

**IDEAS LLYC**

EXPLORAR. INSPIRAR.



**ARTIGO**

# **DO QUE FALAMOS QUANDO FALAMOS DE TALENTO**

Buenos Aires, 21 de maio de 2021

## INTRODUÇÃO

Talento não é apenas a facilidade natural que alguém tem para realizar uma tarefa, não é pelo menos o que falamos quando falamos de talento em uma organização, em um projeto. E menos quando falamos em reter esse talento.

Claro que o talento é aptidão, habilidade, comportamento inato que favorece o bom andamento das coisas, mas fundamentalmente se trata de formação, experiência, uso das ferramentas necessárias para agregar valor a uma organização e ao mesmo tempo também o conhecimento que essa pessoa tem da organização, seus objetivos, seus propósitos.

Aí surge um componente muito interessante e atual: hoje é muito difícil reter um talento se não incorporarmos, além dos conhecimentos necessários inerentes a uma função/causa, que a pessoa “compre” aquele projeto como seu. Cada pessoa que se junta a uma organização deve ter clareza sobre seu propósito. Vivemos no mundo VUCA, um mundo em que existem estímulos que nos distraem permanentemente, como as redes sociais e o seu incessante bombardeamento de informações, onde estamos cada vez mais expostos a mais temas que, paradoxalmente, conhecemos cada vez menos e como consequência disso, o que não sabemos, imaginamos.

Tomemos como exemplo o caso de uma empresa local da qual curiosamente nunca tínhamos ouvido falar até que um dia descobrimos que ela é vendida por vários bilhões de dólares, tornando seus proprietários ricos em um instante, um grupo de vinte e poucos anos, que a princípio, e a julgar pela do feed do Twitter, ela teve uma ideia, quase como alguém que ganha na loteria. Não queremos saber mais, nem nos interessa, só queremos alimentar essa ilusão do sucesso instantâneo. Até poucos anos atrás, a riqueza prematura era um estado alcançado quase exclusivamente por atletas de elite e o ocasional artista excepcional, e com um pouco de sanidade, tínhamos o suficiente para perceber que nunca poderíamos ter sido eles. Quando se trata de negócios, as coisas não são tão fáceis de digerir. Por que eles e não eu?

Nesse contexto, atrair profissionais e manter essa atração atualizada para gerar talentos que atendam a pessoa e a organização é muito difícil. A primeira conclusão então seria que reter talentos implica em ganhar tempo para fornecer ferramentas a uma pessoa adequada, disposta e capaz, uma pessoa que tenha a facilidade para que todas as engrenagens com as quais se relacionam funcionem melhor em um projeto, em uma empresa. Por isso é fundamental que essa pessoa acredite no projeto, no propósito, e seja dona dele. E que saiba que está fazendo uma opção por um projeto que não tem todas as respostas imediatas e definitivas a respeito daquela satisfação imediata que parece ser a busca constante desses tempos. É um desafio, é difícil, implica muito mais esforço por parte das organizações, exige muito mais dos líderes, porque não basta comandar e dirigir.



A boa gestão de talentos é incluir, é fazer com que as pessoas façam parte, é dedicar tempo para explicar o sonho, os propósitos, os objetivos, o porquê e o para quê. Claro que haverá pessoas que compartilham essa visão, essa metodologia e outras que não. E é exatamente disso que a organização e as pessoas precisam. Somente a comunicação honesta pode resultar em um vínculo saudável e construtivo.

Aqui adquire uma relevância fundamental, um aspecto que até um tempo atrás parecia acessório, ou no melhor dos casos, era visto como o resultado natural da passagem do tempo: a identidade corporativa. A identidade corporativa, a identidade de um projeto, define a margem de manobra que temos para atuar, na medida em que somos reconhecíveis, confiáveis, credíveis. Entender o que essa organização é e o que não é. O que é hoje e o que pode ser amanhã, o que essa organização nunca deixará de ser e o que não será, mesmo que queiramos. Essa é uma questão muito importante na gestão de talentos, pois evita decepções, evita que a pessoa sinta que o projeto que comprou não é o mesmo que está envolvida.

É um desafio muito grande que tem a ver com a comunicação, com transparência, com autenticidade, até com ingenuidade, com a confiança que se mostra como líder de uma organização quando está até disposto a revelar que não tem todas as respostas, tem algumas muito valiosas e importantes, e o resto das respostas temos que encontrar juntos, com aquelas pessoas que se incorporam. Isso exige grande humildade por parte dos líderes. Essa humildade contagia, deveria ser e faz parte do crédito que a gente vai tirando de alguma forma, no vínculo com um profissional que pode se sentir tentado a dizer que quer a recompensa agora, quer chegar lá agora, que merece agora .

Outra questão importante na gestão de talentos também se levanta, que é a definição precisa de objetivos, decorrentes de um sistema conhecido, comprovado, transparente, aberto e, em última instância, justo. Qual é o sistema de recompensa, atrelado ao sonho e aos propósitos de uma organização, bem como ao papel de cada um de seus membros. Essa é a redução de tudo isso, a cascata desse compartilhamento, dessa aposta,

## **“A boa gestão de talentos é incluir, é fazer com que as pessoas façam parte, é dedicar tempo para explicar o sonho, os propósitos, os objetivos, o porquê e o para quê”**

são os objetivos.

Os objetivos devem ser absolutamente claros, as métricas dos indicadores de desempenho devem ser de uma precisão que não admita dúvidas, pois é o contrato em que elencamos o que esperamos de cada pessoa da organização. Os objetivos tornam transparente o vínculo entre a organização e seus membros e entre os membros da organização que os compartilham. Se a definição de indicadores de desempenho é quase uma ciência exata, a definição global dos objetivos de uma organização e o bordado de objetivos que se interrelacionam entre áreas e equipes são uma arte.

Pessoas talentosas procuram desafios e organizações que correspondem aos seus talentos. É por isso que definir metas desafiadoras é algo que pessoas valiosas exigem e de que pessoas medíocres fogem. Os objetivos têm uma noção de justiça no sentido de que dão a cada um o que é seu e sua realização gera recompensas vinculadas ao desempenho.

## O IMPACTO DA TECNOLOGIA E A LIBERDADE DE FAZER

Duas outras questões que são importantes para abordar brevemente são: liberdade e tecnologia. Pessoas talentosas buscam ambientes livres para se desenvolverem porque confiam em seu talento, em sua preparação, por isso optam por correr riscos. Quem não está preparado, não confia em suas habilidades, busca ambientes regulados, onde prevaleçam subsídios e indenizações. Em um mundo como o que vivemos, confinados, essa liberdade se potencializa ainda mais.

Sergundo o informe de [Tendências de Talento 2021](#), um dos principais focos é estabelecer novos modelos de relacionamento entre empresas e colaboradores, buscando romper com práticas antigas e estruturadas de modelos instalados há anos, para passar a novos modelos que sejam flexíveis e atentos às novas necessidades das pessoas.

Conceitos como “da experiência do colaborador à experiência de vida”, “do trabalho remoto ao híbrido” e “de onde para quando”, nos marcam um caminho muito claro de maior flexibilidade, maior liberdade e maior empatia com os colaboradores (soft skills).

Quando falamos sobre tecnologia, também falamos sobre as capacidades dos funcionários. Conceitos como Reskilling e Upskilling já existem há muito tempo, mas agora se tornaram essenciais para empresas que buscam compreender, treinar e reter funcionários. A partir dos chamados “colaboradores eternos”, “aprendizes contínuos” ou “novos gestores”, propõe-se o caminho de identificação, formação e treinamento dos colaboradores, em vez de se preocupar em buscar no mercado. Isso multiplica o impacto positivo dentro da empresa e gera uma cultura na equipe e um sentimento de pertencimento. Quanto mais conhecimento, mais liberdade.

Nesse sentido, a tecnologia é hoje a ferramenta mais poderosa que encontra a liberdade de se expressar. Democratiza a vida como nenhum outro. Este ambiente tecnológico está

fundamentalmente ligado à liberdade: requer liberdade, exige liberdade, depende da liberdade, educa na liberdade e desenvolve pessoas que defendem a liberdade.

## “Não existe marca empregadora sem empresa que deixe uma marca nos seus colaboradores”

### A IMPORTÂNCIA DA MARCA EMPREGADORA

Recentemente, em um dos [nossos IDEAS LLYC](#), iniciamos um artigo com uma frase do filósofo japonês Kaoru Ishikama que fazia referência ao fato de que as empresas, em certa medida, são um reflexo das pessoas que as constituem. Precisamente a marca do empregador será muito mais relevante à medida que a cultura corporativa se torna mais forte, mais distinta, e isso é feito pelas pessoas que a compõem. Não percamos de vista que uma marca é uma marca, logo o que deixa uma marca é algo que é especial, diferente, que tem alguma característica para a qual, a certa altura, se torna insubstituível, essencial. Não existe marca empregadora sem empresa que deixe uma marca nos seus colaboradores, nos seus consumidores, clientes ou utilizadores, em todos os stakeholders. Não existe marca empregadora em uma organização comum igual a qualquer outra.

O desafio não é ter uma marca limpa e correta. É ter uma marca que deixa uma marca, uma marca indelével. É isso que fará os funcionários sentirem “este é o meu lugar”. E que valorizam o pertencimento face às tentações, lógicas, ocasionais de outros projetos que circunstancialmente podem se apresentar como atrativos.



Quando o mercado de trabalho está difícil, o medo impera e as empresas com talento levam uma vantagem: retê-los, para os quais você deve saber como fornecer segurança.

Qualquer mudança em um contexto como o atual traz mais dúvidas do que certezas. Todos nós inicialmente ficamos onde estamos quando não temos nenhum outro lugar para ir. A marca empregadora é testada nos momentos em que a maré do ciclo de negócios está alta.

Alimentar uma marca empregadora neste, para nós inédito, contexto pandêmico sem precedentes de trabalho remoto é, sem dúvida, um desafio adicional. Não se tem à mão, não se frequenta aqueles lugares físicos que facilitam o pertencimento por hábito e costume. Hoje o efeito placebo das viagens corporativas, o glamour das hierarquias, escritórios, refeitórios, almoços, reuniões de corredor e/ou Happy Hours com colegas que vimos mais do que nossas famílias e amigos está suspenso. A possibilidade de compartilhar tempo com colegas além das interações puramente de trabalho foi cancelada de um dia para o outro e há mais de um ano. Construir esse vínculo entre a empresa e seus colaboradores é mais difícil e, na medida em que não resolvermos bem o problema que essa mudança abrupta representa, a empresa vai perder força. O sentido oposto será um

diferencial, neste contexto, que uma empresa tenha seus funcionários comprometidos e motivados.

## DECISÕES COMPARTILHADAS E A IMPORTÂNCIA DE EXPLICAR O PORQUÊ DAS COISAS

Nesse contexto, as decisões e conquistas devem ser compartilhadas e alcançadas entre todos, as políticas “de cima para baixo” são vistas como imposições e têm poucas chances de transcender. Este não é um fenômeno novo, mas a pandemia aprofundou e acelerou dramaticamente essa tendência. Uma redução de objetivos que não esteja relacionado ao estágio da organização não é mais possível. No processo de chegar a decisões transcendentais, os funcionários exigem saber o motivo das mudanças, o motivo pelo qual as coisas são feitas.

Para isso, necessitamos que os colaboradores tenham a formação adequada e uma formação que lhes permita colocar as questões correspondentes e desafiar a necessidade de mudanças.



Hoje o funcionário é uma pessoa comprometida com uma causa e isso vale principalmente para o talento. A marca empregadora também é aquela causa compartilhada entre a empresa e seus colaboradores.

Tornar isso possível envolve diminuir os níveis de obviedade, empoderar as pessoas, trabalhar a diversidade em um sentido amplo. A diversidade não deve ser considerada uma prática de politicamente correto, uma caixa marcada nos índices de governança corporativa ou classificações de imagem, mas sim uma fonte de criatividade e disrupção.

## O VALOR DA DIVERSIDADE

Perspectivas diferentes irão gerar respostas mais ricas de uma organização. É nesse quadro que o funcionário capacitado, treinado, o colaborador autônomo vai agregar valor. Essa é a verdadeira diversidade. Até pouco tempo atrás, era valorizado que uma empresa tinha colaboradores cujos perfis pareciam cortados pela mesma tesoura e o mais próximo possível de um padrão pré-determinado. Isso mudou e, com o tempo, que assim seja. Hoje, é valorizado que os funcionários tenham experiências diferentes, origens diversas, preferências particulares, que façam escolhas pessoais autênticas e honestas. Hoje a versatilidade é um valor agregado que as organizações têm e podem ter para seus colaboradores; mas voltando, essa versatilidade é criada, desenvolvida e mantida pelos próprios funcionários.

Como sempre, há uma grande responsabilidade dos líderes de uma organização em escolher pessoas diferentes umas das outras e até diferentes delas, que desafiam o status quo. O pior para uma organização é não ir à falência. A falência é consequência de algo muito mais sério do que a irrelevância. E uma empresa se torna irrelevante em um mundo dinâmico, em um mundo VUCA, fazendo o mesmo de sempre, mesmo que seja um sucesso. E quando não está preparada para responder às mudanças de expectativas da sociedade e de seus stakeholders. É fundamental desafiar a inércia, mudar e antecipar um mundo em mudança,

não se apegando a uma fórmula de sucesso como se fosse um dogma e não uma ferramenta ou metodologia que não garanta o sucesso no futuro.

**“Hoje o funcionário é uma pessoa comprometida com uma causa e isso vale principalmente para o talento”**

## RECUPERAR A VIDA QUE MERECEMOS

Sobre o mundo híbrido que estamos vendo para os próximos tempos, é uma consequência natural de termos entendido o vírus e que a pandemia não venha a ser Apocalipse. Hoje temos indícios de que a vida, apesar da segunda e da terceira ondas, em algum momento será mais semelhante à que tínhamos do que àquela natural e, por outro lado, reação inevitável de cancelar o contato pessoal de uma só vez. Hoje estamos pensando em como vamos voltar ao que gostamos naquela vida que tivemos.

Voltar a consumir, a produzir, a viver a vida que merecemos, enfim. Voltaremos a ter reuniões e viagens, mas tanto pessoal como profissionalmente, faremos quando for necessário e não só porque temos feito assim. Retornaremos ao escritório, escritórios menores, com certeza, com mais espaços para reuniões do que estações de trabalho individuais. Vamos pensar em mais espaços de reunião do que locais de trabalho. Tendências que vieram antes da pandemia e vão se aprofundar.

Esta revolução no local de trabalho não mudará apenas a estrutura organizacional das empresas, mas também o propósito de por quê trabalhamos e para quê usaremos nosso tempo e talento. Isso nos poupará tempo, seremos mais eficientes, mais produtivos, liberaremos criatividade, obteremos melhor qualidade de vida. Tempos emocionantes estão chegando.

**“Esta revolução no local de trabalho não mudará apenas a estrutura organizacional das empresas, mas também o propósito de por quê trabalhamos e para quê usaremos nosso tempo e talento”**



## AUTORES



**Mariano Vila.** Sócio, Diretor Geral Região Sul e Diretor Geral Argentina. Antes de ingressar na LLYC, dirigiu a área de Relações Públicas da Edelman Argentina e desenvolveu grande parte de sua carreira na administração pública nacional no Ministério do Turismo da Nação e no INPROTUR. Bacharel em Ciência Política formado pela UCA e mestre em Gerenciamento de Comunicações na Universidad Austral, é membro do Comitê Diretor do Conselho Profissional de Relações Públicas da República Argentina e analista político em diversos meios de comunicação locais e regionais.

[mvila@llorentycuenca.com](mailto:mvila@llorentycuenca.com)



**Alejandro Martínez.** Diretor da área de Consumer Engagement e Digital da LLYC. Consultor experto em Branding y estrategias digitales. É consultor especialista em Branding e estratégias digitais. Bacharel em Marketing pela Universidade de Ciências Empresariais e Sociais, Martínez tem ainda certificação em Marketing Digital pela Digital House. Trabalhou com empresas multinacionais e realizou mais de 50 projetos em agências de marketing e publicidade e há mais de 15 anos gerencia e desenvolve estratégias para contas corporativas e de consumo de massa, liderando projetos de Branding e de transformação digital. Em 2013, o Google premiou um de seus projetos como case de sucesso e em 2017, esteve envolvido no desenvolvimento de um aplicativo que ganhou grande repercussão na mídia da Argentina, alcançando o primeiro lugar na lista dos aplicativos mais baixados na App Store por uma semana.

[amartinez@llorentycuenca.com](mailto:amartinez@llorentycuenca.com)



**Mariano Botas.** Consultor independente. Advogado e jornalista, com uma extensa carreira comprovada na Alta Direção e nas áreas de Assuntos Legais e Corporativos de companhias internacionais. Foi vice-presidente de Assuntos Legais e Corporativos para o Sul da América Latina na Anheuser Busch InBev e diretor da Cervejaria e Malteria Quilmes entre 2010 e 2015, companhia à que se incorporou em 2005 como Diretor de Assuntos Corporativos para levar adiante a internacionalização de seu posicionamento institucional. Anteriormente trabalhou na Bayer Argentina, Shell, IBM e na Câmara Argentina de Comércio. Entre setembro de 1989 e dezembro de 1993 foi colunista semanal do jornal La Prensa. Desde 2016 Mariano se dedicou à consultoria em Assuntos Públicos e Comunicações Corporativas e ao desenvolvimento de projetos particulares.



**DIREÇÃO CORPORATIVA**

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

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

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

**Luis Miguel Peña**  
Sócio e Chief Talent Officer  
lmpena@llorenteycuenca.com

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

**Marta Guisasola**  
Chief Financial Officer  
mguisasola@llorenteycuenca.com

**Cristina Ysasi-Ysasmendi**  
Diretora Corporativa  
cysasi@llorenteycuenca.com

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

**Daniel Fernández Trejo**  
Chief Technology Officer  
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**

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

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

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

**Óscar Iniesta**  
Sócio e Diretor Sênior  
oiniesta@llorenteycuenca.com

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

**Madrid**

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

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

**Iván Pino**  
Sócio e Diretor Sênior de Crise e  
Riscos  
ipino@llorenteycuenca.com

**David G. Natal**  
Sócio e Diretor Sênior  
Engagement  
dgonzalez@llorenteycuenca.com

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

**Jorge López Zafra**  
Diretor Sênior  
Comunicação Financeira  
jlopez@llorenteycuenca.com

**Almudena Alonso**  
Diretora Sênior Stakeholders  
Management  
aalonsog@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, 5º Esq.  
1250-142 Lisboa  
Tel. + 351 21 923 97 00

**ESTADOS UNIDOS**

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

**Juan Felipe Muñoz**  
CEO US  
fmunoz@llorenteycuenca.com

**Erich de la Fuente**  
Chairman  
edelafuente@llorenteycuenca.com

**Javier Marín**  
Diretor Sênior Healthcare Américas  
jmarin@llorenteycuenca.com

**Miami**

**Emigdio Rojas**  
Diretor Executivo  
erojas@llorenteycuenca.com

600 Brickell Avenue  
Suite 2125  
Miami, FL 33131  
Tel. +1 786 590 1000

**Nueva York**

**Juan Felipe Muñoz**  
CEO US  
fmunoz@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**

**Carmen Julia Corrales**  
Diretora-geral  
cjcorrales@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 Sênior 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  
Trejós Montealegre, Escazú  
San José  
Tel. +506 228 93240

**REGIÃO ANDINA**

**María Esteve**  
Sócia e Diretora- Geral Regional  
mesteve@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  
cillanos@llorenteycuenca.com

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

**REGIÃO SUL**

**Mariano Vila**  
Sócio e Diretor-geral Regional  
mvila@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

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

**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**

**M° Soledad Camus**  
Sócia Diretora  
scamus@llorenteycuenca.com

**Marcos Sepúlveda**  
Diretor-geral  
msepulveda@llorenteycuenca.com

Avda. Pdte. Kennedy 4.700 Piso 5,  
Vitacura  
Santiago  
Tel. +56 22 207 32 00  
Tel. +562 2 245 0924



# 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](http://ideas.llorentycuenca.com)  
[www.revista-uno.com](http://www.revista-uno.com)  
Podcast Diálogos LLYC