



ARTÍCULO

POSIBLE IMPACTO DE LA COVID-19 EN LAS ELECCIONES ESTADOUNIDENSES DE 2020

Miami, 14 de Julio de 2020

INTRODUCCIÓN

La COVID-19 ha causado estragos en Estados Unidos, donde a 1 de julio se habían contabilizado ya más de 2,7 millones de casos y 130000 fallecidos, y los números seguirán aumentando, ya que son muchos los Estados que siguen registrando incrementos en sus cifras. No cabe duda de que todo ello tendrá un fuerte impacto en el modo en que los ciudadanos estadounidenses votarán el próximo mes de noviembre, cuando decidirán si respaldan al titular de la Casa Blanca, el presidente republicano Donald Trump, o van en una nueva dirección con el probable candidato demócrata, el ex vicepresidente Joe Biden. Pero para hacernos una idea de las complejas interrelaciones entre la pandemia del coronavirus y las elecciones estadounidenses, debemos conocer un poco mejor el sistema electoral de este país.

Un aspecto clave a la hora de entender este proceso es que el voto de una persona no se traduce directamente en un voto para el candidato elegido. Se debe a que en Estados Unidos hay un Colegio Electoral, en el que cada Estado tiene asignados un número determinado de votos en función de su representación en el Congreso. Aunque los ciudadanos de EE.UU. son aproximadamente 331 millones, los votos disponibles en el Colegio Electoral son 538, y los candidatos solo necesitan una mayoría simple (270 votos) para hacerse con la presidencia. Por otra parte, en la mayoría de los Estados el sistema de asignación de sus votos electorales es el de “el ganador se lo lleva todo”, por lo cual si en un Estado se registra un 51% de los votos para el candidato X y un 49% para el candidato Y, el candidato X se queda con todos los votos de ese Estado en el Colegio Electoral.

Esto provoca que la cuestión principal no consista en obtener una mayoría de votos a nivel nacional, sino en ganar en los diferentes Estados. En la mayoría de los casos, los candidatos que han obtenido el voto popular también han ganado en el colegio electoral, obteniendo así la presidencia. Pero ha habido notables excepciones, incluyendo las elecciones a la presidencia de 2016. Y esto adquiere una importancia muy significativa en el mapa electoral actual, ya que va quedando

bastante claro (sorpresas aparte) qué candidato vencerá en aproximadamente el 70% de los Estados.

El tercio restante, compuesto por los “Estados oscilantes”, así llamados por su capacidad para decantarse bien por el candidato republicano, o bien por el demócrata, será el que determine el resultado en las próximas elecciones. Estos “Estados oscilantes” son Colorado, Florida, Iowa, Michigan, Minnesota, Nevada, New Hampshire, Nuevo México, Carolina del Norte, Ohio, Pensilvania, Virginia y Wisconsin, que suman entre todos 161 votos (en este grupo cabe incluir asimismo a Arizona y Texas, ya que en los últimos años en ambos Estados se han ido cerrando el margen de votos en las victorias republicanas). Esto confiere una enorme importancia a dichos Estados en los años electorales.

Otro importante componente que hay que comprender es que Estados Unidos es un país relativamente descentralizado, en el que cada Estado tiene capacidad para determinar muchos aspectos de sus respectivas leyes, administraciones y respuestas a las crisis. El gobierno nacional, por ejemplo, no lo tiene fácil a la hora de dictar una orden de confinamiento a escala federal. Y esta descentralización se aplica igualmente a los ciudadanos, quienes se rigen preferentemente por las normas de sus respectivas comunidades y con frecuencia no conocen o no se interesan por lo que ocurre en otros Estados.

A esto viene a añadirse la COVID-19, que ha causado un grave perjuicio a nivel económico, sanitario y social. Ha impactado (o impactará) en casi todos los aspectos del proceso electoral, desde la selección a los candidatos finales hasta la propia campaña. Intentaremos analizar estas complejas relaciones a continuación.



LA CRISIS SANITARIA

La COVID-19 es, primera y principalmente, una crisis sanitaria, y de este hecho se desprenden todos los demás problemas. A 29 de junio de 2020 Estados Unidos tenía el mayor número de casos diagnosticados de todos los países, registrando más del 25% de las muertes totales. La COVID-19 ha golpeado muy duramente a este país, donde los epicentros se van desplazando de una ciudad (o un Estado) a otra. Hasta ahora los Estados más golpeados han sido California, Florida, Illinois, Pensilvania, Nueva Jersey, Nueva York y Texas, sin perder de vista a Arizona. En muchos de ellos las cifras de infectados siguen creciendo en estos mismos momentos.

La expansión de la pandemia se ha visto exacerbada por la gran diversidad de respuestas que se han dado a la crisis. Como la sanidad pública se gobierna a nivel estatal, no existe demasiada cohesión regional, y aún menos nacional. Esto ha supuesto que en algunos Estados, como Nueva York, siguen estando en vigor órdenes de confinamiento y los negocios no esenciales están total o parcialmente cerrados, mientras que en otros Estados, como Florida (donde el orden de confinamiento ha sido siempre comparativamente menos rígida), en estos momentos los negocios están reabriendo progresivamente, a pesar del incremento en el número de casos. Algunos Estados están revirtiendo sus decisiones; el 26 de junio Florida prohibió la venta de alcohol en los bares en un intento por reducir las multitudes, y está cerrando sus playas de nuevo.

Aunque la autoridad del gobierno federal para gobernar directamente los Estados es bastante limitada, en estas circunstancias son muchos los ciudadanos que han echado de menos un mayor liderazgo por parte de la Casa Blanca, como puede comprobarse en las calificaciones que otorgan a la labor del actual presidente. Trump obtuvo buenos índices de aprobación a su gestión inicial de la crisis, que a finales de marzo alcanzaba el 49%, pero que desde entonces se ha reducido al 42,6% (promedio de Real Clear Politics) o al 41% (promedio ajustado de FiveThirtyEight). Estas cifras son significativas porque nunca ha sido reelegido un presidente con un índice de aprobación inferior al 48%. Invertir esta tendencia con las elecciones a la vuelta de la esquina será una tarea difícil, si bien no cabe decir que imposible, en una situación sin precedentes como la actual.

“Nunca ha sido reelegido un presidente con un índice de aprobación inferior al 48%”



IMPACTO ECONÓMICO

En los tres meses comprendidos entre marzo y junio, más de 46 millones de ciudadanos estadounidenses han solicitado la prestación por desempleo, el mayor índice de paro registrado desde la Gran Depresión. La situación ha obligado a la administración a tomar medidas para dar ayudas, pero muchas personas lo siguen pasando mal a pesar de iniciativas como Coronavirus Aid Relief y la Economic Security Act (la Ley CARES), que incluyen una ayuda única para los ciudadanos y préstamos a bajo interés para las pequeñas empresas.

Esta situación se ha visto empeorada por todos los cierres de empresas y órdenes de confinamiento del primer trimestre, muchas de los cuales ahora se intentan relajar. La gente que no puede salir de casa no puede reavivar la economía, y lo mismo se puede decir de los bares, restaurantes, centros comerciales y tiendas que permanecen cerrados.

La actual administración intenta reabrir rápidamente los distintos Estados, en especial los "oscilantes", cuyas maltrechas economías suponen un especial peligro para la reelección del presidente. Así, cuando Trump publicó tweets como "¡LIBEREMOS MICHIGAN/MINESOTA/VIRGINIA/WISCONSIN!" (obsérvese: todos ellos Estados oscilantes) su intención era animar a los ciudadanos a que ejercieran presión sobre sus gobernadores para que relajaran las respectivas órdenes de confinamiento, lo que facilitaría que la gente reanudara sus actividades comerciales habituales y con ello mejorasen las economías locales de estas áreas clave.

La actual es, en general, una situación desastrosa para cualquier presidente en ejercicio, pero aún más para uno republicano, ya que la promesa de su partido se centra en mantener una economía fuerte y ayudar a los que quieren trabajar a conservar sus empleos. De hecho, una de las principales promesas de la campaña del presidente Trump se ha centrado en el bienestar económico, por lo que esta recesión plantea una especial amenaza para sus aspiraciones a la reelección.

“Es una situación desastrosa para cualquier presidente, pero aún más para uno Republicano, ya que la promesa de su partido se centra en mantener una economía fuerte”

La administración ha empezado a combatir esta percepción por dos vías: ofrecer unas cifras que sugieran algún tipo de recuperación económica, y adoptar una postura dura en el tema de la inmigración, otro de los pilares esenciales en la primera campaña presidencial de Trump. No es solo que la inmigración sea un tema muy importante para su base de votantes, sino que, esta vez, su estrategia consistirá en relacionar la reducción de la inmigración con la protección de los puestos de trabajo de los estadounidenses, una cuestión a la que muchos son sensibles dado el índice generalizado de desempleo. La administración confía en que esta retórica ayudará al actual presidente en la carrera hacia las elecciones.

EL PROCESO DE LA CAMPAÑA

Como es de esperar, la forma en que se ha desarrollado la campaña en sí se ha visto afectada por esta crisis sanitaria. Antes los candidatos a la presidencia recorrían el país de punta a punta asistiendo a manifestaciones y explicando sus ideas, con el objetivo de convencer a la gente para que les votase en las elecciones, y, dada la importancia de los Estados oscilantes, gran parte de la campaña se está centrando en ello. Pero la COVID-19 ha cambiado sustancialmente la forma de hacerlo. Mientras que antes los candidatos recorrían el país celebrando grandes mítines a los que asistían en persona, la pandemia ha complicado enormemente este procedimiento.

El actual presidente ha interrumpido sus mítines durante tres meses debido a la pandemia, pero tanto él como su oponente este verano han comenzado a asistir a actos públicos. Sin embargo, no cabe duda de que la COVID-19 lo ha cambiado todo. Los asistentes a los tradicionales actos a gran escala del presidente Trump ahora tienen que firmar una cláusula de exención de responsabilidad en caso de contraer la enfermedad durante el evento, y a los actos de Biden prácticamente no se invita a votantes y se respeta la distancia social.

En esta situación, el actual presidente tiene una ventaja potencial, ya que puede hablar a diario ante las cámaras desde la Casa Blanca, lo cual le permite explicar su postura y al mismo tiempo mantener su presencia pública. El candidato opositor no tiene las mismas oportunidades de llegar al público, lo cual puede suponer una desventaja. Lo irónico, no obstante, es que las manifestaciones públicas de Trump en ocasiones han jugado en su contra, y aparentemente la campaña de Biden ha optado por mantener un perfil bajo para el candidato demócrata, dadas las posibilidades de meter la pata al hablar en público.

Por otra parte, esta realidad ha aumentado la importancia de los canales digitales en el proceso electoral, en el que las redes sociales van adquiriendo cada vez mayor peso. Es un hecho conocido que el presidente Trump es aficionado a utilizarlas, especialmente Twitter, mientras

que su oponente no está tan familiarizado con su uso. Mientras que constituyen una evidente ventaja para Trump, también es cierto que los ciudadanos cada vez confían menos en lo que ven por estos canales y, tras un altercado entre el presidente actual y Twitter, la plataforma ha comenzado a censurar algunos de sus tweets alegando que vulneran sus términos legales o que son potenciales “fake news” (noticias falsas). Esto puede equilibrar la disparidad entre los grados de confort de los candidatos con las redes sociales.

“Esta realidad ha aumentado la importancia de los canales digitales en el proceso electoral, en el que las redes sociales van adquiriendo cada vez mayor peso”





VOTACIÓN Y DÍA DE ELECCIONES

La COVID-19 ya ha afectado a las elecciones primarias (el proceso para escoger a los candidatos definitivos a la presidencia) en 15 Estados, incluyendo los “Estados oscilantes” de Ohio y Pensilvania. En algunos Estados se han retrasado las primarias, en algunos casos varias veces. En cambio, otros han optado por el voto por correo.

Todo ello sugiere potenciales turbulencias también en las elecciones de noviembre. Ya se ha hablado de su celebración exclusivamente mediante voto por correo, algo a lo que se ha opuesto vivamente la actual administración. Y ello se debe a que realizar un voto por correo en todo el país podría tener unos efectos mayores de lo que pudiera parecer a primera vista.

El voto por correo probablemente simplificara el proceso de voto, permitiendo que las personas ejerzan su derecho ciudadano incluso si están trabajando, enfermas o no tienen cerca un colegio electoral, todas ellas razones que puede dificultar a cualquiera a la hora de emitir su voto. Y esto es importante porque, en líneas generales, las comunidades electorales pequeñas tienden a favorecer a los republicanos (como el actual presidente) y las grandes, a los demócratas. Según este argumento el voto por correo favorecería a la oposición. Desde esta perspectiva es comprensible la

resistencia de la actual administración.

No obstante, también podrían plantearse importantes inconvenientes al voto en persona, suponiendo que la pandemia de la COVID-19 no haya remitido en noviembre. Dado este orden de cosas, apenas la mitad de los votantes republicanos son partidarios del voto por correo en estas elecciones.

El voto por correo no es nada nuevo, lo que permite entender por qué tantos Estados han realizado sus primarias mediante este canal, pero las políticas de acceso al voto por correo varían considerablemente de un Estado a otro. Actualmente solo cinco Estados envían automáticamente a todos sus votantes el material para el voto por correo, incluyendo el Estado oscilante de Colorado. Otros 29 Estados en total exigen que sus votantes lo pueden solicitar, pero no es necesario presentar una justificación para ello. Entre ellos se encuentran todos los demás “Estados oscilantes” excepto New Hampshire, donde los votantes sí tienen que justificar su solicitud.

En última instancia, qué Estados ofrezcan la posibilidad de votar por correo y cómo decidan implementarlo será decisión individual de cada Estado, pero también una cuestión muy importante que la actual administración no perderá de vista.

DESÓRDENES SOCIALES

La reciente agitación social a raíz del asesinato de George Floyd a manos de miembros de la policía de Minneapolis, Minesota (un Estado oscilante) no puede separarse totalmente del telón de fondo que supone la pandemia de la COVID-19. La injusticia racial y la brutalidad policial han sido durante algún tiempo motivo habitual de conversación en Estados Unidos, pero no habían resultado en una respuesta tan generalizada y virulenta en décadas; las protestas Black Lives Matter se han extendido por los 50 Estados, y siguen produciéndose. Aunque la COVID-19 no es totalmente responsable de este grado de reacción, la pandemia y las realidades que la acompañan sin duda han contribuido a ello.

En primer lugar, las evidencias sugieren que ciertos grupos étnicos se han visto más afectados que otros por la COVID-19, especialmente la población negra (92,3 muertes por cada 100000 habitantes) y la hispana (74,3 muertes por cada 100000 habitantes). En cambio, los blancos solo han registrado 45,2 muertes por cada 100000 habitantes y los asiáticos, solo 34,5 muertes por cada 100000 habitantes.

Aunque existen numerosos factores coadyuvantes para estas cifras, desde las situaciones vitales hasta las laborales y culturales, el hecho esencial es simple: proporcionalmente, más americanos negros han fallecido de COVID-19 que ningún otro grupo étnico. Esto significa que la noticia de la muerte de George Floyd llegó en un momento de gran tribulación y angustia para gran parte de esta comunidad. Esto, unido a la natural frustración surgida del confinamiento prolongado durante semanas, es una realidad que no puede ignorarse a la hora de analizar los motivos por los que se ha producido precisamente ahora esta explosión de protestas, con algunos episodios de saqueo.

Estas protestas y demostraciones pacíficas no son buenas para la administración republicana, ya que se centran en un tema, el de la justicia social, tradicionalmente demócrata. Sin embargo muchos demócratas se cuestionan por qué el presunto candidato Biden todavía no se ha manifestado con fuerza a favor del movimiento Black Lives Matter, dado el fuerte apoyo de

que ha disfrutado por parte del voto negro en las primarias. Por otra parte, los estallidos de motines y saqueos han contribuido a justificar el lema de "ley y orden" del actual presidente, que se centra en el respaldo a las fuerzas de la ley.



CONCLUSIONES

Ninguno de los dos presuntos candidatos a las elecciones de noviembre puede jactarse de haber gestionado particularmente bien la crisis de la COVID-19 y todas las cuestiones asociadas. Tanto Trump como Biden deben enfrentarse a las elecciones en un entorno de dificultades económicas, sanitarias y sociales sin precedentes.

Por un lado, tras casi cuatro años de administración del actual presidente, y en puertas de las elecciones, Trump ha perdido su argumento más poderoso, esto es, que bajo su presidencia la economía se había fortalecido. Si bien esto podía ser cierto antes de la COVID-19, actualmente la nación se enfrenta a un estancamiento económico y al fin del estado del bienestar. A pesar de los enormes fondos que el gobierno nacional ha bombeado en el ecosistema económico, el malestar social y el miedo al coronavirus siguen reinando entre la ciudadanía. Para que tenga alguna posibilidad de ser reelegido, el electorado debe ver que el país avanza por la senda correcta hacia la recuperación, bien el día de las elecciones, bien antes, si finalmente una mayoría de ciudadanos ejerce su voto por correo.

De otro lado, Biden ha estado más bien silencioso acerca de muchas cuestiones relevantes para la sociedad estadounidense en esta hora crucial. Aunque todos los demás candidatos demócratas han concedido su apoyo a Biden, ello no garantiza que pueda obtener el apoyo de aquellos que votaron por sus competidores en las primarias. Por ejemplo: muchos de los partidarios de Bernie Sanders son jóvenes de izquierda, y Biden tendrá que hacerse con esta porción del voto demócrata a pesar de que muchos de estos jóvenes ciudadanos consideran que sus posturas y prioridades no son suficientemente “de izquierdas”. Biden deberá conseguir su voto sin poner en peligro el apoyo de los votantes del electorado demócrata centrista que son los que le han aupado hasta donde está, así como el de otros votantes indecisos. La campaña demócrata cuenta asimismo con numerosos votantes desencantados en esta temporada electoral, confiando en que darán su voto a Biden simplemente por rechazo al presidente Trump.

Considerando todo lo expuesto, ambos candidatos siguen teniendo un largo camino por recorrer antes de convertirse en el próximo presidente de los Estados Unidos. La batalla por los “Estados oscilantes” será reñida, y, ahora más que nunca, las cuestiones económicas, sanitarias y de justicia social, todo ello aderezado con la crisis de la COVID-19, enredarán el paisaje político al que se enfrentan ambos candidatos en la carrera final hacia las elecciones de noviembre.

“Ninguno de los dos presuntos candidatos a las elecciones de noviembre puede jactarse de haber gestionado particularmente bien la crisis”



AUTORES



Erich de la Fuente. Socio y Chairman US. Erich de la Fuente tiene un Máster en estudios latinoamericanos de la escuela diplomática de la Universidad de Georgetown en Washington DC, es licenciado en relaciones internacionales por la Universidad Internacional de la Florida. Como profesional, Erich se ha especializado en el diseño e implementación de estrategias de comunicación corporativa, asuntos públicos, comunicación interna y manejo de crisis para clientes corporativos y organizaciones sin ánimo de lucro. También se ha desempeñado como analista político y arquitecto de iniciativas internacionales de anticorrupción y buena gobernabilidad. En el área de desarrollo internacional, Erich, con más de 20 años de experiencia en el sector, ha participado en múltiples proyectos como asesor de entidades multilaterales y la agencia norteamericana para el desarrollo, USAID.

edelafuente@llorenteycuenca.com



Carlos Correcha-Price. CEO US. Experto en comunicaciones corporativas estratégicas, Asuntos Públicos, imagen, reputación y gestión y preparación de crisis, Carlos tiene una amplia experiencia trabajando tanto en América Latina como en el mercado hispano de Estados Unidos. Como Director Ejecutivo de LLYC en Estados Unidos, dirige las operaciones de la firma en sus sedes de Miami, Nueva York y Washington, D.C., supervisando las cuentas de clientes clave y ampliando la huella de la compañía. Es licenciado en Estudios Liberales (con especialización en Relaciones Públicas y Publicidad), Marketing y Ciencias Políticas por la Universidad de Florida Central. Carlos también es miembro de la Junta Directiva de Intrahealth y miembro de la Junta Asesora de la Asociación Hispana de Relaciones Públicas.

ccorrecha@llorenteycuenca.com



Khy Labri. Manager en LLYC USA. Khy tiene más de 8 años de experiencia trabajando en relaciones públicas, apoyando a compañías en los sectores de atención médica, tecnología y consumo, entre otras. Ha trabajado con clientes como la Asamblea General de las Naciones Unidas, DHL, el BID, la Organización Cisneros, Merck & Co. o HPE Aruba. Tiene un Grado de la New School y un Máster en Traducción de la Universidad de Nueva York.

klabri@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero
Socio y CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Enrique González
Socio y CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y Chief Strategy and Innovation Officer
acorujo@llorenteycuenca.com

Nazaret Izquierdo
Directora Global de Talento
nizquierdo@llorenteycuenca.com

Cristina Ysasi-Ysasmendi
Directora Corporativa
cysasi@llorenteycuenca.com

Juan Pablo Ocaña
Director de Legal & Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo
Director Senior de Tecnología
dfernandez@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y Global Controller
jldigirolamo@llorenteycuenca.com

Antonieta Mendoza de López
Vicepresidenta de Advocacy LatAm
amendozalopez@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo
Socio y Director General Regional
apinedo@llorenteycuenca.com

Luisa García
Socia y Directora General Regional
lgarcia@llorenteycuenca.com

Barcelona

María Cura
Socia y Directora General
mcura@llorenteycuenca.com

Óscar Iniesta
Socio y Director Senior
oiniesta@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Joan Navarro
Socio y Vicepresidente
Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y Director Senior
Deporte y Estrategia de Negocio
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino
Socio y Director Senior Digital
ipino@llorenteycuenca.com

David G. Natal
Socio y Director Senior
Consumer Engagement
dgonzalez@llorenteycuenca.com

Ana Folgueira
Socia y Directora Ejecutiva
de Estudio Creativo
afolgueira@llorenteycuenca.com

Paco Hevia
Director Senior
Comunicación Corporativa
phevia@llorenteycuenca.com

Jorge López Zafra
Director Senior
Comunicación Financiera
jlopez@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Lisboa

Tiago Vidal
Socio y Director General
tvidal@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. + 351 21 923 97 00

ESTADOS UNIDOS

Erich de la Fuente
Socio y Chairman US
edela Fuente@llorenteycuenca.com

Carlos Correcha-Price
CEO
ccorrecha@llorenteycuenca.com

Javier Marín
Director Senior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Miami

Emigdio Rojas
Director Ejecutivo
erojas@llorenteycuenca.com

Nueva York

Gerard Guiu
Director de Desarrollo de
Negocio Internacional
gguiu@llorenteycuenca.com

3 Columbus Circle
9th Floor
New York, NY 10019
United States
Tel. +1 646 805 2000

REGIÓN NORTE

Javier Rosado
Socio y Director General Regional
jrosado@llorenteycuenca.com

Ciudad de México

Rogelio Blanco
Director General
rblanco@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412
Piso 14. Colonia Juárez
Alcaldía Cuauhtémoc
CP 06600, Ciudad de México
Tel. +52 55 5257 1084

Javier Marín
Director Senior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Panamá

Manuel Domínguez
Director General
mdominguez@llorenteycuenca.com

Sortis Business Tower
Piso 9, Calle 57
Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Director General
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Suite 702
Tel. +1 809 6161975

San José

Pablo Duncan - Linch
Socio Director
CLC Comunicación | Afiliada LLYC
pduncan@clcglobal.cr

Del Banco General 350 metros oeste
Trejos Montealegre, Escazú
San José
Tel. +506 228 93240

REGIÓN ANDINA

Luis Miguel Peña
Socio y Director General Regional
lmpena@llorenteycuenca.com

Bogotá

María Esteve
Socia y Directora General
mesteve@llorenteycuenca.com

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel. +57 1 7438000

Lima

Gonzalo Carranza
Director General
gcarranza@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel. +51 1 2229491

Quito

Carlos Llanos
Director General
cllanos@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

REGIÓN SUR

Juan Carlos Gozzer
Socio y Director General Regional
jcgozzer@llorenteycuenca.com

São Paulo

Cleber Martins
Socio y Director General
clebermartins@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390

Río de Janeiro

Daniele Lua
Directora Ejecutiva
dlua@llorenteycuenca.com

Ladeira da Glória, 26
Estúdios 244 e 246 - Glória
Rio de Janeiro - RJ
Tel. +55 21 3797 6400

Buenos Aires

Mariano Vila
Socio y Director General
mvila@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8
C1043AAP
Tel. +54 11 5556 0700

Santiago de Chile

Marcos Sepúlveda
Director General
msepulveda@llorenteycuenca.com

Francisco Aylwin
Presidente
faylwin@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801
Las Condes
Tel. +56 22 207 32 00



IDEAS LLYC

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEAS es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLYC.

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

IDEAS LLYC es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra, existe IDEAS LLYC.

ideas.llorenteycuenca.com
www.revista-uno.com