

LLYC

FUTURE LEADERS



UNA INVESTIGACIÓN PIONERA EN TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO LINGÜÍSTICO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA ANALIZAR DE QUÉ HABLAN, QUÉ ESCRIBEN, CÓMO PIENSAN Y CUÁLES SON LOS VALORES DE LAS NUEVAS GENERACIONES DE LÍDERES SOCIALES DE LENGUA HISPANA Y PORTUGUESA

FUTURE LEADERS

Asistimos a un punto de inflexión del liderazgo tradicional: tras la mayor crisis acaecida en el siglo XXI, la sociedad mundial demanda nuevos líderes y nuevos modelos de liderazgo. Con el fin de adelantarse a esta inminente evolución, LLYC, firma global de consultoría de comunicación y asuntos públicos, y Trivu, ecosistema global que impulsa oportunidades para el talento joven, han impulsado un innovador estudio para anticipar, a través de tecnología NLP e Inteligencia Artificial, el perfil psicosocial (desde sus rasgos de personalidad hasta sus cualidades y valores) de los líderes del futuro de lengua hispana y portuguesa. Un análisis de la huella digital y discursiva que, además, permite vislumbrar la evolución y el contraste con nuestros líderes contemporáneos.

Entre otras cuestiones, este análisis nos acerca la resiliencia emocional, el enorme sentido del deber o el profundo sentimiento por lo comunitario que caracteriza a esta nueva generación. El estudio dibuja a un grupo formado por individuos más felices y seguros de sí mismos. Un grupo para el que palabras como «Vida», «Personas», «Amigos», «Amor» o «Equipo» toman una dimensión diferencial y mucho más cotidiana. El discurso de estos Future Leaders, eminentemente digitalizados, también evidencia su enorme tendencia a la acción (apelan con más frecuencia a la importancia de «Hacer» antes que «Decir») y la enorme importancia que le conceden a comprender todo lo que les rodea.

Disciplinados, curiosos, sensibles, agradecidos, pasionales y, sobre todo, más emocionales son algunos de los rasgos que el estudio de Future Leaders adscribe a la nueva generación. Pero este trabajo de LLYC no solo anticipa las tendencias del nuevo liderazgo, sino que descubre las claves de una progresiva evolución que marcará el futuro.

LA NUEVA ERA POST-COVID Y EL SURGIMIENTO DE UNA GENERACIÓN DE LÍDERES

Desde la explosión de la última gran crisis económica de 2008 y a lo largo de la última década, la sociedad global se ha sumido, aceleradamente, en un contexto cada vez más volátil, de incertidumbre, complejo y ambiguo (un concepto que, por sus siglas en inglés, se conoce como VUCA). En coyunturas como esta, ya sea por pragmatismo o por inspiración, el papel de los grandes líderes siempre ha sido esencial. Sin embargo, este escenario VUCA también ha impactado (y, en alguna medida, desgastado) los liderazgos tradicionales: tanto desde el punto de vista de su gestión, como desde la perspectiva reputacional y de percepción social.

La irrupción de la COVID-19 ha acelerado, todavía más, si cabe, este cambio de paradigma. La crisis provocada por la pandemia ha evidenciado, de forma más clara, que la sociedad mundial demanda nuevos líderes y nuevos modelos de liderazgo. Así, por ejemplo, en los últimos meses, no solo hemos asistido a una mayor diversificación en las tipologías de líderes (donde empresarios, profesionales sanitarios o ciudadanos de a pie se han erigido entre las figuras más valoradas y seguidas). Sino que también ha quedado palpable que los nuevos entornos, en cualquier lugar del mundo, demandan líderes innovadores con visión y capacidad de adaptación, con habilidad para actuar, ágiles en la toma de decisiones, con empatía, resiliencia y capaces de comunicar, generar compromiso e inspirar: dimensiones altamente valoradas que, sin embargo, no se perciben siempre con claridad entre nuestros líderes contemporáneos.

En este contexto disruptivo, LLYC y Trivu se han propuesto identificar y anticipar, en términos de tendencias, los rasgos y las cualidades que caracterizan a los líderes del futuro: los Future Leaders. Para anticiparse a las necesidades y la realidad de un mundo en constante transformación, ambas compañías han impulsado un análisis exhaustivo que nos acerca una visión sobre la nueva generación de líderes de lengua hispana y portuguesa: ¿Qué valores caracterizan a este grupo? ¿Cuáles son los rasgos de personalidad más preponderantes en esta comunidad? ¿Qué tipo de lenguaje emplean? Y, sobre todo: ¿en qué se diferencian respecto a los líderes actuales? ¿Cómo están evolucionando estas figuras?

Un análisis disruptivo basado en técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP) e Inteligencia Artificial

Existen evidencias de que hay una correlación entre cómo hablamos y cómo somos, pensamos y sentimos¹. En esta línea, el lenguaje es uno de los vehículos movilizados esenciales para los líderes; además, con la proliferación de las nuevas tecnologías, la huella narrativa y discursiva de estas figuras en el entorno digital es tan amplia como reveladora.

A través de técnicas de NLP (término abreviado por sus siglas en inglés y que responden al procesamiento del lenguaje natural) e Inteligencia Artificial, LLYC y Trivu han desarrollado una exhaustiva prospección de los contenidos y discursos disponibles en la red de una selección diversa de jóvenes líderes, nacidos después de 1990, de 12 países. Tras llevar a cabo un ejercicio similar con una muestra de líderes contemporáneos, el presente informe permite intuir un perfil de ambos grupos y establecer una comparativa para contrastar las dimensiones más personales de ambas generaciones.

El estudio en números:



¹ *Linguistic Inquiry and Word Count*, James W. Pennebaker



APROXIMACIÓN METODOLÓGICA: ¿QUÉ ENTENDEMOS POR UN LÍDER Y CÓMO ANALIZAMOS SU POTENCIAL?

¿Quién puede convertirse en un líder? El liderazgo transformacional como base

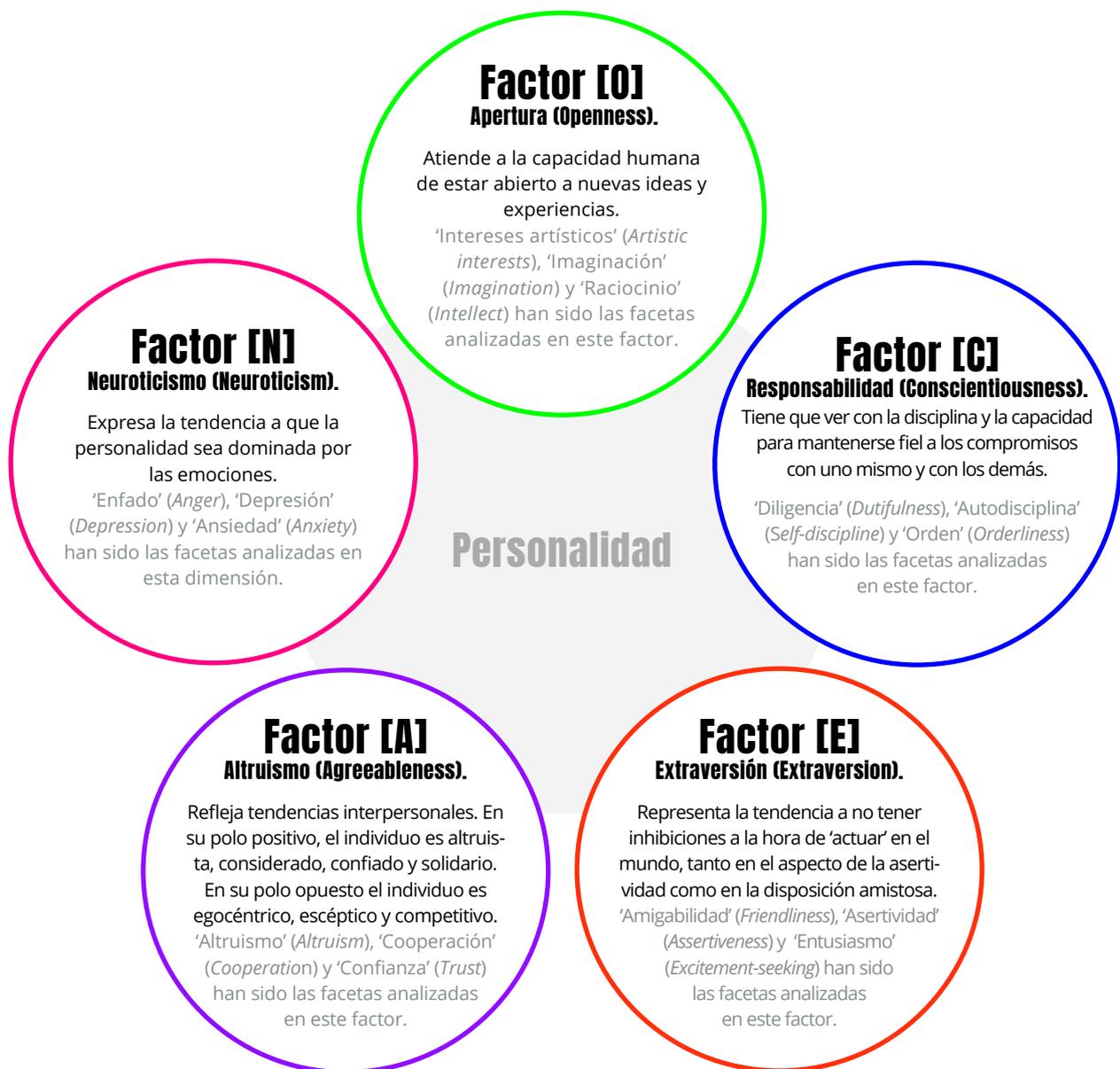
Los académicos americanos Bruce Avolio y Bernard Bass introdujeron en 1991 el concepto del liderazgo **transformacional**. Este modelo visualiza al líder **como aquel que incorpora el trabajo en equipo para identificar un cambio necesario, crea una visión para guiar el cambio a través de la inspiración y ejecuta el cambio en conjunto con los miembros comprometidos de un grupo.**

Partiendo de esta base, y en conjunción con las teorías del liderazgo del modelo FRLM (Full Range Leadership Model), los Future Leaders identificados y analizados en este estudio han sido seleccionados teniendo en consideración su potencial desarrollo como líderes transformacionales. O lo que es lo mismo, metodológicamente se ha partido de **tres criterios básicos: la tenencia de un propósito, su potencial movilizador y, finalmente, su capacidad de influencia.**



Fundamentos metodológicos: cómo predecir la personalidad, los valores y las necesidades de los líderes

El análisis de personalidad y las técnicas de perfilado empleadas en este estudio tienen unos sólidos fundamentos científicos. A partir de la Trait Theory (Teoría de los Rasgos), el presente informe está centrado en el **modelo psicométrico Big Five**². Este patrón examina la estructura de la personalidad a partir de cinco dimensiones o rasgos y, a su vez cada una, de ellas en facetas:



² En conjunción con técnicas LiWC [Análisis morfológico] & Semantic Models [Análisis semántico], con técnicas NLP (Natural Language Processing) y análisis computacional.

Adicionalmente, la API utilizada para la extracción de métricas del Big Five (IBM Personality Insights), nos ha permitido conocer una serie de predicciones sobre necesidades y valores del individuo:

Necesidades

- Estabilidad**
Favorecen lo que ya ha sido probado y la sensatez.
- Estructura**
Necesitan buena organización y una sensación de que esté todo controlado.
- Armonía**
Aprecian las perspectivas y puntos de vista de los demás.
- Ideales**
Desean la perfección y valoran la sensación de comunidad.
- Inquietud**
Necesitan estimulación frecuente para no aburrirse.
- Cariño o amor**
Aprecian el contacto social.
- Expresión personal**
Disfrutan conociéndose a sí mismos y reafirmando sus identidades.
- Sentido práctico**
Valoran la eficiencia, la destreza y el trabajo bien hecho.
- Hogar**
Valoran la familia y el hogar.
- Reto**
Necesidad de tener éxito.
- Emociones fuertes**
Buscan tener emociones alegres, y quieren divertirse.
- Libertad**
Tienen deseos por las cosas nuevas, así como la necesidad de escapar.

Valores

- Autotrascendencia**
Interés por el bienestar y las necesidades de los demás.
- Hedonismo**
Búsqueda de la autogratisfación y el placer.
- Conservadurismo**
Énfasis en la resistencia al cambio, orden y el autosacrificio.
- Apertura al cambio**
Independencia de pensamiento y necesidad de nuevas experiencias.
- Automejora**
Búsqueda del éxito personal.



LOS 120 LÍDERES

DEL FUTURO DE LENGUA HISPANA Y PORTUGUESA

Teniendo en consideración nuestra definición de líder transformacional (aquel que cuenta con un propósito, de naturaleza movilizador y con capacidad de influencia), LLYC y Trivu han desarrollado un listado que identifica a 120 jóvenes de lengua hispana y portuguesa que están llamados a ser *Future Leaders*.

ESPAÑA

- **Alejandra Acosta**
Emprendedora Social; cofundadora de Break The Silence; fellow del proyecto + SocialGood de la fundación de Naciones Unidas.
- **David Rodríguez**
Medallista español de natación; creador de la Fundación Pegasus; participante en la iniciativa Generadores de Coca Cola; ganador del Premio Emprendedores Sociales UE.
- **Nerea Luis Minguenza**
Ingeniera de Inteligencia Artificial; cofundadora T3chfest.
- **Maitane Alonso**
Investigadora; ganadora de premios MIT de sostenibilidad y microbiología.
- **Antonio Espinosa de los Monteros Darnaude**
Emprendedor; co-fundador y CEO de Auara.
- **María Laín**
Activista medioambiental; participante en la Cumbre sobre Acción Climática de la ONU; miembro de Fridays For Future.
- **Elvira Sastre**
Escritora y traductora literaria; ganadora del premio Biblioteca Breve en 2019, entre varios otros premios literarios, y más de ocho obras publicadas.
- **Jan Carbonell**
Emprendedor y científico de data; cofundador Akademy.ai.
- **Mohamed El Amrani**
Emprendedor, comunicador y activista social catalán-marroquí; presidente Red de Convivencia de Roses.
- **Alex Sicart**
Emprendedor; CEO y cofundador de Shasta.

PORTUGAL

- **Catarina Macedo**
Ingeniera especialista en UX; gerente de programación de Xbox R&D en Microsoft.
- **Joana Paiva**
Emprendedora, científica e ingeniera biomédica; CTO y cofundadora de iLoF - Intelligent Lab on Fiber.
- **Salvador Sobral**
Músico; ganador de Eurovision Song Contest 2017.
- **Margarida Balseiro Lopes**
Política; presidenta del Comité de Política Nacional del JSD.
- **Fred Canto e Castro**
Emprendedor; fundador de Sonder.
- **Joana Leite de Castro**
Emprendedora; cofundadora de The human Toolbox.
- **Miguel Oliveira**
Deportista; primer piloto profesional portugués de MotoGP.
- **Kikas**
Surfista; ganador del premio a mejor surfista europeo del año en el Eurosima Surf Summit 2017.
- **Madalena Rugeroni**
Emprendedora; gerente de país en Too Good To Go.
- **Simão Cruz**
Ingeniero especialista en Fintech; subdirector de estrategia digital y desarrollo en BIG - Banco de Inversión Global.

PERÚ

- **Jimena Ledgard**
Activista; organizadora de la marcha Ni Una Menos en Perú en 2016; creadora del podcast La Madeja.
- **Diego Olcese**
Emprendedor social; CEO y fundador de Crehana.
- **Carolina Silva**
Activista LGTBQ+ y comediante.
- **Samuel Sotomayor Parián**
Ingeniero, emprendedor y conferenciante; CTO y fundador de Pachapp.
- **Julio Garay Barrios**
Ingeniero agroindustrial; creador de Nutri H.
- **Marysol Naveda**
Activista medioambiental; coordinadora de Life Out of Plastic (LOOP) y Hazla por tu Playa.
- **Eduardo Rodolfo Mala Segura**
Emprendedor en agricultura; CEO de Ento Piruw.
- **Edward Espinoza**
Emprendimiento en educación; CEO de ARCUX y de Hábitat 207.
- **Sebastián Nadal**
Emprendedor; CEO de Mandü
- **Sigrid Bazán**
Periodista; conductora de televisión de 90 Mediodía.

ESTADOS UNIDOS

- **Emma Gonzalez**
Activista contra el control de armas; ganadora del International Children's Peace Prize en 2018, fundadora de Unquiet.
- **Lina Hidalgo**
Abogada y política; Jueza del condado Harris en Texas.
- **Alicia Chong Rodriguez**
Emprendedora social; CEO de Bloomer Tech.
- **Derrick Reyes**
Emprendedor social y activista LGBTIQ+; CEO de Queerly Health.
- **Daniela V. Fernandez**
Activista medioambiental; fundadora y CEO de Sustainable Ocean Alliance.
- **Rainier Mallo**
Investigador y emprendedor; cofundador y presidente de AIME.
- **Yulkendy Valdez**
Emprendedora social; cofundadora de Forefront.
- **Jessica Cisneros**
Abogada y política; abogada de inmigración en Texas y candidata para la Cámara de Representantes de los Estados Unidos.
- **Vanessa Luna**
Educadora; cofundadora de ImmSchools.
- **Arturo Elizondo**
Emprendedor; CEO de Clara Foods.

ARGENTINA

- **Gino Tubaro**
Emprendedor social e ingeniero; fundador de Atomic Lab.
- **Joan Cwaik**
Autor y orador; gerente de marketing de Latam Maytronics.
- **Camila Crescimbeni**
Política; diputada nacional por la Provincia de Buenos Aires y directora de Inclusión Joven en el INJUVE.
- **Jerónimo Batista Bucher**
Investigador y emprendedor; fundador de Henko.
- **Nicole Becker**
Activista medioambiental; cofundadora y militante de Jóvenes por el clima.
- **Facundo Noya**
Investigador; cofundador y CEO de Ebers.
- **Bárbara Tomadoni**
Ingeniera e investigadora; investigadora asistente en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.
- **Mayra Arena**
Activista y conferencista; autora del TEDTalk ¿Qué tienen los pobres en la cabeza?
- **Mateo Kawaguchi**
Activista; obtuvo el cuarto lugar en la categoría "al molde" del Campeonato Mundial de la pizza.
- **David Trejo Pizzo**
Emprendedor; CEO y cofounder de NYDRO ENERGY.

CHILE

- **Matias Muchnick**
Emprendedor medioambiental; cofundador de The Not Company.
- **Julieta Martínez**
Activista medioambiental; fundadora de la plataforma de innovación social Tremendas.
- **Diego Elorza**
Emprendedor; fundador de Urbanatika.
- **María Fernanda valdés**
Deportista; miembro de la selección chilena de levantamiento de pesas. Oro, plata y bronce en el Campeonato Mundial, Oro y Plata en los Juegos Panamericanos de Lima, y ganadora del Premio Nacional del deporte en 2017.
- **Cristian Lara**
Emprendedor medioambiental; director y fundador de la comunidad CETHA.
- **Inés Benson**
Emprendedora; fundadora de Guará.
- **René Espinoza**
Ingeniero; fundador de LazarilloApp.
- **Daniel Lanfranco**
Antropólogo sociocultural; director ejecutivo de Foco Migrante.
- **Verónica Benfele**
Comunicadora; emprendedora y productora audiovisual en Plastilinate.
- **Camila Gallardo**
Cantante y activista; obtuvo segundo lugar en The Voice Chile en 2015.

ECUADOR

- **Carla Heredia**
Deportista y activista por los derechos de las mujeres; Gran Maestro Internacional y Maestro Internacional Femenino de ajedrez.
- **Francisco Vélez Arosemena**
Emprendedor; fundador de Brain Room.
- **Doménica Cobo Flandoli**
Emprendedora social; fundadora de XEllas y directora de sostenibilidad en Ciclo Rosa.
- **Vanessa Barbery**
Emprendedora; fundadora de Digimarketing.
- **Geraldine Meitzner**
Comunicadora; Partnerships Manager en Girls in Tech, Inc.
- **Begoña Salas**
Diseñadora y artista plástica.
- **Carlos Obando**
Emprendedor en tecnología; cofundador y CEO de Talov.
- **Jorge Ulloa**
Actor, Director y Youtuber; cocreador de Enchufe.tv.
- **Mateo Kingman**
Cantante; referente del género pop-andino.
- **Nicolás R. Muñoz**
Abogado empresarial; CEO y fundador de Ulpik.

BRASIL

- **Vinicius Silva**
Consultor financiero; cocreador del canal Favelado Investidor.
- **Matheus Goyas**
Emprendedor; creador de AppProva.
- **Anielle Guedes**
Emprendedor; fundador Urban 3D.
- **Nátaly Neri**
Activista y comunicadora; creadora del canal Afros e Afins.
- **Anna Luisa Becerra**
Emprendedora social; CEO de Safe Drinking Water for All.
- **Philippe Magno**
Emprendedor; cofundador y socio de The HandsFree Institute.
- **Lawrence Murata**
Emprendedor social; jefe de plataformas de Inteligencia Artificial y Ciencia de Datos en Nauto.
- **Lincoln Ando**
Emprendedor; fundador de idwall.
- **Tales Gomes**
Emprendedor; cofundador y CEO de Plataforma Saúde
- **Maisa Silva**
Cantante, presentadora y actriz; ganadora de la categoría canal de Youtube Favorito en Meus Prêmios Nick 2018.

COLOMBIA

- **Gabriela Morgan**
Activista medioambiental; creadora del proyecto Revolución en Marcha.
- **Sara Samaniego “La recicladora”**
Youtuber; creadora del personaje ficticio “Marce la recicladora”.
- **María Paulina Bahena**
Periodista política, creadora del canal de Youtube La Pulla.
- **Lady Cuestas**
Emprendedora y diseñadora; creadora del proyecto Kit Smile.
- **Julián Torres Gómez**
Emprendedor; CEO y fundador de Fitpal.
- **Clemencia Vargas**
Emprendedora y bailarina; CEO de Vive Bailando.
- **Dave Castiblanco**
Modelo; ha participado en Bogotá Fashion Week y en Medellín Fashion Week.
- **Juan David Aristizabal**
Emprendedor social; cofundador de Buena Nota.
- **Daniela Carvajalino**
Emprendedora; cofundadora y CEO de The Biz Nation, formadora global del Foro Económico Mundial.
- **Jennifer Rodríguez**
Emprendedora social; CEO y fundadora de VBraille.

REPÚBLICA DOMINICANA

- **Paloma Rodríguez**
Actriz, cantante; cofundadora y portavoz del movimiento Creo en Ti RD.
- **Katherine Motyka**
Emprendedora social; fundadora y CEO de Jompeame.
- **Carolina Santana Sabbagh**
Abogada y comunicadora de asuntos públicos; trabaja con entidades gubernamentales, ONG y medios de comunicación nacionales, principalmente en la radio y la prensa escrita.
- **Juan Carlos Núñez**
Investigador y comunicador científico y medioambiental; creador del canal Yohannature.
- **Mabell Damirón**
Emprendedora y comunicadora; fundadora de una marca de ropa basada en el Slow Fashion.
- **Mario Esteban Sosa Torres**
Político; fundador de la Sombrita del Frutero.
- **Eva Herbert**
Influencer y autora; creadora del Club de Solteras.
- **Lourdes Alejandra Aybar**
Deportista paralímpica; ganadora de medalla de plata en los juegos Para-panamericanos en Lima 2019.
- **Gian Luis Pereyra**
Emprendedor; CEO de Kikaboni.
- **Daniela Harguindeguy Blanco**
Doctora; CEO de Medtoon.

PANAMÁ

- **Sandra Watemala**
Activista medioambiental; coordinadora de Marea Verde.
- **Juan Diego Vásquez**
Político; diputado más joven de Panamá.
- **Alejandro Carbonell**
Emprendedor e ingeniero creativo; director de innovación de Ciudad del Saber; cofundador de la asociación Jóvenes Unidos por la Educación; CEO de la plataforma Tutorez.
- **Elizabeth Sánchez Ruiz**
Activista financiera; CEO y fundadora de Mindful Finance.
- **María José Paiz Arias**
Escritora, influencer y bloguera; creadora de Segun Majo.
- **Camila Aybar**
Gestora cultural y cineasta; directora de Buena Vaina.
- **Katherine Boyce**
Comunicadora; directora de marketing en Digital Coffee Group.
- **Francisco Olivella**
Artista y activista; creador de Mundo Escultura.
- **Diwigdi Valiente**
Guerrero Climático; embajador de One Young World; líder en Sustainable Ocean Alliance y talento de Unleash Lab.
- **José Rodríguez**
Ingeniero; miembro de Ayudinga.

MÉXICO

- **Yalitza Aparicio**
Actriz y activista; primera mujer indígena y la segunda mujer mexicana en ser nominada como mejor actriz en los Oscars.
- **Julian Ríos Cantú**
Emprendedor; CEO y cofundador de Higia.
- **Pedro Kumamoto**
Político, activista y periodista.
- **Issac Hernández**
Bailarín profesional galardonado con el Premio Nacional de la Juventud y tres Grand Prix
- **Sara Landa**
Emprendedora y científica; cofundadora de Simbiótica labs.
- **Francisco Valencia**
Emprendedor social; CEO de Prothesia.
- **Rorro Echávez**
Creador de contenido, autor y conferencista inspiracional.
- **Alejandra Contreras Casso**
Emprendedora social; presidenta de Somos + Decididos A.C.
- **Marimar Treviño**
Emprendedora; presidenta de la Comisión de Jóvenes Empresarios y Consejera en CONSEPP (Consejo Ciudadano de Seguimiento de Políticas Públicas en Materia de Juventud
- **Lorena Saravía**
Diseñadora de moda y emprendedora; CEO, fundadora y directora creativa de Lorena Saravía.

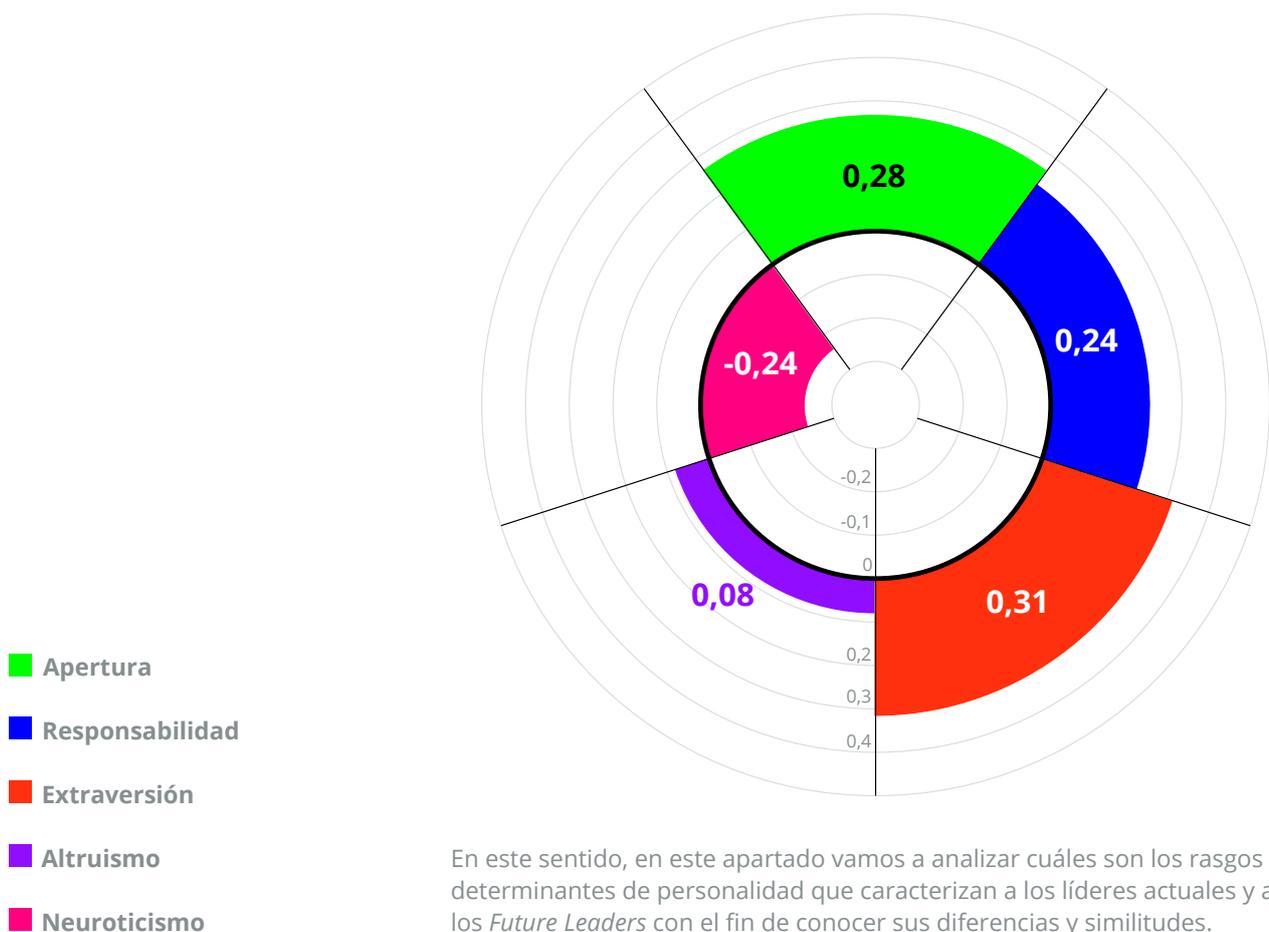


FUTURE
LEADERS

LA EVOLUCIÓN HACIA EL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL: EL ANÁLISIS DE PERSONALIDAD DE DOS GENERACIONES

Tomando como referencia la definición de líder expuesta anteriormente, la primera pregunta que surge es: ¿cuáles son las características de los líderes transformacionales? Aplicando el modelo *Big Five* y definiendo un 'retrato robot', descubrimos que se trataría de personas extravertidas y abiertas, comprometidas con la búsqueda de cambios en el mundo, responsables y con un alto control emocional y a las que no les asustan los retos ni se desaniman fácilmente.

Big Five y modelo de liderazgo transformacional



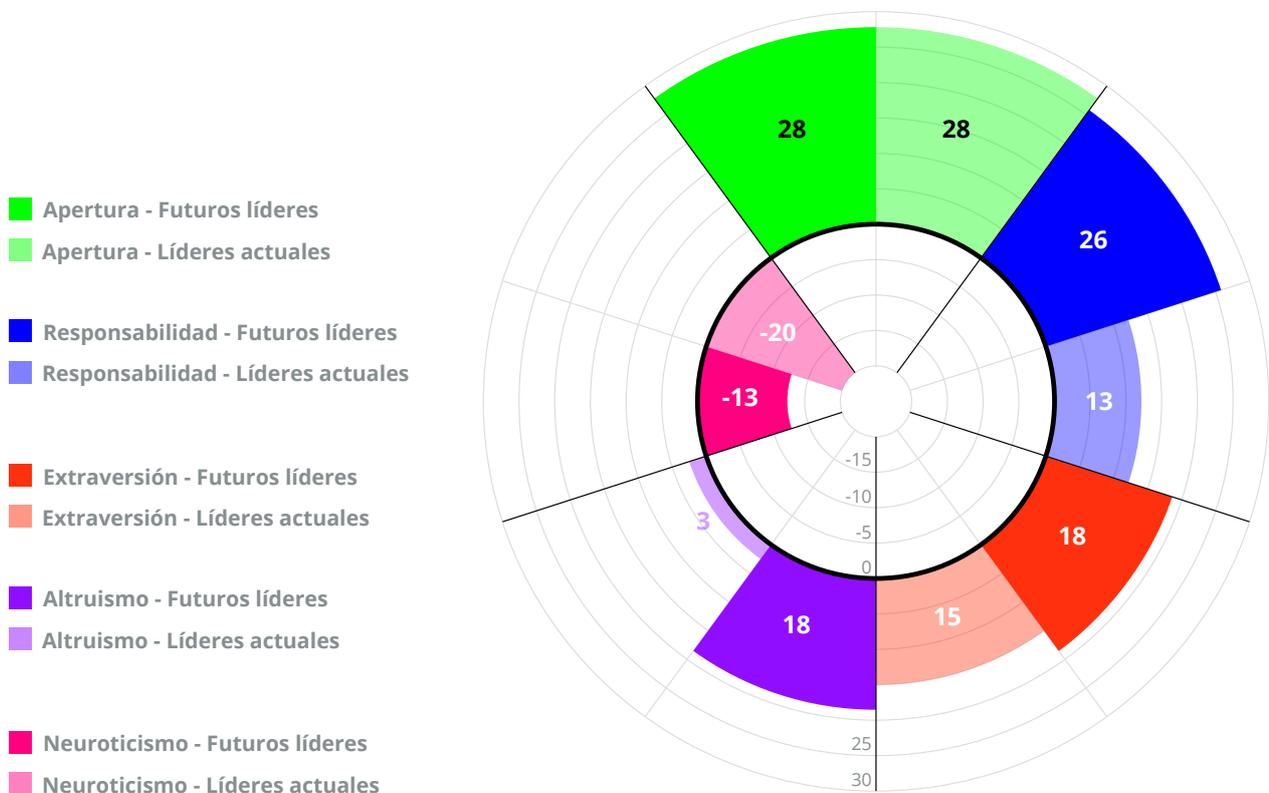
En este sentido, en este apartado vamos a analizar cuáles son los rasgos determinantes de personalidad que caracterizan a los líderes actuales y a los *Future Leaders* con el fin de conocer sus diferencias y similitudes.

A. LA EMOCIONALIDAD Y EL ALTRUISMO, LAS PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE LOS LÍDERES ACTUALES Y LOS FUTUROS

¿En qué posición se encuentran los líderes actuales y los *Future Leaders* respecto a este modelo transformacional? En primer lugar, el análisis arroja que los **líderes actuales son personas con una gran resiliencia emocional y que se manejan a la perfección en el mundo de las ideas y la innovación**. En paralelo, este modelo destaca su **asertividad** y su **pragmatismo**; así como la necesidad de contar con orden y estructura a su alrededor para ser eficientes.

Por su parte, a grandes rasgos, los *Future Leaders*, se pueden describir como líderes **responsables y trabajadores, con un gran sentido del deber**. Este grupo se caracteriza por su apertura de mente y por su tendencia a enarbolar ideales abstractos, con niveles de curiosidad alta. Al mismo tiempo, son asertivos, pero también **amables, muy cooperantes y respetuosos con el bienestar de los demás**, llegando a situarse en el punto medio entre lo individual y lo colectivo. Por último, son conscientes del impacto de las personas en el mundo externo y de la necesidad de trascender de uno mismo y **pensar más en lo colectivo**.

Desviación respecto a la media (percentiles)



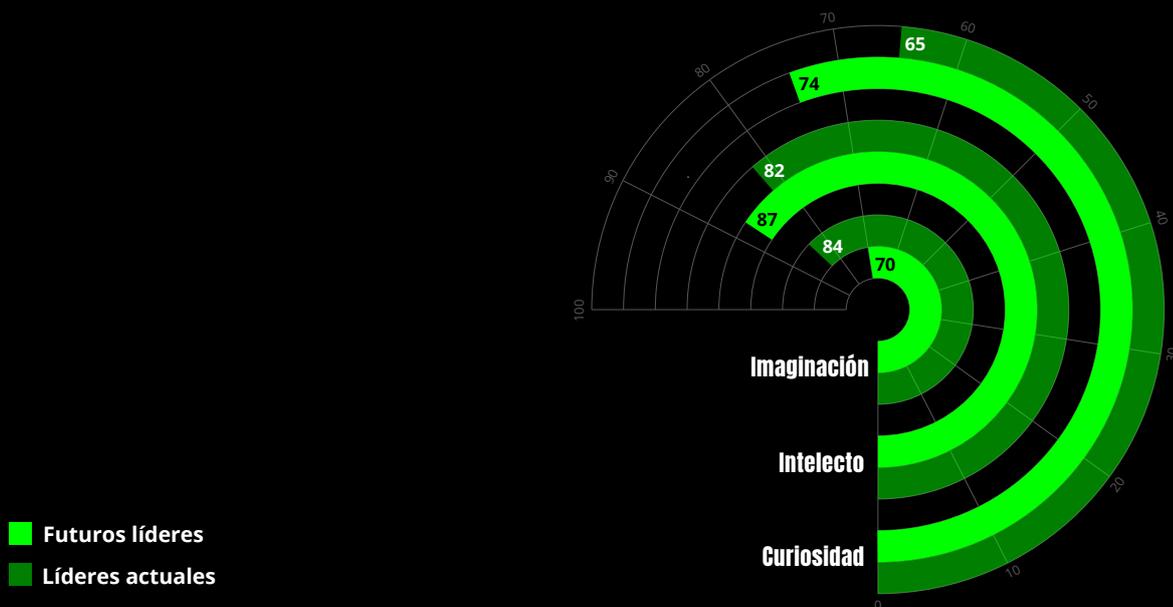
Los Future Leaders destacan por abanderar un liderazgo más emocional, por preocuparse por los demás y por ser altruistas.

Aun teniendo en común una gran apertura mental y la valoración de la responsabilidad y el trabajo individual, las **grandes diferencias** entre los líderes actuales y los *Future Leaders* están, principalmente, en todo lo que tiene que ver con **las emociones y la sensibilidad hacia fuera o 'lo que no soy yo'**.

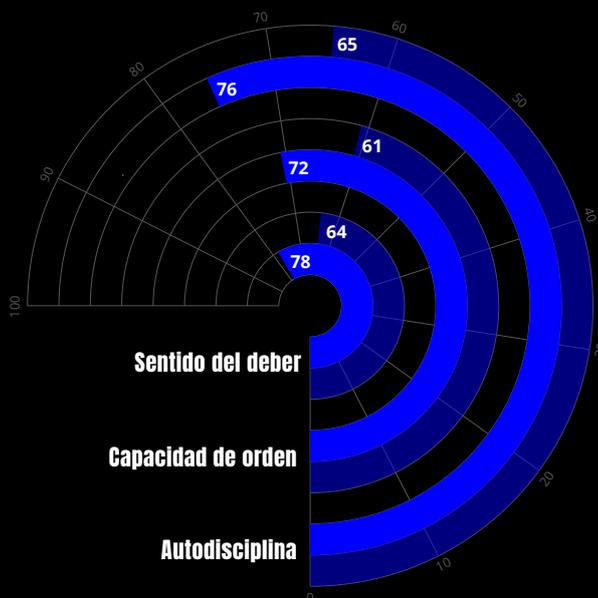
Los *Future Leaders* muestran un tipo de liderazgo más consciente de la importancia de la integración y gestión de las emociones y los sentimientos y el impacto en el mundo. Además, es clave destacar que **sus acciones promueven el sentido de comunidad, la cooperación y el respeto al individuo y al hábitat, sin perder de vista la asertividad y la autonomía de cada uno**. En este sentido, es importante recalcar el interés de los *Future Leaders* en lo colectivo sobre lo estrictamente individual. Asimismo, no hay que olvidar que en el interés de lo colectivo también hay un beneficio propio.

En este contexto, si partimos de los cinco factores que conforman el *Big Five*, podemos observar las siguientes facetas predominantes de la personalidad de los líderes actuales y del futuro:

Si hablamos sobre el **rasgo O (Apertura)**, en el caso de los líderes actuales, observamos que la imaginación es el más predominante (70 vs. 84). Por su parte, los *Future Leaders* destacan por el intelecto o, lo que es lo mismo, el gusto por las ideas abstractas, o porque son más curiosos que los líderes actuales (74 vs 65).



Si nos centramos en el **rasgo C (Responsabilidad)**, los *Future Leaders* destacan por sentido del deber (78 vs 64) y por la autodisciplina (76 vs 65).



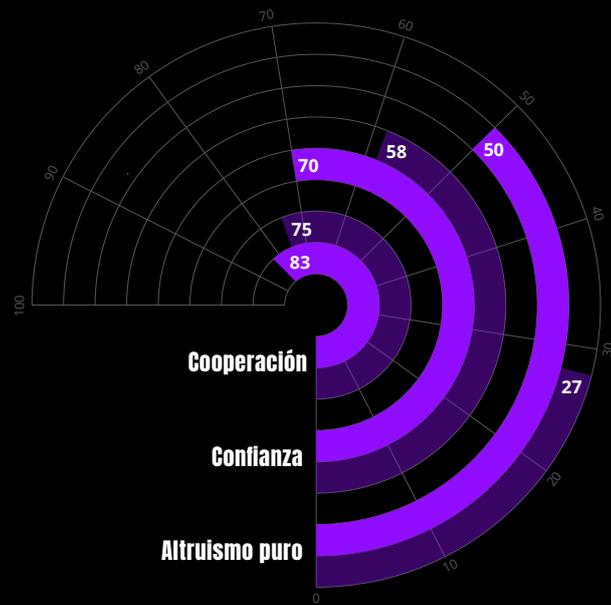
En cuanto al **rasgo E (Extraversión)**, se observa que ambos tipos de líderes son extrvertidos y muy asertivos, sin embargo, los nuevos líderes son mucho más amistosos que los actuales (66 vs 42).



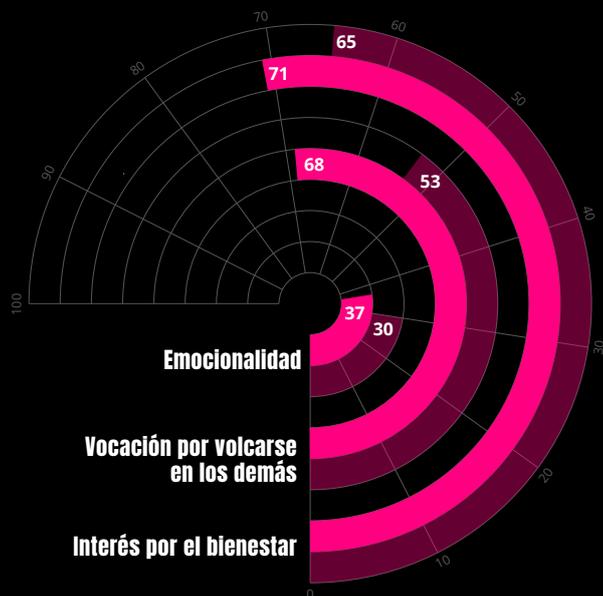
- Futuros líderes
- Líderes actuales

- Futuros líderes
- Líderes actuales

Por su parte, la faceta dominante de los líderes actuales y en los *Future Leaders*, en el **rasgo A (Altruismo)**, es la cooperación (83 vs. 75). La gran diferencia en este área radica en el grado de altruismo: en el caso de los líderes actuales, es muy bajo (27); mientras que en el caso de *Future Leaders* está en línea con los líderes transformacionales (50).



Si observamos el **rasgo N (Neuroticismo)**, observamos que los *Future Leaders* poseen una enorme tendencia a volcarse con los demás y presentan un nivel de interés altísimo por el bienestar de quienes están a su alrededor



- Futuros líderes
- Líderes actuales
-
- Futuros líderes
- Líderes actuales

Top 5: Diferencias fundamentales del liderazgo entre los *Future Leaders* y los líderes actuales

Los *Future Leaders*:

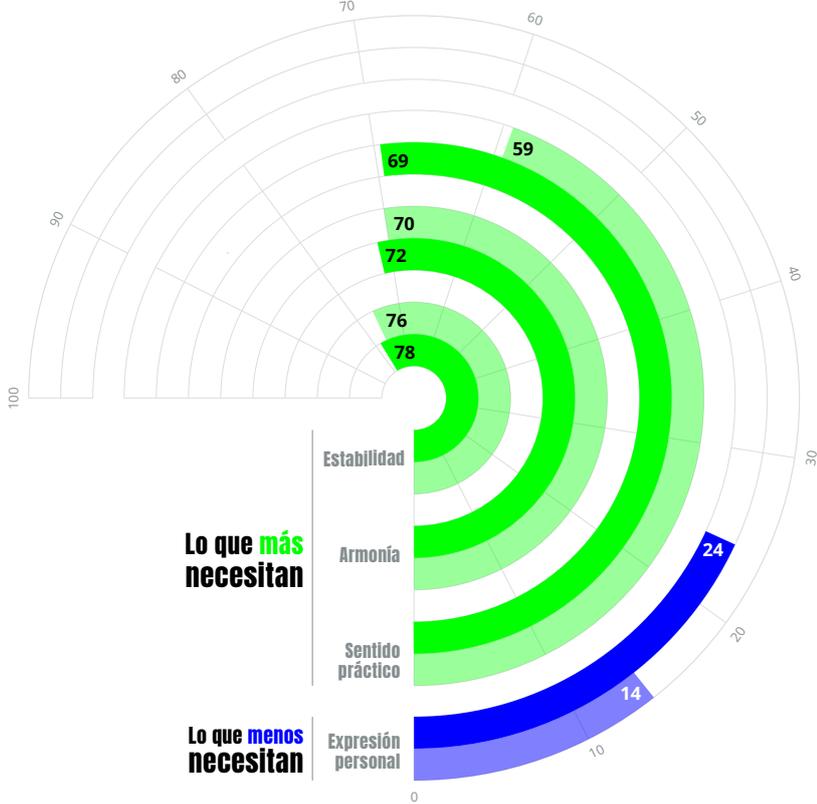
- 1** Valoran más la autotranscendencia.
- 2** Se muestran más emocionales y más volcados en los demás.
- 3** Son más cooperantes, confían más en los demás y lo más significativo: son más altruistas.
- 4** Se muestran más responsables, más disciplinados, con más sentido del deber y más respetuosos con el orden y las rutinas.
- 5** Son mucho más amistosos que los actuales. Aunque, como en la generación actual, son extravertidos y muy asertivos.

Los *Future Leaders* se caracterizan por la necesidad de ideales y nuevos horizontes

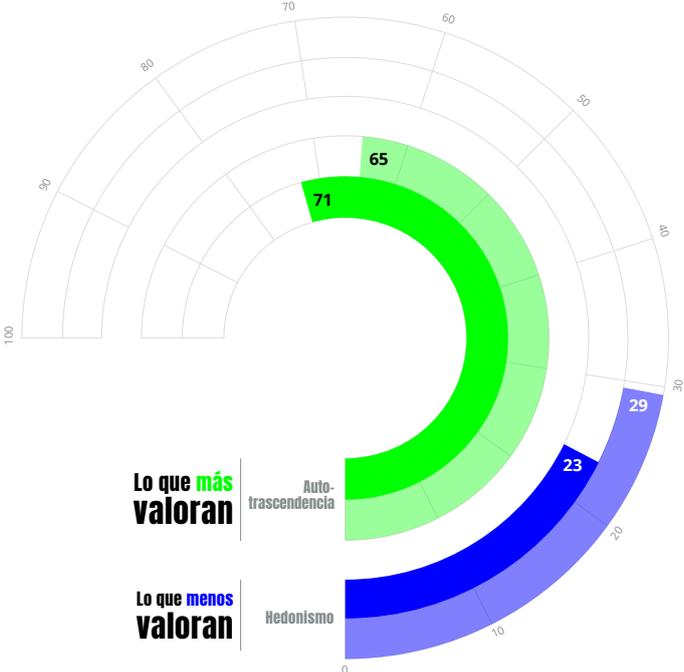
Además de los rasgos de personalidad, el modelo *Big Five* nos permite conocer las necesidades vitales y los valores que caracterizan a los líderes. En este contexto, si hablamos de lo que necesitan, podemos afirmar que, con una gran diferencia (42 vs 14), los *Future Leaders* muestran un percentil casi 30 puntos superior.

Si hablamos de valores, encontramos que la autotranscendencia (es decir, el interés por el bienestar y las necesidades de los demás) es a lo que mayor importancia le dan ambos, pese a que los *Future Leaders* estén unos puntos por encima de los actuales (71 vs 65). Desde la perspectiva opuesta, si nos fijamos en lo que menos valoran, encontramos el hedonismo.

Necesidades



Valores



- Futuros líderes
- Líderes actuales

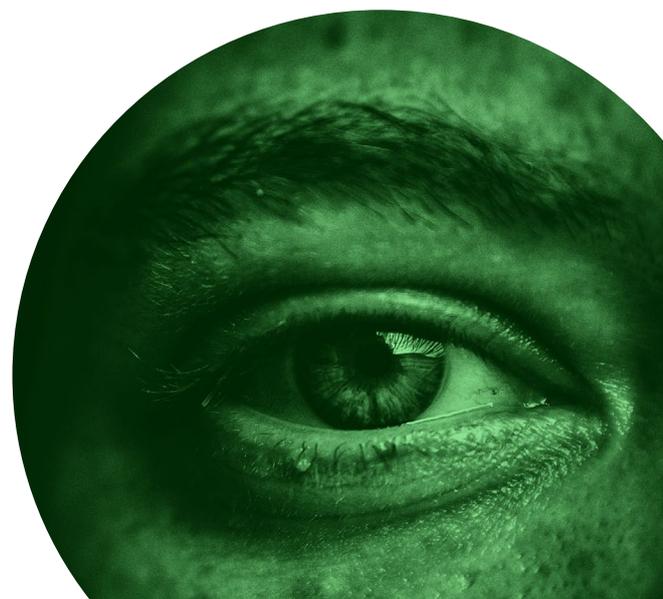
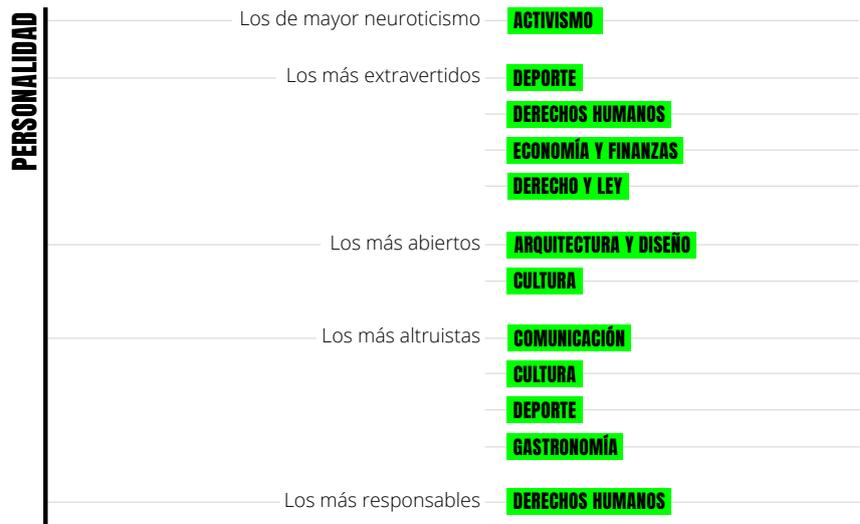
- Futuros líderes
- Líderes actuales

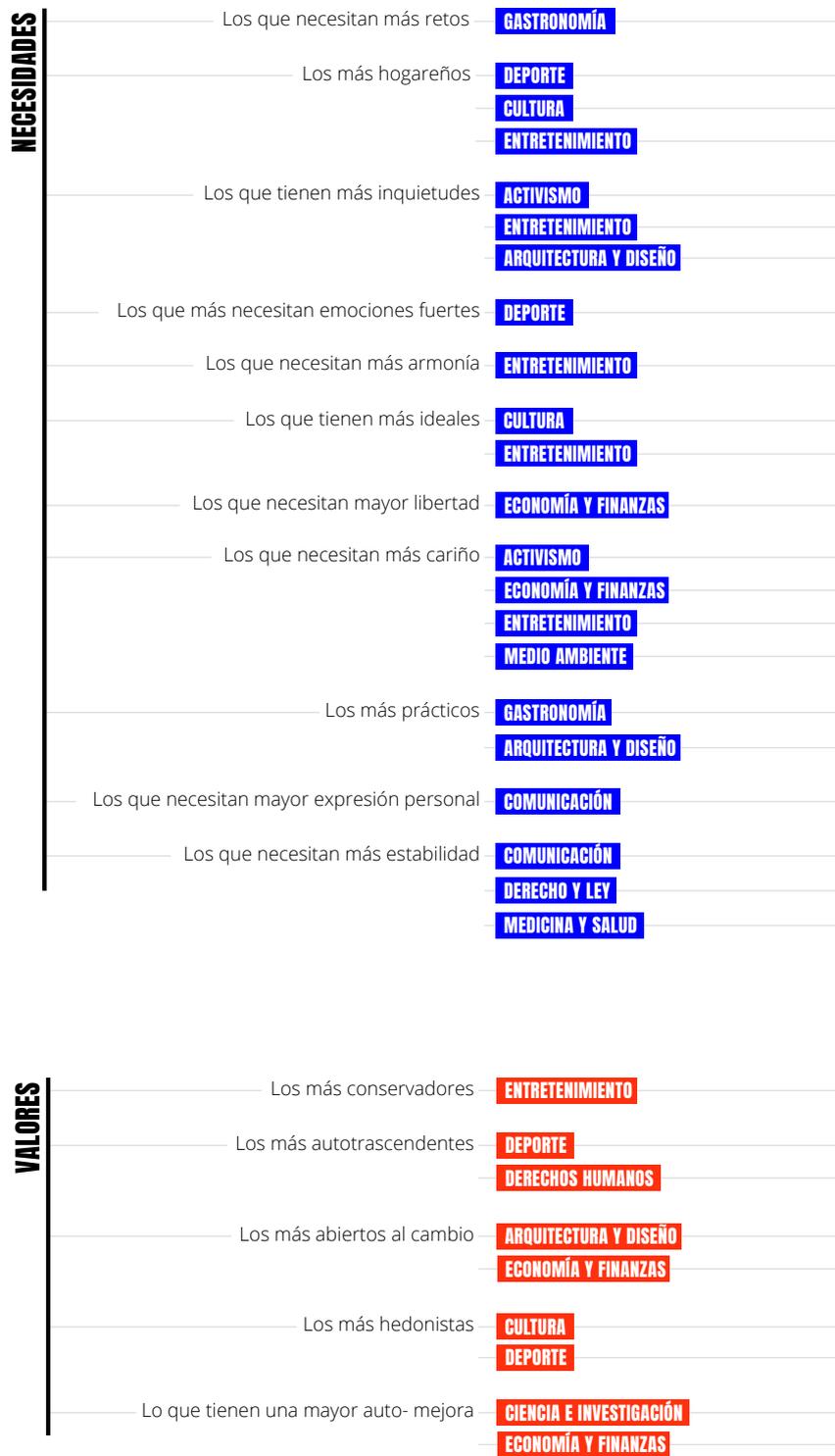
B. LA PERSONALIDAD SEGÚN EL ÁMBITO DE LIDERAZGO: DIFERENCIAS ENTRE SUS VALORES, RASGOS Y NECESIDADES

Dentro de la comunidad de líderes, cabe preguntarse cómo los rasgos de personalidad se modulan en función del ámbito de acción o de liderazgo de cada uno. ¿Tiene unos rasgos psicosociales diferentes un líder del ámbito cultural respecto a uno del entorno económico o deportivo? ¿Qué tipos de líderes presentan rasgos de personalidad más similares? ¿Cuáles presentan unas necesidades o unos valores parecidos?

Con el fin de profundizar en estas cuestiones, se han analizado y cuantificado las tendencias en rasgos y facetas de la personalidad en relación al *background* profesional y de liderazgo. De este modo, podremos observar en qué disciplinas se mueven aquellos líderes que son más emocionales, los más extrvertidos o, incluso, los más abiertos al cambio.

Los Future Leaders por ámbito de acción







BUCEANDO EN LAS PALABRAS DE DOS GENERACIONES: ANÁLISIS MORFOLÓGICO Y SEMÁNTICO DE DISCURSOS E INTERVENCIONES

El lenguaje que utilizamos es, además de una herramienta de expresión, un reflejo de nuestro carácter e, incluso, de nuestra inteligencia social. Según expone el psicólogo y experto en lenguaje James W. Pennebaker³, la elección de las palabras o la frecuencia con la que se emplean determinadas expresiones revelan, a menudo, patrones psicológicos y de personalidad tan distintivos como las huellas dactilares.

Por tanto, indagar (desde una perspectiva morfosemántica) en los discursos e intervenciones de los distintos líderes no arroja algunos *insights* sobre el fondo y los rasgos distintivos de cada generación: ¿Cuáles son los conceptos que más repiten los líderes actuales? ¿Hay diferencia con los valores a los que apelan más los *Future Leaders*? ¿Qué nos dice la adjetivación que emplea cada generación sobre su visión del mundo? ¿Qué nuevos términos y conceptos están surgiendo en la conversación y quién los capitaliza?



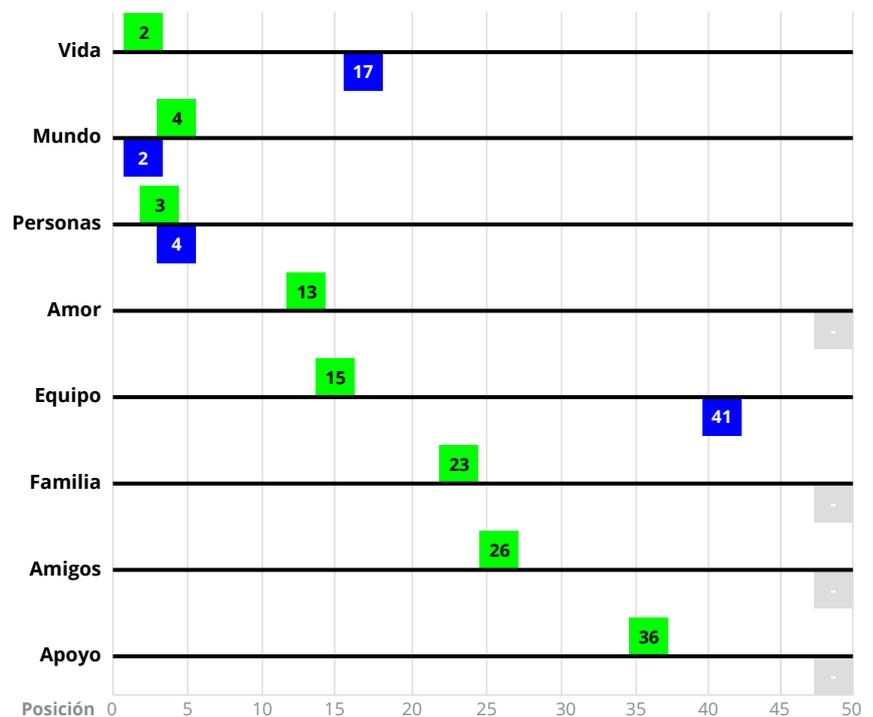
³ *The Secret Life of Pronouns: What Our Words Say About Us* (2013)

A. ANÁLISIS DE LOS SUSTANTIVOS LA NUEVA GENERACIÓN DE LÍDERES EMPLEA UN LENGUAJE MÁS COMUNITARIO E INCLUSIVO

Si atendemos al análisis de los sustantivos empleados por las dos generaciones de líderes, observamos, en primer lugar, que la frecuencia del uso de este grupo de palabras es mucho mayor en el caso de los *Future Leaders*. Según el experto Pennebaker, esta tendencia suele indicar que **nos encontramos ante un grupo de «individuos más felices y seguros de sí mismos» que presentan, con mayor probabilidad, «una preparación académica más extensa».**

Si analizamos el top-50 de los sustantivos más empleados en cada generación, observamos que los *Future Leaders* cuentan con **un discurso mucho más centrado en valores comunitarios, sociales y anclado a la importancia del *team-play***: palabras como «Vida», «Personas», «Mundo», «Familia», «Amigos», «Amor», «Equipo» o «Apoyo» aparecen su top-50 de conceptos más recurrentes. Los líderes actuales, en cambio, o no apelan a estos conceptos («Familia» o «Amigos» no aparecen en su lista) o, en caso de hacerlo, es con una frecuencia menor.

Posición de palabras en Future Leaders y Líderes actuales (top-50)



■ Futuros líderes
■ Líderes actuales

Incluso percibimos como conceptos sociales de gran relevancia como «Educación» o «Salud» son mucho más relevantes en el listado de los *Future Leaders*. Específicamente, resulta muy llamativo que los líderes actuales no apelen (atendiendo a su top-50) al concepto de «Salud», mientras que los *Future Leaders* sí lo hacen.



Curiosamente, la palabra «Comunidad», sin embargo, no aparece en el ranking de los nuevos líderes, aunque sí en el de los líderes actuales. Este aspecto podría corroborar que estos últimos emplean un lenguaje más abstracto y entienden bien el valor de usar ‘buzzwords’.

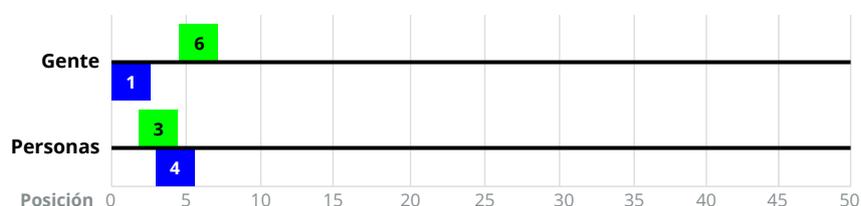
Los Future Leaders muestran mayor gratitud y apelan más a la mujer

Respecto a las diferencias en la frecuencia de uso de algunos conceptos, llama la atención el uso que ambas generaciones hacen de la palabra «Gracias». Atendiendo a la posición de esta en ambas listas, observamos que se trata de la expresión más empleada por los *Future Leaders*; mientras que en el caso de los líderes actuales desciende a la mitad de la tabla (posición 25). Esto refuerza la idea de que **los nuevos líderes están mejor situados en el eje individuo-comunidad y ejercen, en mayor grado, la gratitud.**

Por su parte, la palabra «Mujer/es» se sitúa 12 posiciones por debajo en el ranking de los líderes actuales (posición 22º en contraposición a la posición 34º). **Esto demuestra que la presencia y la apelación al género femenino está más instalada en los líderes más jóvenes.**

Por último, cabe destacar que la palabra «Gente» es la más empleada por los líderes actuales. Resulta llamativo en contraposición el uso de la palabra «Personas» (que desciende al cuarto lugar en su ranking). De nuevo, este aspecto denota una mayor frialdad y desapego respecto a la comunidad (es más fácil empatizar y sentirse identificado con el sustantivo «Personas» que con el colectivo «Gente»). En el caso de los *Future Leaders*, el orden en la frecuencia es el contrario.

Posición de palabras en Future Leaders y Líderes actuales (top-50)



■ Futuros líderes
■ Líderes actuales



Solo los *Future Leaders* apelan a los jóvenes en sus discursos (la palabra «Jóvenes» no aparecen en el top-50 de los actuales).

Las expresiones sobre digitalización solo se perciben en los Future Leaders; los líderes actuales son los únicos que apelan al dinero

Analizar los sustantivos empleados de forma exclusiva por alguno de los grupos también arroja algunas evidencias sobre el carácter de ambas generaciones de liderazgo:

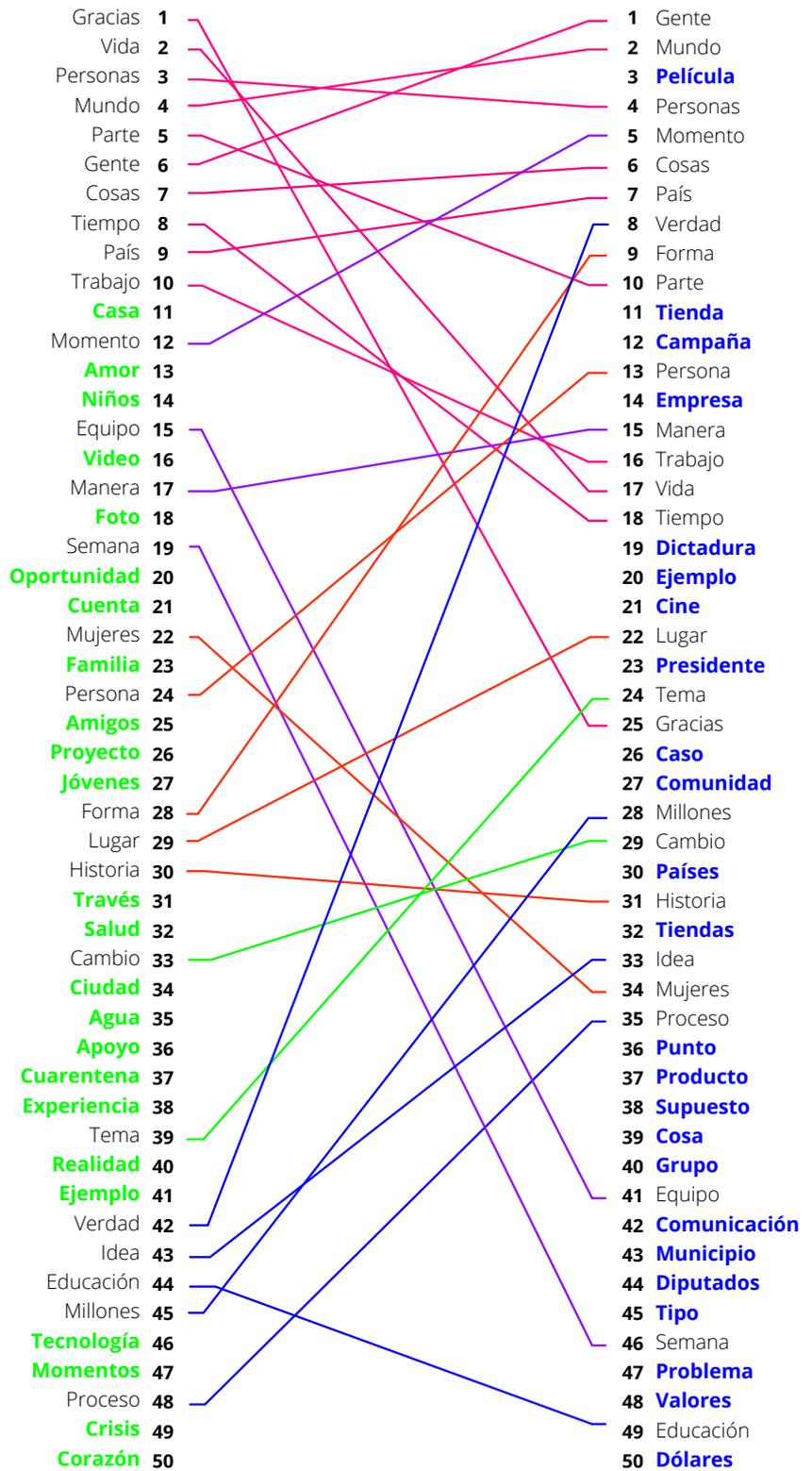
Las palabras «Vídeo» (16°) y «Foto» (18°) solo aparecen en el *ranking* de los *Future Leaders*. **Este punto es una muestra de la omnicanalidad discursiva, la preponderancia de lo audiovisual e, incluso, la democratización del contenido para la nueva sociedad.** También la palabra «Tecnología» (46°) solo aparece en el top de este grupo.

Las **alusiones al dinero** («Dólares [50°]»), las corporaciones («Empresa» [14°]) y las **estructuras políticas tradicionales** («Campaña» [12°], «Presidente» [23°]), («Municipio» [43°]) y («Diputado» [44°]) solo aparecen, por el contrario, entre los sustantivos más empleados por los **líderes actuales**.



Top 50

Sustantivos



■ Futuros líderes
■ Líderes actuales

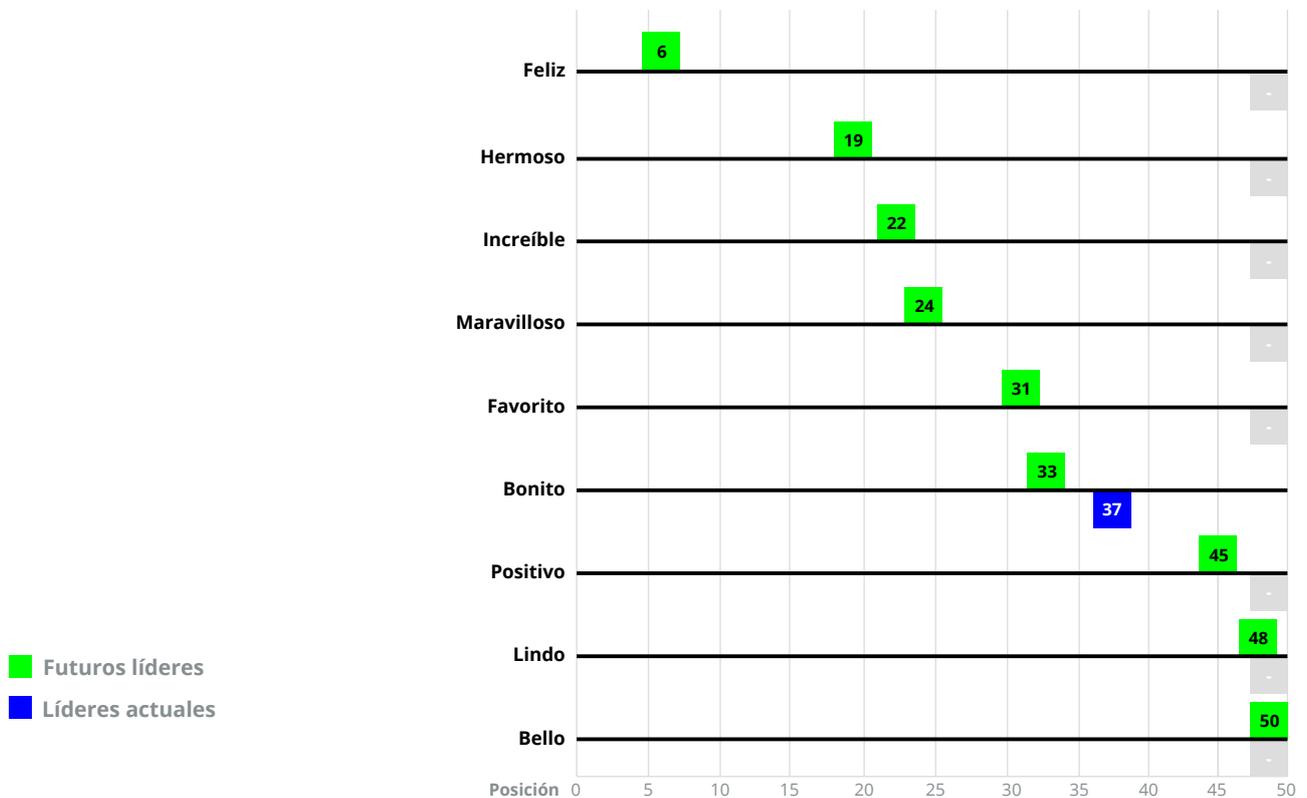
B. ANÁLISIS DE LOS ADJETIVOS LOS FUTURE LEADERS DESCRIBEN SU REALIDAD DE FORMA MÁS POSITIVA Y EMOCIONAL

El análisis de los cánones de adjetivación nos permite aproximarnos a cómo los líderes entienden el mundo que les rodea y cómo definen el futuro hacia el que quieren avanzar. Este tipo de palabras nos aportan indicios sobre el tono que utilizan y la emocionalidad con la que modulan sus discursos.

El carácter **altamente emocional de los Future Leaders se ratifica también a través de este estudio semántico**. Adjetivos como «Hermoso», «Increíble», «Maravilloso», «Favorito», «Bonito», «Positivo», «Lindo» o «Bello», no solo forman parte del top-50 de adjetivos más comunes en la nueva generación de líderes; sino que contrasta con el lenguaje empleado por los líderes actuales (donde solo «Bonito» aparece en la lista [37]). De hecho, mientras que el adjetivo «Feliz» se encuentra en el top-10 (posición 6ª) de las palabras más recurrentemente empleadas por los líderes más jóvenes; este vocablo no existe en el top-50 de los líderes actuales.

Si atendemos al cómputo global de todos sus discursos, descubrimos que el **uso de palabras emocionales es mucho más abundante en el discurso de los Future Leaders (un 45% más frecuentes)** y que, en el **78 % de las ocasiones, emplean palabras y expresiones de carácter positivo**.

Posición de palabras en Future Leaders y Líderes actuales (top-50)





Como contraste, el adjetivo «Humano» solo aparece en el ranking de los líderes actuales (en la posición 43ª).

En esta línea, el **discurso de este último grupo puede describirse como más frío y mucho más profesionalizado y técnico**: los términos «Legislativo», «Comercial», «Logístico» o «Económico» solo forman parte del acervo de los líderes contemporáneos.

Lo «climático» es un fenómeno más recurrente en los discursos de los líderes actuales.

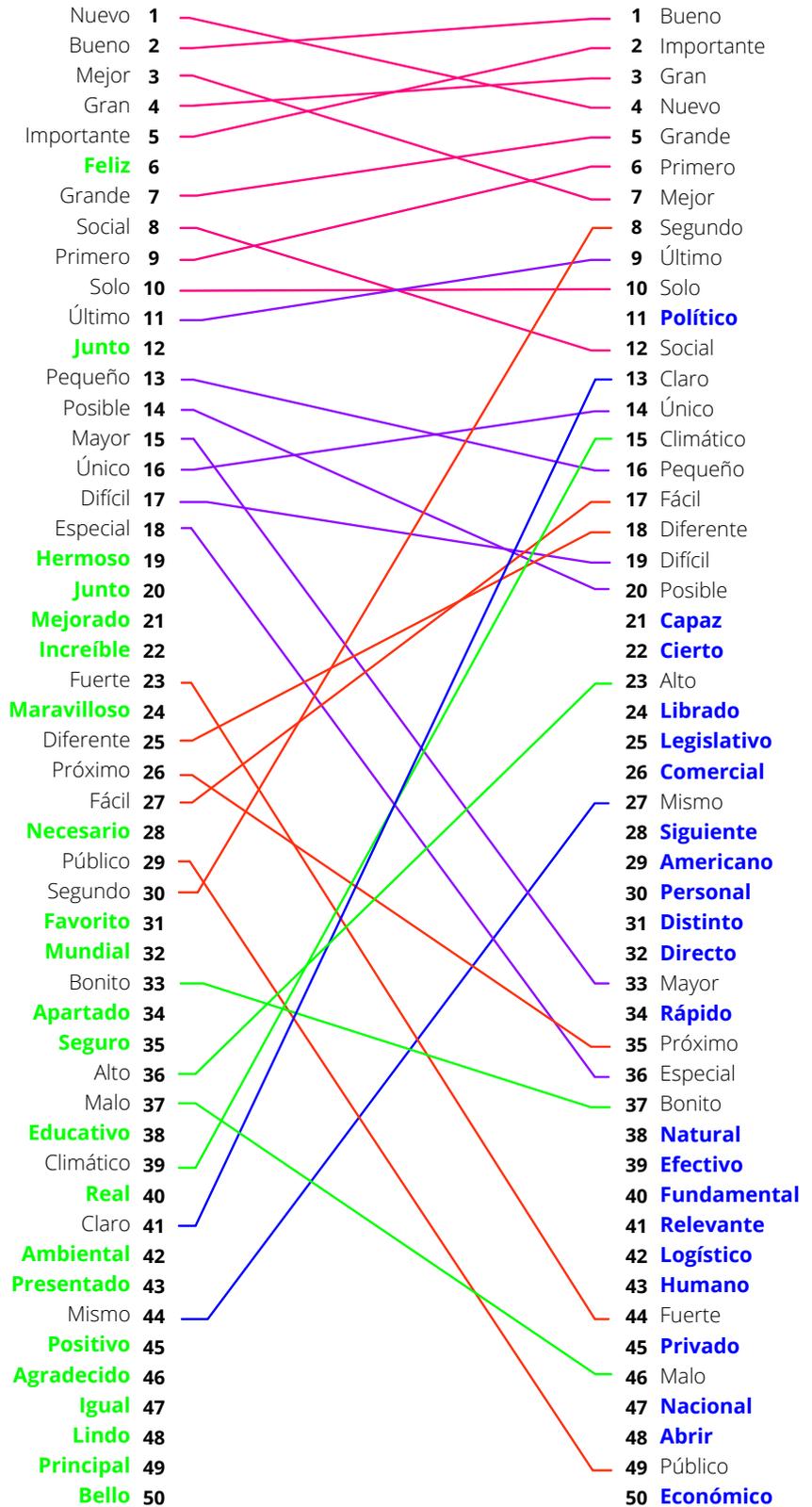
La comparación de la adjetivación de las dos generaciones nos deja entrever, además, cómo los **Future Leaders incorporan muchas más referencias a lo colectivo**, cómo apelan a aspectos relativos a lo que tienen en común con los receptores de sus mensajes. Por ejemplo, el uso de los adjetivos «Público», «Climático», «Educativo», «Mundial» o «Social» están entre los más utilizados por los líderes más jóvenes.

Curiosamente, sin embargo, **el adjetivo «Climático» (precedido por la palabra «Cambio» y en relación al fenómeno medioambiental) aparece de manera más recurrente entre los líderes contemporáneos**. Situado en la posición 15ª, la generación actual apela más al fenómeno del cambio climático que los *Future Leaders* (algo que, sin embargo, contrasta con la naturaleza más fría y menos social de su discurso habitual). También los líderes actuales son los únicos que apelan al concepto «Natural».



Top 50

Adjetivos



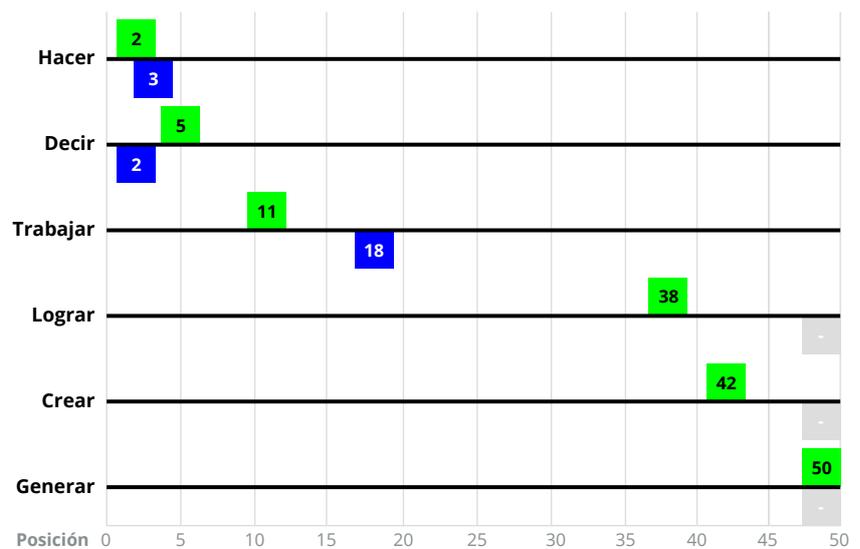
■ Futuros líderes
■ Líderes actuales

C. ANÁLISIS VERBAL LA ORIENTACIÓN A LA ACCIÓN Y LA EMPATÍA SON RASGOS MÁS CARACTERÍSTICOS EN LOS FUTURE LEADERS

Las nuevas generaciones hablan más sobre el futuro y cuentan con un ímpetu mucho más constructivista.

El análisis verbal de los discursos de ambas generaciones **evidencia una mayor tendencia a la acción por parte de los Future Leaders**. Los más jóvenes emplean con mayor asiduidad el verbo «Hacer» (2º) que el verbo «Decir» (5º); mientras que la frecuencia de su uso líderes en los más tradicionales es invertida (la palabra «Decir» [2º] es más recurrente que la palabra «Hacer» [3º]). También la nueva generación apela con más frecuencia a la acción de «Trabajar» (posición 11º VS posición 18º); de la misma forma, palabras como «Lograr» (38º), «Crear» (42º) y «Generar» (50º) solo forman parte del acervo de los *Future Leaders*.

Posición de palabras en Future Leaders y Líderes actuales (top-50)



De hecho, **los tiempos verbales que emplea esta generación también pone en evidencia su carácter “constructivista”**. Los Future Leaders conjugan en mayor medida los verbos en futuro: «Tendremos», «Haremos», «Daremos», «Compartiremos»... (lo que contrasta con el uso del presente y el pasado, más empleado por los líderes actuales). Paradójicamente, **el tiempo futuro es usado más frecuentemente por las personas maduras.**

■ Futuros líderes
■ Líderes actuales



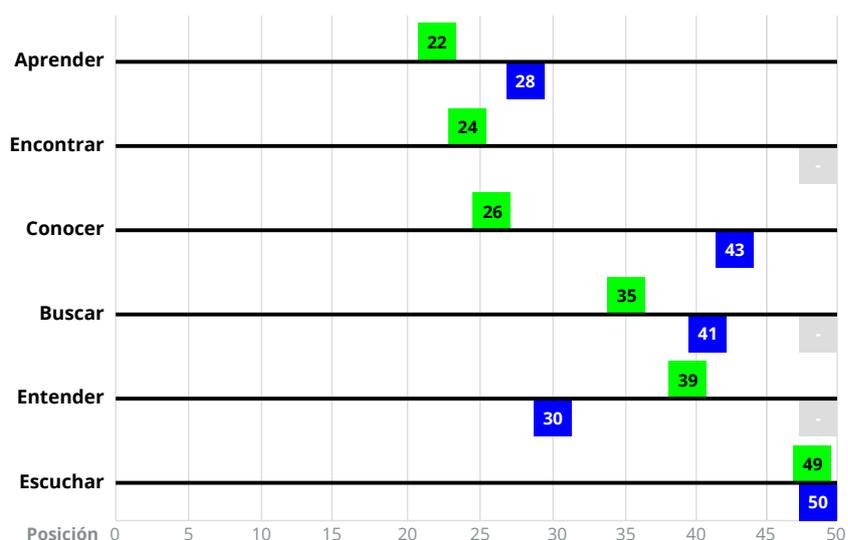
La palabra «Ganar» (32º) solo aparece en el ranking de los líderes actuales; en cambio, «Perder» (41º), solo está en el top-50 de *Future Leaders*.

La nueva generación de líderes usa un discurso más pasional y comunitario.

Aunque los diez verbos más empleados por ambos grupos son similares, el cómputo global arroja una **fuerte orientación a lo comunitario por parte de los *Future Leaders***: verbos como «Ayudar» (25º), «Compartir» (8º), «Sentir» (13º) o «Participar» (46º) aparecen en posiciones mucho más predominantes (no en vano, una vez más, observamos cómo su discurso está alineado con su personalidad más altruista). Esta orientación más pasional en su discurso también se puede entrever: palabras como «Amar», «Perder» o «Lograr» aparecen exclusivamente en el top-50 de los *Future Leaders*.

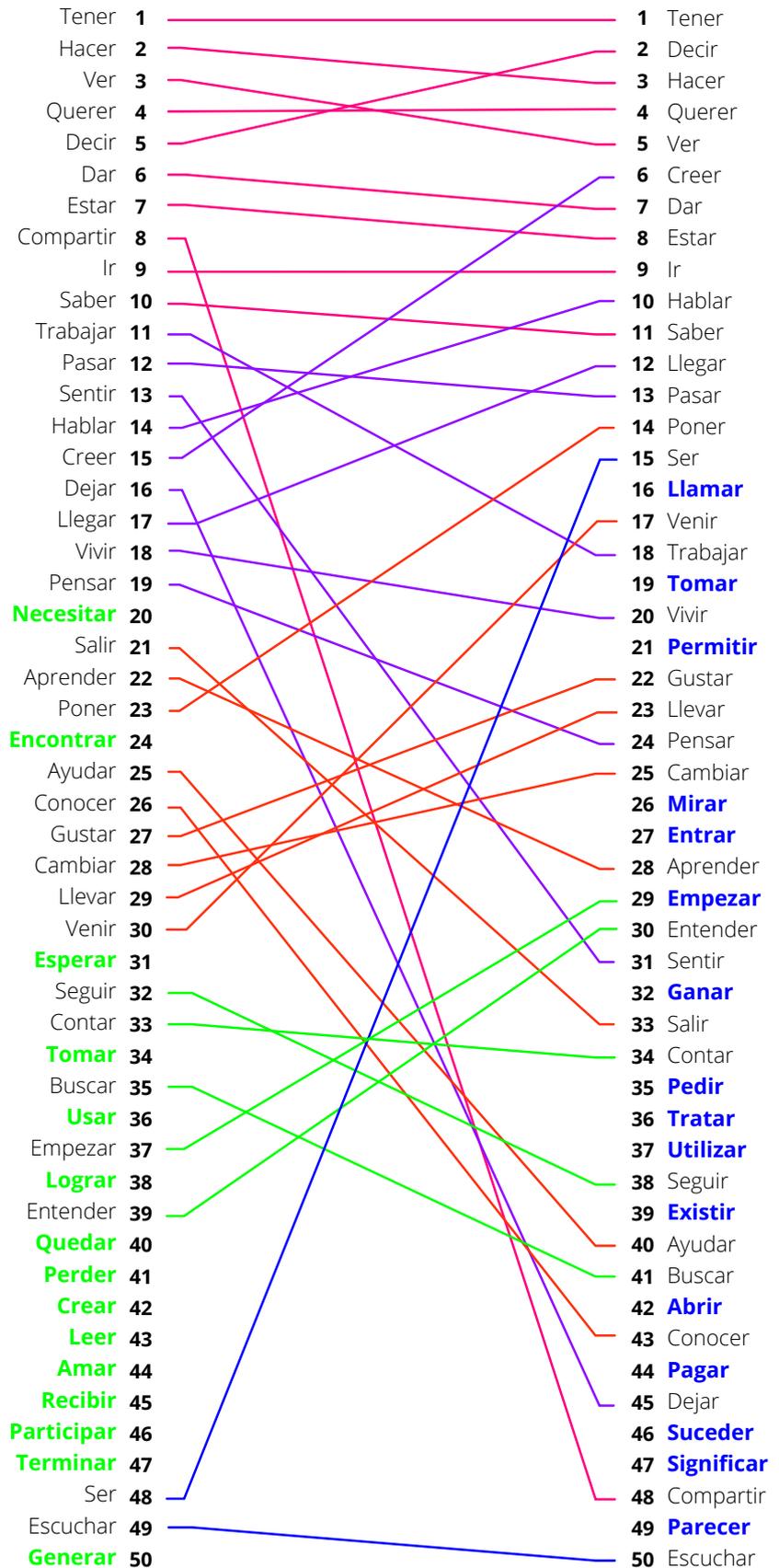
También llama la atención **la mayor predisposición de los jóvenes a comprender, de forma empática, su alrededor y la mayor importancia que conceden al aprendizaje**. Verbos como «Aprender», «Encontrar», «Conocer», «Buscar», «Entender» o «Escuchar» son mucho más comunes en sus intervenciones públicas.

Posición de palabras en *Future Leaders* y Líderes actuales (top-50)

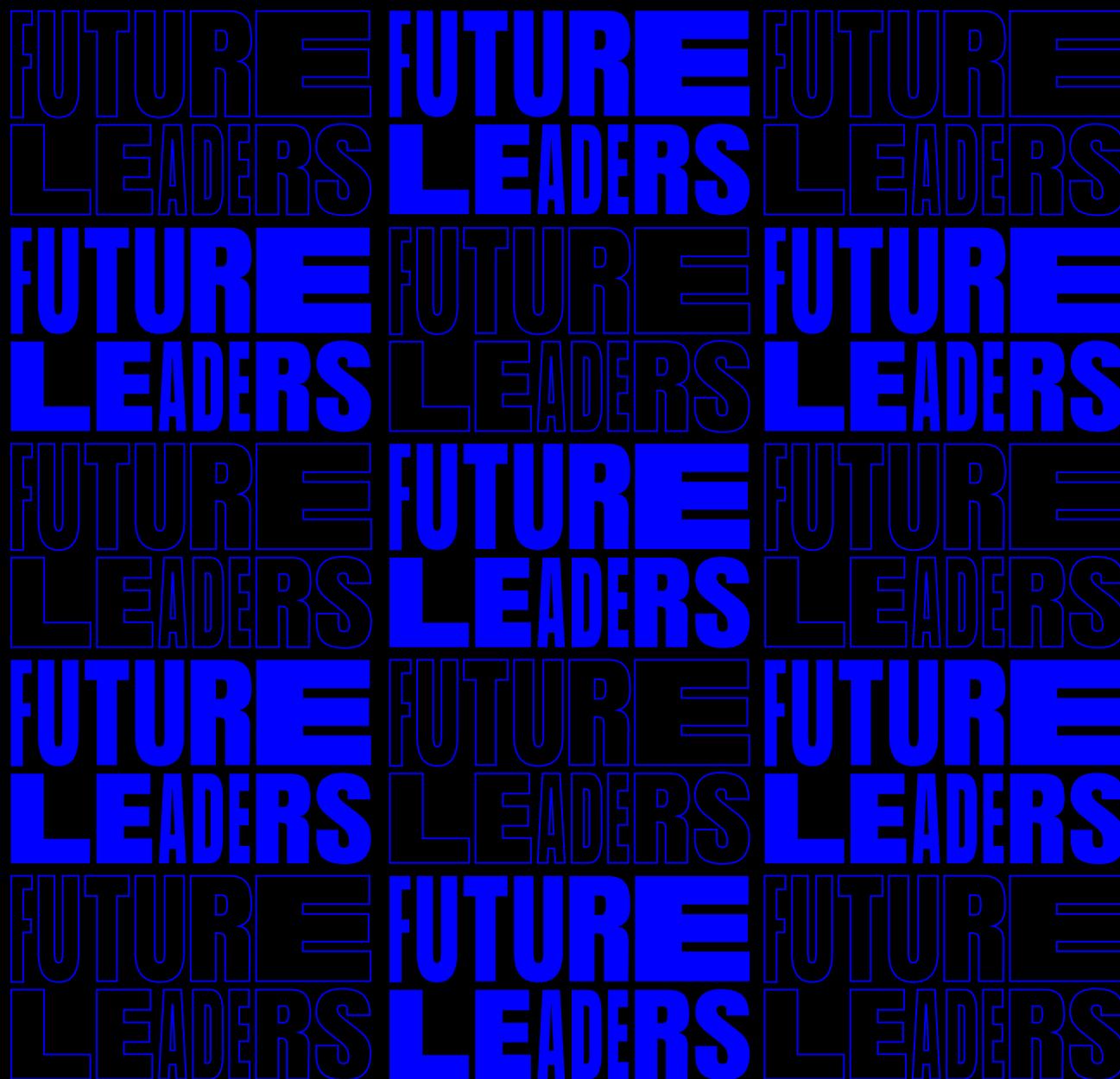


■ Futuros líderes
■ Líderes actuales

Top 50 Verbos



■ Futuros líderes
■ Líderes actuales



PRINCIPALES DESCUBRIMIENTOS DE LOS FUTURE LEADERS

El presente informe concluye que la **gran diferencia** entre los líderes actuales y los *Future Leaders*, en términos de personalidad, recae en **la emocionalidad del liderazgo** de la generación más joven, además de en una mayor **sensibilidad hacia su entorno y un acusado interés por trascender su 'yo' individual**. Entre algunos de los mayores descubrimientos sobre la futura generación de líderes, podemos destacar:

 **El discurso de la nueva generación incorpora más referencias a lo colectivo y al bien común (aunque las referencias al cambio climático no son exclusivas de los más jóvenes).**

«Público», «Climático», «Educativo», «Mundial» o «Social» están entre los adjetivos más utilizados por los futuros líderes. Curiosamente, el adjetivo «Climático» (precedido por la palabra «Cambio») se utiliza de manera más recurrente entre los líderes contemporáneos.

 **La salud sólo está presente en la conversación de los *Future Leaders*.**

La mención de estructuras sociales tan relevantes como la «Educación» o la «Salud» son mucho más frecuentes en el listado de los *Future Leaders*. Es llamativo que el universo del concepto «Salud» no forme parte del top-50 que los líderes actuales.

 **El discurso de los *Future Leaders* retrata a una generación más disciplinada y con mayor tendencia a la acción.**

Los más jóvenes emplean con mayor asiduidad el verbo «Hacer» que el verbo «Decir» (una tendencia invertida en los líderes actuales). También apelan con más frecuencia a la acción de «Trabajar». El análisis de personalidad destaca a los *Future Leaders* por su sentido del deber y por su alta disciplina respecto a la generación anterior.



Los *Future Leaders* apelan, en mayor medida, a los valores del *team-play*.

Palabras como «Familia», «Amigos», «Amor», «Equipo», «Apoyo» o «Personas» forman parte del top-50 de conceptos más recurrentes en sus intervenciones.



El análisis semántico ratifica la fuerte orientación a la cooperación del grupo más joven.

Verbos como «Ayudar», «Compartir», o «Participar» aparecen en posiciones mucho más predominantes respecto a los líderes actuales.



Más emocionales y muy positivos.

El uso de palabras emocionales es un 45 % más abundante en el discurso de los *Future Leaders*. Además, el 78 % de las palabras emocionales tienen carácter positivo.



La palabra «Gracias», una 'marca' de la nueva generación.

Los nuevos líderes, mejor situados en el eje individuo-comunidad, ejercen, en mayor grado, la gratitud.



Las expresiones sobre digitalización solo están presentes en el top-50 de los *Future Leaders*.

Por el contrario, las referencias al dinero y a las estructuras políticas tradicionales son exclusivas de la generación de líderes actuales.



La nueva generación concede mucha importancia al aprendizaje y a comprender su alrededor.

Verbos como «Aprender», «Encontrar», «Conocer», «Buscar», «Entender» o «Escuchar» son mucho más comunes en sus intervenciones públicas.

FUTURE
LEADERS

EL EQUIPO

Equipo Dirección General del proyecto

José Antonio Llorente

Socio Fundador y Presidente de LLYC

✉ [in](#) [t](#)

Cristina Ysasi-Ysasmendi

Directora Corporativa de LLYC

✉ [in](#) [t](#)

David González Natal

Socio y Director Senior de Engagement de LLYC

✉ [in](#) [t](#)

Adolfo Corujo

Socio y Chief Strategy and Innovation Officer de LLYC

✉ [in](#) [t](#)

Luisa García

Socia y Directora General de LLYC en España y Portugal

✉ [in](#) [t](#)

Equipo Corporativo

Julia Montoro

Gerente del Centro Corporativo de LLYC en Madrid



Ángela Mateos

Centro Corporativo en LLYC



Laura Ozcoidi

Centro Corporativo en LLYC



Andrea Paredes

Centro Corporativo en LLYC



Equipo de Marketing

Cristina Peñaloza

Gerente de Marketing Región Europa de LLYC



Andrea Cortés

Gerente de Marketing Región Norte de LLYC



Mariana Malagutti

Gerente de Marketing Cono Sur de LLYC



Sandra Farfán

Gerente de Marketing Región Andina de LLYC



Giulia Pelucchi

Consultora de Marketing e Innovación de LLYC



Equipo de Coordinación del Hub

Andrea Muñoz Martín

Consultora de Consumer Engagement de LLYC



Dirección del Análisis de Datos

Miguel Lucas

Data Business Leader de LLYC



Colaboradores en las oficinas de la Firma

Juan Carlos Gozzer

Socio y Director General de la Región Sur en LLYC



María Esteve

Socia y Directora General de LLYC en Bogotá



Emigdio Rojas

Director Ejecutivo de LLYC en Miami



Iban Campo

Director General de LLYC en Santo Domingo



Hugo Valdez

Director del área Consumer Engagement de LLYC en México



Daniela Augusto

Directora del área Consumer Engagement de LLYC en Brasil



Jon Pérez Urbelz

Director del área Consumer Engagement de LLYC en Perú



Guillermo Tejada

Gerente del Área Consumer Engagement de LLYC en Panamá



Paloma Olarieta

Gerente de LLYC en Madrid



Colaboradores en las oficinas de la Firma

Anahí Raimondi

Gerente de LLYC en Buenos Aires



Jenny Romero

Gerente de LLYC en Quito



Ana Gil

Consultora Senior en LLYC Lisboa



Diseño y Dirección Artística

Julio Alonso

Director Creativo de LLYC Madrid



Noemí Folgueira

Directora Creativa en Estudio Creativo en Madrid



María García Pérez

Diseñadora gráfica en Estudio Creativo en Madrid



Producción Audiovisual

Alejandro Parilli

Editor en Estudio Creativo en Madrid



Pilar Medrano

Consultora en Estudio Creativo en Madrid



Desarrollo Web

Daniel Fernández Trejo

Responsable de la Unidad de Negocio de Tecnología y CTO de LLYC



Miguel Lucas

Data Business Leader de LLYC



Gestión de Medios Sociales

Luis Martín Pérez

Director de Comunicación Digital en LLYC



Carlota Barbosa

Comunicación Digital en LLYC



Equipo de Trivu

Iñigo Vallejo

Brand Project Leader en Trivu



Claudia Lahuerta

Ecosystem Builder en Trivu



Nuria Albaladejo

Events Coordinator en Trivu



Jorge de Amescua

Head of Engagement en Trivu



SOBRE LLYC Y TRIVU

LLYC es una Firma global de consultoría de comunicación y asuntos públicos, que ayuda a sus clientes a la toma de decisiones estratégicas de forma proactiva, con la creatividad y experiencia necesarios, y a su ejecución minimizando los riesgos, aprovechando las oportunidades y siempre considerando el impacto reputacional. En un contexto disruptivo e incierto, LLYC contribuye a que sus clientes alcancen sus metas de negocio a corto plazo y a fijar una ruta, con una visión a largo plazo, para defender su licencia social para operar y aumentar su prestigio.

En la actualidad, LLYC tiene 16 oficinas en Argentina, Brasil (São Paulo y Río de Janeiro), Colombia, Chile, Ecuador, España (Madrid y Barcelona), Estados Unidos (Miami, Nueva York y Washington, DC), México, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana. Además, ofrece sus servicios a través de compañías afiliadas en el resto de los mercados de América Latina.

Las dos publicaciones líderes del sector sitúan a LLYC entre las compañías de comunicación más importantes del mundo. Es la número 44 por ingresos a nivel mundial según el Global Agency Business Report 2020 de PRWeek y ocupa el puesto 48 del Ranking Global 2020 elaborado por PProvoke.

Por su parte, Trivu es el ecosistema global que impulsa oportunidades para conectar, activar y potenciar talento de actitud joven con el objetivo de generar impacto real. Todo ello acompañando a organizaciones públicas y privadas a resolver todos aquellos retos que les plantea su transformación digital y cultural. Una organización que, tras trabajar con más de 100 entidades en todo el mundo, tiene un propósito claro: Hacer que el talento sea el motor del cambio.

LLYC

llorenteycuencia.com



trivu

wearetrivu.com



Contacta con nosotros en alguna de nuestras oficinas

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente
jalorente@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-Ysamendi
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
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonieta Mendoza de López
Vicepresidenta de Advocacy LatAm
amendezalopez@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, 1^o-1^a
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, 5^o Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. + 351 21 923 97 00

ESTADOS UNIDOS

Erich de la Fuente
Chairman US
edelafuente@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 Guíu
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@clcgloba.com

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

Rio de Janeiro

Cleber Martins
Socio y Director General
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
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

LLYC

FUTURE LEADERS

FUTURE LEADERS

En colaboración con  **trivu**