas. Ser un empresa brasilera, que forma parte de un grupo a español,

ha permitido a LLORENTE & CUENCA generar vías de ida y vuelta en el que su propia comunicación fluye en los dos idiomas (y no sólo “traduciendo” del uno al otro), al tiempo que ha fortalecido la gestión con clientes que ven en esa vocación internacional uno de los principales activos de la compañía.

Su especialización en reputación y un modelo metodológico sólido basado en una comunicación estratégica ha ayudado a la empresa a consolidarse en el mercado y, al mismo tiempo, trabajar en buena asociación con otros grandes actores de la comunicación presentes en el país.

Otro de los factores positivos a destacar es el grado de madurez que las empresas brasileras han ido adquiriendo en los últimos años en términos de comunicación. Esto ha motivado un mayor y más profundo interés por abordar la reputación como un activo intangible de alto valor muy ligado al modelo planteado por LLORENTE & CUENCA.

Por otro lado, el proceso de internacionalización de las compañías brasileras sigue marcando un punto importante de la agenda de la empresa en el país. Constructoras como Odebrecht o bancos como Itaú son apenas ejemplos de clientes para los que la presencia de LLORENTE & CUENCA en países como Panamá o Colombia ha sido un valor de alto impacto.

También es cierto que hay dos factores adicionales que han fortalecido la presencia de LLORENTE & CUENCA en Brasil:

- Por un lado, al hospedar la próxima Copa del Mundo de Fútbol (2014) y los Juegos Olímpicos de 2016, Brasil se ha puesto en la mira de muchas empresas alrededor del mundo. Esto ha provocado que LLORENTE & CUENCA sea la consultora de referencia a través de su red internacional de socios.
- Por otro, el escenario económico en países como España o Portugal, ha llamado la atención de las grandes empresas brasileras que buscan reforzar su presencia en estos países y para ello identifican a LLORENTE & CUENCA como un *partner* ideal.

Así, a pesar de la complejidad económica del país, la seguridad jurídica y política (por encima de los recientes escándalos como el llamado mensalao), así como la buena disposición del sector público (funcionarios e instituciones), ha ayudado a superar las dificultades iniciales y consolidarse como una de las consultoras de referencia en el país.

Rio+20, Copa del Mundo de Fútbol, Juegos Olímpicos, Jornadas Mundiales de la Juventud. Pareciera que todo lo importante que sucede en el mundo tendrá lugar en Brasil en los próximos años.

Al menos eso es lo que se respira en las calles de Rio de Janeiro o Sao Paulo. Esa es la perspectiva que tiene la mayoría de empresarios en el país y aquellos que están llegando. Todos los ojos están puestos en Brasil y eso hace que comunicar se convierta, más que nunca, en un proceso altamente importante.

Y ese es, sin duda, el mayor reto que tiene LLORENTE & CUENCA en Brasil para los próximos años. No sólo a través de la madurez alcanzada en el mercado, sino de acciones concretas como la de consolidar en 2013 su oficina propia en Sao Paulo

(que se suma a la existente en Rio de Janeiro) y continuar con el fortalecimiento de su red de socios y colaboradores en Brasilia y otras de gran relevancia como Belo Horizonte, Porto Alegre o Salvador, solo por citar algunas.

Fortalecer su metodología de trabajo y su oferta de valor, así como su capacidad y talento local serán las claves para que la compañía pueda responder a la creciente demanda de presencia en América Latina proveniente de las empresas brasileras, al tiempo que se consolida como el interlocutor ideal para aquellas compañías españolas y latinoamericanas que se preparan para invertir en el país.