

## Llorente y Cuenca mantiene su 'sprint'

La agencia de comunicación prevé doblar su tamaño en los próximos años

M. V. G.

Olga Cuenca y José Luis Llorente fundaron en 1995 la consultora de comunicación Llorente y Cuenca. Eran sólo ellos dos, "y un portátil", añade la ahora presidenta ejecutiva de una de las mayores agencias de comunicación española. Ahora son 250 y, pese a ese continuado *sprint* de 13 años, entre sus intenciones no está aflojar la marcha. De hecho, prevén duplicar el tamaño y la plantilla de la empresa en los próximos años.

Su modelo de negocio no es el de una agencia de comunicación, según cuentan los fundadores, sino el de una consultoría. Tratan de analizar la comunica-

ción de forma integral, para adaptarse a las exigencias de sus clientes. Para ello ponen como ejemplo la interdisciplinariedad

**Su confianza en el futuro se basa en el buen momento de Latinoamérica**

de su plantilla, en la que no sólo hay periodistas; también trabajan abogados, médicos... Y, a la cabeza de ellos, la propia presidenta, psiquiatra de formación.

"Esto es una herramienta de gestión empresarial", afirma Ol-



José Antonio Llorente y Olga Cuenca con sus colaboradores. /LUIS MAGÁN

ga Cuenca. "Hay que detectar necesidades y encontrar canales para que llegue a la gente clave. Llegamos a clientes donde la comunicación afecta en la cuenta de resultados".

Su producto es flexible. Pueden hacerse cargo de la comunicación de una empresa que carezca de departamento de comunicación o pueden sumarse como refuerzo al equipo de una comunicación en el momento

en que una empresa prevé una gran operación corporativa. Pero también es habitual que luego sus clientes sean estables.

El cambio de ciclo económico no desanima a los fundadores de Llorente y Cuenca. Hasta ahora, la compañía siempre ha nadado con la corriente a favor, al menos en España. Ahora, la crisis está llevando a muchas empresas a replantearse su objetivo, pero ellos no lo hacen. Detec-

tan un problema para mantener el ritmo que prevén: la falta de gente en el mercado laboral con el perfil que buscan.

Su confianza en el futuro se basa en América Latina. Su crecimiento allí, a diferencia de otras empresas de servicios, no ha ido de la mano de aquellos a quienes se los prestaban en España. Ha sido independiente. El primer contrato que consiguieron fue en Argentina de la mano de IBM. Ahora tienen gran presencia en otros países como Panamá, donde llegaron por una llamada de BellSouth, o Perú.

El último paso ha sido Brasil.

Uno de los últimos pasos que han dado en la gestión de la empresa ha sido introducir la figura de los socios, a imagen y semejanza de los despachos de abogados. Para llegar a la condición de socio hay, al menos dos condiciones: un plazo mínimo de cinco años en la empresa y "que sea alguien que contribuya en el negocio", afirman los fundadores. ■