

## Llorente&Cuenca abre oficina en México con el objetivo de duplicar el negocio de la región

Ángel Alonso Ruiz  
alonso@negocio.com

Reforzar la presencia en América Latina. Con esta premisa se ha inaugurado la delegación de Llorente & Cuenca en México, desde donde se centralizará la coordinación del resto de oficinas americanas de la consultora española de comunicación.

Alejandro Romero es el socio director encargado de consolidar la nueva delegación, que cuenta con 10 profesionales en plantilla y clientes como Repsol, Telefónica,

Deloitte o Microsoft, entre otros.

Alejandro Pérez, consultor senior de la firma en el país azteca, señaló a NEGOCIO que el objetivo es duplicar el negocio en la región. "México es un mercado que está muy desarrollado, con empresas que llevan ya 20 ó 30 años operando en el campo de la consultoría. Pero creemos que hay un espacio para nuestra firma por nuestra manera innovadora de concebir la comunicación", destacó.

Las ventajas competitivas con que Llorente & Cuenca

—●—  
**La consultora quiere centrarse en este área sin descartar EE UU.**

quiere abrirse un hueco en el mercado mexicano son, a juicio de Alejandro Pérez, el modelo de desarrollo profesional de la consultora española, que permite ser socio de la firma en un periodo corto de tiempo, y la retención de

talento. Alejandro Romero, que también coordina la estrategia del resto de oficinas americanas, comenzó en 1996 como becario y ya ha participado en varias de las operaciones corporativas más importantes de aquella zona.

Las fuentes consultadas aseguran que el objetivo no es Estados Unidos, de momento, sino centrarse en América Latina. "La expansión internacional de la firma se inició en Centroamérica y Sudamérica. Y ahí queremos consolidarnos", afirma Alejandro Pérez.

Llorente & Cuenca cuenta

actualmente con oficinas propias en Lima, Buenos Aires, Bogotá y Quito. También tiene presencia en Bolivia, Brasil, Chile, Uruguay y Venezuela, a través su asociación con varias consultoras locales.

La firma fundada por José Antonio Llorente y Olga Cuenca acometió hace poco tiempo un proceso de *rebranding* para dinamizar la consultora, fundada en 1995. Enfocar el negocio a la consecución de resultados sigue constituyendo la prioridad de la consultora, que tiene muy claro que lo que no se puede medir, no existe.