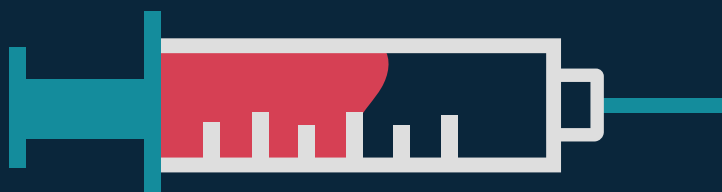


IDEAS LLYC

EXPLORAR. INSPIRAR.



ARTIGO

VACINAS E ANTIVACINAS, O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO TRANSPARENTE

**CIÊNCIA VERSUS CÉTICISMO, MEDO E
ESPECULAÇÃO FINANCEIRA**

Miami, 13 de Agosto de 2020

INTRODUÇÃO

Na história da saúde pública, a água potável e as vacinas são reconhecidas por sua grande contribuição para a humanidade na prevenção de doenças. A vacinação, sem dúvida, reduz significativamente a morbidade, deficiências, mortalidade e desigualdades em todo o mundo, reduzindo a pobreza e a desigualdade social.¹

No entanto, alguns céticos, sem base científica, aderiram a movimentos antivacinas. Miguel Bosé, o popular cantor espanhol, chamou a atenção ao publicar cinco tweets com tópicos contra vacinas que buscam evitar a COVID-19, a instalação de antenas de celular 5G, Bill Gates e a cooperação do governo da Espanha com a Vaccine Alliance (GAVI). Segundo Bosé, que com este tweet viral se apresentou ao mundo como um ativista antivacinação, todos esses conceitos têm algo em comum: fazem parte de um plano supremacista “para obter todo tipo de informação da população mundial e controlá-la”.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou os movimentos antivacinas como uma ameaça aos avanços feitos até agora no combate às doenças evitáveis.²

Apesar das evidências científicas que comprovam a eficácia e a necessidade das vacinas, o movimento antivacinas tem atraído muita atenção, promovendo teorias infundadas, mas confiáveis para alguns. Para esses seguidores e outros, o medo de doenças mortais foi substituído pelo medo dos efeitos colaterais das vacinas ou pelo medo alimentado pelas teorias de conspiração por trás da vacinação. Ainda, em nota recente, a OMS e o UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância) alertaram para o declínio alarmante do uso de vacinas e o impacto negativo na saúde pública.

Paradoxalmente, a necessidade de uma vacina para enfrentar a pandemia da COVID-19 coloca o valor das vacinas novamente em destaque. Instituições, governos e empresas estão empenhados no desenvolvimento de uma vacina não apenas para conter a doença, mas para mitigar o problema econômico global que a pandemia está gerando.

A especulação financeira em torno dos avanços na pesquisa das vacinas contra a COVID-19 também surpreendeu a muitos, levando as empresas farmacêuticas a uma capitalização impressionante. De acordo com dados de especialistas financeiros, cinco das empresas que possuem candidatas a vacina aumentaram sua capitalização de mercado em US\$ 50 bilhões.

Share-price performance



Note: ADR performance shown for AstraZeneca and BionTech
Source: FactSet

¹OMS (2008). La vacunación reduce considerablemente la morbilidad, las discapacidades, la mortalidad y las inequidades en todo el mundo. Disponível em: <https://www.who.int/bulletin/volumes/86/2/07-040089-ab/es/>

²<https://www.who.int/news-room/feature-stories/ten-threats-to-global-health-in-2019>

DIANTE DISSO, SURGEM UMA SÉRIE DE QUESTÕES:

- É necessária uma nova abordagem de comunicação para reforçar o benefício social e econômico das vacinas?
- Será que o movimento que busca desgastar as instituições públicas está tendo sucesso?
- Como uma pessoa com um amplo acesso à informação consegue acreditar que as vacinas fazem parte do plano de uma elite que busca controlar o mundo?
- O que as empresas e organizações podem fazer para incentivar a vacinação?
- Quais são os desafios de comunicação e opinião pública que as autoridades de saúde enfrentam?

ENTRE O BENEFÍCIO SOCIAL E O IMPACTO ECONÔMICO

De acordo com a OMS, a Global Vaccine Alliance (GAVI) e a International Federation of Pharmaceutical Companies (IFPMA), as vacinas são a forma mais econômica de salvar vidas, promover a boa saúde e o bem-estar prevenindo doenças, mortes e deficiências.

Desde a quase erradicação de doenças, como a poliomielite, até a distribuição bem-sucedida e aplicação em massa da vacina pentavalente, que protege as crianças contra cinco doenças, a vacinação criou uma geração de crianças com mais probabilidade de sobreviver do que as gerações anteriores. Hoje a vacinação previne entre dois e três milhões de mortes por ano, e desde 1990 foi possível reduzir a mortalidade em crianças menores de 5 anos em 52%.³ Segundo a Global Alliance for Vaccination (GAVI), mais de US\$ 150 bilhões em benefícios econômicos foram gerados entre 2000 e 2017. O estudo da OMS, que mediu o impacto econômico da vacinação contra 10 doenças em 73 países, entre 2001 e 2020, concluiu que imunizar a população evitaria mais de 20 milhões de mortes e economizaria US\$ 350 bilhões em custos de tratamento de doenças.

No caso das Américas, a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) informa que seis doenças evitáveis foram eliminadas graças à vacinação, o que mostra a eficácia das vacinas e sua contribuição social.

Um grande número de organizações científicas e de saúde confirmou o valor das vacinas. O Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC, na sigla em inglês) recomenda vacinas como essenciais para proteção segura e comprovada contra doenças, além de garantir que efeitos colaterais graves após a vacinação são extremamente raros.⁴

“Hoje a vacinação previne entre dois e três milhões de mortes por ano, e desde 1990 foi possível reduzir a mortalidade em crianças menores de 5 anos em 52%”

³ OMS. (2019). Cobertura Vacunal. Disponível em: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200325-sitrep-65-COVID-19.pdf?sfvrsn=2b74edd8_2

⁴ <https://www.cdc.gov/vaccines/parents/FAQs.html>



UM GRITO DE ALERTA: DIMINUIÇÃO NO USO DE VACINAS

O UNICEF e a OMS alertaram para uma redução alarmante no número de crianças em todo o mundo que receberam vacinas essenciais. Segundo essas organizações, a interrupção no fornecimento de vacinas ameaça reverter o progresso da saúde pública ao longo de décadas e impulsiona futuros surtos de doenças. Muitas pessoas rejeitam as vacinas por razões ideológicas, por falta de confiança nos sistemas de saúde e nos profissionais de saúde, e até se opõem à introdução de substâncias no corpo de uma pessoa saudável. Para alguns médicos especialistas, os problemas de cobertura estão mais ligados a motivos de exclusão social e pobreza do que a motivos ideológicos ou movimentos como “os antivacinas”, uma vez que, segundo dados da OMS, FDA e Agência Europeia de Medicamentos, não há evidências de que as vacinas causem doenças autoimunes ou risco de morte.

A COVID-19 TORNOU A VACINAÇÃO UM DESAFIO

Apesar de todos os benefícios que a vacinação demonstrou para a saúde pública, as coisas não estão indo bem para os fabricantes, organizações e muito menos para os beneficiados pela vacina. De acordo com uma pesquisa realizada pela UNICEF, OMS e GAVI, três quartos dos 82 países que responderam confirmaram que os programas de vacinação foram interrompidos devido a problemas causados pela COVID-19, pois a população não tem acesso aos serviços, há resistência para sair de casa, interrupções no transporte, dificuldades financeiras e restrições de movimentação. O medo do contágio da SarsCov2 é uma das principais razões pelas quais as idas aos centros de vacinação diminuíram. No entanto, a cobertura vacinal estagnou em 85% para as vacinas DTP (tríplice bacteriana) e para sarampo, antes do surgimento da COVID-19.

Dados preliminares para os primeiros quatro meses de 2020 apontam para uma queda substancial no número de crianças que completaram as três doses da vacina contra difteria, coqueluche e tétano. Esta seria a primeira vez em 28 anos que o mundo testemunharia uma redução dessa magnitude.

INFLUÊNCIA DO MOVIMENTO ANTIVACINA

“DIGO NÃO À VACINA, NÃO AO 5G, NÃO À ALIANÇA ESPANHA/BILL GATES. #YoSoyLaResistencia (#EuSouAResistência)”. Essas declarações do cantor espanhol Miguel Bosé parecem ter saído de um filme distópico. Milhares de pessoas em todo o mundo, incluindo grupos de saúde, religiosos, políticos e até científicos, afirmam que as vacinas e a vacinação representam um dano maior à humanidade do que os benefícios que elas possam trazer. O movimento antivacinas cresce, principalmente na internet, e entre os ativistas que o movimento teve em algum momento estão personalidades de grande influência como Donald Trump, Jim Carrey e Luc Montagnier, ganhador do Prêmio Nobel de Medicina em 2008, entre outros.

A realidade é que vivemos um momento importante para este tipo de movimento já que com a quantidade e a velocidade de informações e desinformações é fácil se ficar confuso.

“O movimento antivacinas cresce, principalmente na internet, e entre os ativistas que o movimento teve em algum momento estão personalidades de grande influência como Donald Trump, Jim Carrey e Luc Montagnier”

Em que momento o movimento antivacinas passou a ter tanta influência comunicacional quanto o atual?

Desde que Edward Jenner cunhou o termo “vacinação” no Século XVII e propôs inocular uma pessoa com um vírus para protegê-la de outra, sempre houve pessoas que procuraram desacreditar o processo de vacinação. Portanto, a origem dos antivacinas remonta à mesma das vacinas. Eles não são um grupo novo dentro da vida em sociedade, pois nosso modo de pensar, baseado na dualidade, produz isso: se há um elemento A, provavelmente há um elemento anti-A. Se somarmos a isso o sucesso das fake news ou do fenômeno da Pós-Verdade, teremos a combinação perfeita para gerar dúvidas.

OS ANTIVACINAS COMO ANTSSISTEMA

Desde o seu início e até alguns anos atrás, o movimento antivacinas tem sido uma força consistente. Seja por motivos religiosos, políticos, familiares, filosóficos ou outros. O debate sobre vacinação está presente para além dos casos de sucesso ou fracasso⁵. Ser antivacinas tornou-se uma questão de identidade. Mais especificamente, uma identidade antissistema.

Ao analisar materiais ou teorias das principais campanhas antivacinas, surgem padrões comuns: teorias contra a tecnologia 5G, conspiração das grandes indústrias farmacêuticas, dominação de figuras reconhecidas como Bill Gates ou George Soros, entre outros. O denominador comum de todas essas linhas narrativas é que “o sistema” tenta controlar ou manipular as pessoas comuns. Isso cria um carrossel de crenças que, ao acreditar em uma, leva você a acreditar nas outras. Por exemplo, se uma pessoa começar a pesquisar teorias sobre 5G no Google, ela vai encontrar argumentos contra as vacinas e vice-versa. Em outras palavras, ser antivacina é cada vez mais parecido com ser antissistema.



NO ENTANTO, O MUNDO ESTÁ ESPERANDO POR UMA VACINA: PROGRESSO

Agora que enfrentamos uma pandemia sem precedentes, a atenção do mundo está na busca por uma vacina para controlar a disseminação do vírus e o acesso equitativo a ela. Em questão de meses, algumas empresas farmacêuticas desenvolveram planos de pesquisa para encontrar soluções usando novas tecnologias e aproveitando as parcerias público-privadas. Laboratórios, pesquisadores e universidades se mobilizaram para descobrir candidatas a vacinas em potencial que já estão em testes clínicos.

Os dados preliminares de três vacinas potenciais foram apresentados como positivos no final de julho. Dois estudos, um da AstraZeneca e da Universidade de Oxford, e outro da empresa chinesa CanSino, foram publicados pela revista *The Lancet* e ambos mostram uma resposta imunológica na maioria dos recipientes da vacina experimental. Além disso, a empresa alemã BioNTech e a Pfizer relataram que sua candidata a vacina neutralizou os anticorpos do vírus após duas doses. A empresa Moderna USA também informou resultados preliminares e iniciou uma fase final da vacina para testar a eficácia em relação à COVID-19. A vacina desta empresa farmacêutica é a primeira a atingir esses níveis fora da China. Os testes com 30 mil voluntários já começaram.

Muitos especialistas e farmacêuticos com uma longa tradição no setor de vacinas afirmaram que é muito cedo para tirar conclusões dos dados atualmente disponíveis e que a fase em que as vacinas experimentais se encontram é crítica para demonstrar a segurança e a eficácia em uma grande população. Alguns preveem que uma vacina estará disponível em meados de 2021. Apesar disso, o preço da ação da AstraZeneca subiu 10%, mas caiu para fechar apenas 1,45% acima do preço inicial. Situações semelhantes aconteceram com as outras empresas. Há muita informação em torno dos resultados preliminares e muita especulação sobre a possibilidade de ter uma vacina este ano, bem como o preço que a vacina terá e quem terá acesso.

Desenvolver a vacina é um desafio, mas convencer a população a usá-la é outro.

⁵ <https://www.historyofvaccines.org/content/articles/history-anti-vaccination-movements>

Uma pesquisa publicada pela CNN nos Estados Unidos indicou que um terço dos americanos entrevistados não usaria a vacina para SarsCov2, mesmo se ela estivesse amplamente disponível. Os resultados também mostraram que algumas pessoas são céticas em relação a todos os tipos de vacinas, talvez porque o movimento antivacinas tenha tido sucesso, enquanto outras desconfiam da segurança porque ela está sendo desenvolvida em tempo recorde e ainda outras consideram que a política contaminou o desenvolvimento da vacina e relutam em usá-la. Tudo isso pode ser devido à falta de confiança no acúmulo de informações e na desinformação que circula.

Uma nova abordagem para a comunicação é necessária, as autoridades de saúde devem recuperar a liderança.

Além da apresentação de resultados clínicos preliminares ou do aumento do valor de mercado das empresas que pesquisam e fabricam vacinas, é necessário convencer novamente a sociedade da utilidade das vacinas. As empresas devem aproveitar este momento histórico para repensar a comunicação, pois antes era responsabilidade dos governos organizar dias de vacinação e convencer as pessoas a comparecerem aos módulos de vacinação, hoje é necessária uma abordagem de confiança gerada pela transparência e pelo valor da ciência.

“Um terço dos americanos entrevistados não usaria a vacina para SarsCov2, mesmo se ela estivesse amplamente disponível”



NOSSAS SETE RECOMENDAÇÕES

1. Do propósito ao propósito compartilhado. Muitas empresas farmacêuticas terão que revisar ou redefinir seus objetivos corporativos com uma perspectiva mais elevada, entendendo o ambiente atual em nossas sociedades. Isso exige uma maior transparência na pesquisa e no benefício clínico das vacinas, e seus possíveis riscos e benefícios.

2. Comunicação direta de empresas com possíveis usuários de vacinas. A comunicação deve ser ampliada, não deixando apenas para os governos. Isso requer passar do diálogo para a conversa direta. O novo paradigma da liderança social das empresas passa por sair de um processo de diálogo para uma conversa verdadeira, por meio da criação de plataformas colaborativas, espaços de colaboração e compromisso, onde os públicos de interesse possam participar ativamente no desenvolvimento de soluções, mas onde eles podem perguntar e encontrar respostas para suas dúvidas, caso contrário, irão procurá-las em fontes não científicas ou baseadas na investigação.

3. Da responsabilidade ao compromisso. Será necessário desenvolver sistemas de boa governança que evoluam da conformidade regulatória para o conhecimento e a avaliação das expectativas dos públicos de interesse, tanto de uma perspectiva de oportunidade quanto de uma perspectiva de risco de reputação. Isso nos leva a avaliar a relação custo-benefício da vacinação a serviço da redução do hiato da pobreza, portanto, menor gasto para os sistemas de saúde, gerando economias e resultados econômicos. Quantas pandemias de COVID-19 salvamos graças à vacinação?

4. Transparência na alocação de preços e acordos com governos e maiores alianças público-privadas que permitam avanços rápidos para prevenir problemas de saúde

atuais e emergentes, e campanhas de comunicação conjunta para que o benefício da vacinação alcance um maior número de pessoas no menor tempo possível. Da criação de valor à cocriação de valor sustentável com os públicos de interesse para convencer mais pessoas da importância das vacinas.

5. Recuperar o enfoque de longo prazo. Desenvolver a credibilidade em torno da realidade das vacinas requer uma nova proposta de valor para cada um dos grupos de interesse. Os interesses dos diferentes grupos convergem no longo prazo, embora frequentemente colidam no curto prazo. Daí sua dificuldade, e daí a necessidade de um enfoque de longo prazo que a COVID-19 pode ajudar a entender. Um eixo importante da liderança responsável que está surgindo diz respeito à gestão, comunicação e medição do impacto da atividade empresarial das empresas farmacêuticas na sociedade.

6. Da gestão de riscos à gestão de oportunidades. As organizações que entenderem que a única coisa permanente é a mudança serão capazes de prever e aproveitar as novas oportunidades que são criadas em torno da mudança. Os antivacinas geram um risco, é preciso saber responder e enfrentar esses riscos com informações transparentes e concretas.

7. Sistematizar a gestão em busca da excelência. Essa sistematização funciona quando se articula um sistema de gestão que busca a excelência no dia a dia, é um desafio estimulante que precisa de pessoas com visão e aspiração para criar um legado. A indústria farmacêutica e as vacinas deixaram um legado que é fundamental exemplificar de forma clara e que demonstra a contribuição das vacinas na criação do bem-estar atual e futuro da sociedade.

AUTORES



Alejandro Romero começou sua carreira profissional em LLYC como estagiário no escritório de Madri em 1996. Desde 1997 está na América Latina liderando a expansão da firma na Região, iniciando as operações do Peru, Argentina, Colômbia, Panamá e Equador. Especialista em Comunicação Financeira, Comunicação de Crise, Marketing e Comunicação Corporativa, Alejandro trabalhou nos projetos de comunicação de crise mais representativos da Região, tais como os de Pacific Industrial Bank e Bavaria, e a disputa acionária pela cervejeira Backus & Johnston. Também assessorou a grupos económicos como o Grupo Santo Domingo da Colômbia, o Grupo Romero do Peru, o Grupo Luksic do Chile, Empresas Polar da Venezuela o Grupo Financeiro Uno na América central. Alejandro liderou três das 10 operações corporativas mais relevantes da Região, participando na estratégia de comunicação da venda das operações de Bellsouth ao Grupo Telefónica, a aquisição por parte de SABMiller do Grupo Empresarial Bavaria na Colômbia, Peru, Equador e Panamá, e na venda do Grupo Financeiro Uno a Citibank, transações por encima dos 14,9 bilhões de dólares. Convertendo-se assim em um dos maiores especialistas em M&A da Região. Antes de sua entrada na empresa formou parte de um dos Departamentos de Comunicação do Grupo Prisa.

aromero@llorenteycuenca.com



Javier Marín é um profissional da comunicação e assuntos públicos com experiência nos setores público e privado e com mais de 20 anos de experiência em empresas farmacêuticas, biotecnológicas e de ciências da vida. Ao longo de sua carreira desenvolveu campanhas de comunicação social para prevenção e cuidado para a saúde para o governo do México; comunicação corporativa, assuntos governamentais, comunicação interna, de marketing, digital e responsabilidade social corporativa, além de programas de relação com grupos de pacientes a nível local no México, a nível América Latina e a nível global em empresas como Merck & Co. (MSD) e Johnson & Johnson.

jmarin@llorenteycuenca.com

Este artigo foi elaborado em colaboração com **Fernando Arreaza**, *Consultor Sênior da LLYC Miami* e **Julieta Rodríguez**, *Consultora Sênior da LLYC Colômbia*.

DIREÇÃO CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Sócio Fundador e Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Alejandro Romero
Sócio e CEO para as Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Enrique González
Sócio e CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Sócio e Chief Strategy and Innovation Officer
acorujo@llorenteycuenca.com

Nazaret Izquierdo
Chief Talent Officer
nizquierdo@llorenteycuenca.com

Cristina Ysasi-Ysasmendi
Diretora Corporativa
cysasi@llorenteycuenca.com

Juan Pablo Ocaña
Diretor Jurídico & Compliance
jpocana@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández Trejo
Diretor Sénior de Tecnologia
dfernandez@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Sócio e Global Controller
jldigirolamo@llorenteycuenca.com

Antonieta Mendoza de López
Vice-presidente de Advocacy para a América Latina
amendozalopez@llorenteycuenca.com

ESPAÑA E PORTUGAL

Arturo Pinedo
Sócio e Diretor-geral
apinedo@llorenteycuenca.com

Luisa García
Sócia e Diretora-geral
lgarcia@llorenteycuenca.com

Barcelona

María Cura
Sócia e Diretora-geral
mcura@llorenteycuenca.com

Óscar Iniesta
Sócio e Diretor Sénior
oiniesta@llorenteycuenca.com

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

Madrid

Joan Navarro
Sócio e Vice-presidente
Relações Públicas
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Sócio e Diretor Sénior Esporte e
Estratégia de Negócio
amoratalla@llorenteycuenca.com

Iván Pino
Sócio e Diretor Sénior Digital
ipino@llorenteycuenca.com

David G. Natal
Sócio e Diretor Sénior
Consumer Engagement
dgonzalez@llorenteycuenca.com

Ana Folgueira
Sócia e Diretora Executiva
da área Estúdio Criativo
afolgueira@llorenteycuenca.com

Paco Hevia
Diretor Sénior
Comunicação Corporativa
phevia@llorenteycuenca.com

Jorge López Zafra
Diretor Sénior
Comunicação Financiera
jlopez@llorenteycuenca.com

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

Lisboa

Tiago Vidal
Sócio e Diretor-geral
tvidal@llorenteycuenca.com

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

ESTADOS UNIDOS

Erich de la Fuente
Sócio e Chairman
edelafuente@llorenteycuenca.com

Carlos Correcha-Price
CEO
ccorrecha@llorenteycuenca.com

Javier Marín
Diretor Sénior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Miami

Emigdio Rojas
Diretor Executivo
erojas@llorenteycuenca.com

Nueva York

Gerard Guiu
Diretor de Desenvolvimento de
Negócios Internacionais
gguiu@llorenteycuenca.com

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

REGIÃO NORTE

Javier Rosado
Sócio e Diretor-Geral Regional
jrosado@llorenteycuenca.com

Cidade do México

Rogelio Blanco
Diretor-geral
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
Diretor Sénior Healthcare Américas
jmarin@llorenteycuenca.com

Panamá

Manuel Domínguez
Diretor-geral
mdominguez@llorenteycuenca.com

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

Santo Domingo

Iban Campo
Diretor-geral
icampo@llorenteycuenca.com

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

San José

Pablo Duncan - Linch
Sócio Diretor
CLC Comunicación | Afiliada LLYC
pduncan@clcglobal.cr

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

REGIÃO ANDINA

Luis Miguel Peña
Sócio e Diretor-geral Regional
lmpena@llorenteycuenca.com

Bogotá

María Esteve
Sócia e Diretora-geral
mesteve@llorenteycuenca.com

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

Lima

Gonzalo Carranza
Diretor-geral
gcarranza@llorenteycuenca.com

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

Quito

Carlos Llanos
Diretor-geral
cllanos@llorenteycuenca.com

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

REGIÃO SUL

Juan Carlos Gozzer
Sócio e Diretor-geral Regional
jcgozzer@llorenteycuenca.com

São Paulo

Cleber Martins
Sócio e Diretor-geral
clebermartins@llorenteycuenca.com

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

Rio de Janeiro

Cleber Martins
Sócio e Diretor-geral
clebermartins@llorenteycuenca.com

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

Buenos Aires

Mariano Vila
Sócio e Diretor-geral
mvila@llorenteycuenca.com

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

Santiago de Chile

Marcos Sepúlveda
Diretor-geral
msepulveda@llorenteycuenca.com

Francisco Aylwin
Presidente Conselheiro
faylwin@llorenteycuenca.com

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



IDEAS LLYC

EXPLORAR. INSPIRAR.

IDEAS é o Departamento de Liderança através do Conhecimento da LLYC.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

IDEAS LLYC é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

Porque a realidade não é preta ou branca existe IDEIAS na LLYC.

ideas.llorentycuenca.com
revista-uno.com.br