

Summa

Revista Summa	PROYECTO	LLORENTE & CUENCA	CATEGORIA	LLORENTE & CUENCA
	TEMA	El Arte de comunicar	TAMAÑO	2 Pág
	SECCION	Negocios	FECHA	Edición Julio
	VALOR		LECTORES	

NEGOCIOS



Con más de seis años en el país, la empresa de comunicación, se ha posicionado como una de las favoritas entre las compañías.

EL ARTE DE COMUNICAR

CONSULTORAS COMO LLORENTE & CUENCA AYUDAN A LAS EMPRESAS PANAMEÑAS EN SUS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

Mireya Rodríguez, corresponsal Panamá

COMUNICAR, PERO COMUNICAR BIEN, ES cada vez más un buen negocio. Debido a esto, en Panamá unas doce empresas dedicadas a las relaciones públicas o al servicio de asesoría mantienen un portafolio cautivo de clientes a los que tratan de dar lo mejor para colocarlas en un sitio de preferencia de los consumidores o de la opinión pública, según sea el caso.

Una de ellas, la española Llorente & Cuenca, se ha posicionado en los últimos años como una de las más

confiables y preferidas de las empresas que llegan a instalarse a tierras panameñas, debido a la dedicación demostrada y a las nuevas técnicas comunicativas que emplea para su labor.

Germán Pariente es director general de Llorente & Cuenca Panamá, posición desde donde presta asesoramiento estratégico. Especializado en comunicación corporativa, Issues Management y comunicación de crisis, Pariente se incorporó a LI&C en 2005

en la oficina de Madrid, con especial atención a la Asociación Empresarial del Tabaco (AET) en una etapa crucial para esta industria. En 2006 es trasladado como director a la oficina de Panamá, donde ha prestado asesoría estratégica en operaciones clave, como la adquisición de Grupo Financiero Uno por Citigroup.

Asimismo, dirige cuentas de empresas líderes en el mercado nacional e internacional como CH2MHill, London & Regional Panamá, Petaquilla



Germán Pariente, gerente de Llorente & Cuenca, firma de origen español y con seis años de haberse expandido a Panamá.

Minerals, Multibank, Maërsk, Telefónica Móviles Panamá, Ricardo Pérez S.A. y Copa Airlines.

Germán es licenciado en ciencias de la información por la Universidad del País Vasco. En palabras de Pariente, el crecimiento económico que ha logrado Panamá en los últimos años "nos llena de mucha satisfacción y confirma que la decisión de instalar operaciones en este país fue la más acertada".

El inicio

La llegada de Llorente & Cuenca a tierras panameñas tenía un solo objetivo: ofrecerles a las empresas más importantes una manera diferente de comunicar lo que realizan y también al resto del mercado centroamericano. Una de las primeras empresas en recibir esa asesoría fue BellSouth, competidor de telefonía celular que necesitaba posicionarse en la mente de sus consumidores mediante la importancia de la marca, el valor agregado que ofrecía y la competitividad de sus productos.

Si bien la empresa consultora ya tiene seis años de estar en el mercado

panameño; antes de su incorporación, Pariente tuvo que estudiar el mercado al cual se enfrentaría; sus fortalezas, sus debilidades y las oportunidades que allí encontraría para entonces elaborar estrategias claves que lo ayudarían a continuar lo que sus antecesores estaban haciendo: convertirla en la número uno de su ramo en el país. Como meta para este año se han propuesto mantenerse en el mismo sitio y para ello adelantan conversaciones con futuros clientes.

Por medio de un equipo de 20 consultores, brindan asesoría en comunicación corporativa a sus clientes.

Consultores y estrategia

En materia de comunicación ninguna estrategia puede ser igual a otra, y la razón es sencilla: ningún cliente

es igual a otro. En Llorente & Cuenca, los consultores (en total veinte) son definidos como un equipo multidisciplinario que conoce el mercado en sus aspectos sociales, económicos y políticos.

Nuestro objetivo, manifiesta Pariente, va encaminado a elaborar estrategias de comunicación, realistas e innovadoras que nos permitan aplicarlas con nuevas tecnologías. "No nos podemos dar el lujo de elaborar estrategias que a futuro no contribuyan a lograr que nuestros clientes cumplan con sus objetivos, eso nos resta competitividad", argumentó.

Las mismas son elaboradas dependiendo de lo que el cliente necesite y cuáles sean las prioridades en el momento; ello requiere reuniones con los clientes y constante comunicación. "Es importante también la planificación; ello nos hace elaborar un cronograma (a partir de octubre) con un detalle de lo que queremos realizar para el próximo año, lo que va a requerir el cliente, los profesionales que deberán estar asignados a esos proyectos", dice y comenta que "nuestros consultores están en constante capacitación, lo que les permite tener carrera dentro de la empresa, los hace crecer como profesionales, y hasta los pudiese convertir en socios profesionales".

El aliado

En todo buen negocio siempre debe existir un buen aliado, alguien que apoye en la misión más importante que tiene todo ser humano: la de comunicar.

Para Pariente, es importante y fundamental una buena relación con los medios de comunicación, la cual debe estar basada en un principio básico: profesionalismo.

Desde la perspectiva del gerente de Llorente & Cuenca, es fundamental entender bien la realidad en la que se desenvuelven los medios y comprender que el periodista es un profesional que necesita información y que tiene un público al que debe informar.★