



De izquierda a derecha: Javier Fontcuberta y Oscar Trelles.

SEMANAeconómica

SERVICIOS PROFESIONALES

“En dos años hemos más que duplicado nuestra facturación”

Javier Fontcuberta (JF), consejero delegado de Cuatrecasas, y Oscar Trelles (OT), socio director de la oficina de Lima del estudio, detallan los resultados, estrategia y objetivos del negocio en Perú.

Cuatrecasas reportó una facturación global de US\$495 millones en 2024, 12,2% más que en 2023.

¿Qué rol jugó su operación latinoamericana en ese resultado?

JF: Es el resultado más alto de los últimos cinco años. Atribuimos gran parte a la implementación del nuevo plan estratégico a tres años, que pivota en torno a tres ejes: poner en el centro de la organización a las personas, a los clientes y a la innovación.

Latinoamérica es una parte muy notable del crecimiento. Hace poco más de cinco años tomamos decisiones en clave internacional. Esa mutación obedece, esencialmente, a nuestra presencia en la región.

¿Qué resultados obtuvieron en Perú?

OT: Crecimos más de 40% en el 2023 y 50% en el 2024. Con lo cual, en dos años, hemos más que duplicado nuestra facturación con un crecimiento acumulado de 110%. Estimamos un crecimiento similar en 2025.

La estrategia de la firma es estar en los temas más relevantes para el cliente. Eso es lo que buscamos. No queremos estar en todo.

¿A qué atribuyen ese 50% de crecimiento del 2024?

OT: Hemos logrado mantener clientes y hacerlos crecer. Además, hemos traído nuevos clientes y seguimos creciendo [con ellos]. Buscamos ser su despacho de cabecera y lo logramos con los clientes que teníamos y con los que hemos ido trayendo.

Buscamos atenderlos en todos los países en los que participamos y en los que no estamos. Hoy, por ejemplo, estamos haciendo una adquisición para un cliente en Argentina. Nosotros actuamos como despacho líder y nos apoyamos en amigos que tenemos en Argentina. Hacemos lo mismo en otras jurisdicciones.

¿Cómo se alinea esta estrategia a sus objetivos regionales?

JF: En línea con lo que comenta Oscar, nuestra visión es no sólo ser una firma líder en cada una de las cuatro jurisdicciones en las que tenemos oficina propia, sino que seamos un agente presente en todas las transacciones relevantes de la región. Ese es el objetivo. (MAB)

CULTURA ORGANIZACIONAL

Tiempo de bienestar



Ximena Cuadros,
Gerenta de la División de Estrategia
de Personas de Mibanco

Cumplir con las responsabilidades laborales no puede suponer dejar el cuidado familiar. Y las empresas deben comprenderlo.

Encontrar la mejor manera de equilibrar el tiempo dedicado al trabajo y la familia puede ser una tarea estresante y agotadora, al punto de sentir que el trabajo nos impide estar disponibles para las personas que más queremos. Por eso, hoy las empresas que reconocen esta realidad y ofrecen facilidades para que sus colaboradores cumplan con sus roles de madres, padres o cuidadores de un familiar no sólo están generando un ambiente más saludable. También se encaminan a retener y atraer a los mejores talentos.

Las responsabilidades familiares no pueden separarse de la vida laboral. Un colaborador preocupado por la salud de sus hijos o de sus padres, sin duda, tendrá dificultades para concentrarse e impactará su productividad y motivación. En ese sentido, las empresas que adopten políticas de bienestar y que las comuniquen claramente serán las que podrán conseguir un mayor compromiso del colaborador, que se sentirá respaldado.

Como empresas debemos escuchar más a los colaboradores, a fin de atender realmente sus necesidades y ayudarlos a cumplir con sus responsabilidades familiares. Por ejemplo, fijando horarios flexibles o de teletrabajo que puedan adaptarse a su jornada, dando licencias extendidas para cuidar de familiares enfermos o atender situaciones de emergencia, o brindando soporte psicológico para el manejo del estrés y mejora del bienestar emocional. Todo ello en el marco de una política que promueva un liderazgo más cercano y efectivo, con respeto e igualdad de oportunidades para que las personas desarrollen su máximo potencial.

Las empresas que comprendan que el bienestar es fundamental para el crecimiento organizacional y que lo asuman como parte de su cultura estarán un paso adelante. Y es que, más allá del salario y de las oportunidades profesionales, el contar con facilidades para no descuidar el hogar tiene hoy un gran peso en la elección del lugar de trabajo. ■