

Innovación, eficiencia y personalización

Arturo Ruiz

Auren es una firma cien por cien española que está especializada en servicio de auditoría, consultoría y asesoría, con una fuerte presencia en el segmento de las medianas empresas. Nacida en 1998, como resultado de la integración de nueve consultoras pre-existentes, actualmente cuenta con 45 oficinas en todo el mundo y más de 1.700 profesionales. Mario Alonso es su presidente y también la persona que lideró desde el principio este proyecto empresarial, hasta convertirlo en uno de los ocho más importantes de nuestro país dentro de su sector. Los resultados económicos del último ejercicio muestran la consolidación de Auren, con una facturación que sobrepasó los 50 millones de euros en España, lo que supuso un crecimiento del 2,4% con respecto al año anterior. La innovación, garantizar la eficiencia de las soluciones que ofrece y un trato personalizado, son las marcas distintivas de Auren.

En 1998 nace Auren como resultado de la unión de nueve consultoras españolas. ¿Por qué decidió impulsar dicha integración y con qué objetivos?

En España el mercado de la auditoría, la consultoría y la asesoría es muy diferente al del resto del mundo. Existen cuatro firmas multinacionales que copan el mercado de las grandes empresas y en el segmento inferior muchas pequeñas que están especializadas en diferentes servicios. En medio nos situamos nosotros ofreciendo al mercado servicios multidisciplinares y con la capacidad de prestarlos en el conjunto del territorio nacional. El conseguir tamaño, cobertura geográfica y servicios fue la razón que me llevó a impulsar la puesta en marcha de Auren, hace ya 13 años. Nos integramos varias firmas lo-



Mario Alonso, presidente de Auren

cales lo que nos permitió, por un lado, mantener esa cercanía con respecto al cliente, y por otro, una cobertura nacional de nuestros servicios.

¿Fue relativamente fácil convencer a los socios de esas nueve compañías?

No, fue muy difícil, porque en España el

individualismo es una nota común, en toda actividad incluyendo el deporte. Es cierto que en los últimos años cada vez se ve más la labor de equipo y el máximo exponente ha sido el haber ganado el Mundial de Sudáfrica. En el mundo de la empresa esto también es complejo,



El presidente de Auren durante la entrevista realizada en el Hotel InterContinental de Madrid

pero al final, se demostró que era una apuesta estratégica de éxito. Nos costó mucho hacerlo, porque todo el mundo quiere conservar su cuota de poder, su marca, etc. La verdad es que ahora mismo todos estamos encantados a pesar de que las dificultades son muchas y nos hemos convertido en un ejemplo para otros que desean hacer lo mismo.

¿En qué tipo de servicios están especializados y hacia qué clientes se dirigen?

Con esta estrategia inicial hemos venido a ocupar una parte muy importante

del mercado, en la que apenas existen competidores de nuestras características. Nosotros tenemos cuatro áreas de actividad claramente diferenciadas. Por un lado, auditoría de cuentas (y todos los servicios relacionados con la misma), que para nosotros es nuestro “buque insignia” debido a la dilatada experiencia de nuestros socios. El segundo ámbito, es la asesoría (en el aspecto legal y tributario). Una tercera división son las finanzas corporativas, lo que entendemos comúnmente como *corporate*; y una cuarta, es la consultoría, un

gran saco donde caben temas de calidad, medio ambiente, recursos humanos, tecnologías de la información, prevención de riesgos laborales, seguridad informática...

En cuanto a nuestra tipología de cliente, dependiendo del tipo de servicio, tiene un tamaño u otro. El auditar en este momento empresas del Ibex no es posible, ya que este mercado está copado por las Big Four, por lo que en este área estamos orientados hacia las pymes. En el ámbito de la consultoría, sin embargo, atendemos clientes de todos los tamaños, incluidas las entidades más grandes del país. Por lo tanto, y a nivel general, podemos decir que tenemos todo tipo de clientes privados distribuidos en multitud de sectores económicos. Con respecto al sector público, creo que existe una oportunidad clara para la auditoría, y en este momento, sí que tenemos buenos clientes en consultoría: turismo, sanidad, educación, etc... y esperamos que pronto se incorporen nuevas cuentas.

¿Están abiertos a más incorporaciones de otras compañías a la firma?

Sí, la verdad es que sí. De hecho seguimos negociando con algunas. Nuestro crecimiento lo basamos en tres líneas. Por una parte, el incremento del volumen de la firma a través de sus propias áreas de negocio. En segundo lugar, la compra de carteras mediante la absorción de empresas del sector. Y por último, incorporando oficinas a nuestro proyecto en ciudades en las que no estamos presentes. Así, estamos abiertos a sentarnos y hablar con aquellas compañías que cumplan con nuestros requisitos y dispongan de una filosofía empresarial que se encuentre alineada con nuestro modelo.

¿Qué cobertura geográfica tienen en España y cómo llevan el proceso de internacionalización?

En este momento disponemos de 15 oficinas en nuestro país. Sí que me gustaría destacar, como continuación a su anterior pregunta, que una cuarta vía de desarrollo de nuestro negocio, precisamente la encontramos en el proceso de internacionalización. Es decir, no sólo queremos seguir creciendo en España, sino también fuera de nuestras fronteras. Las dificultades son muchas, pero el éxito alcanzado hasta la fecha,

ha sido también muy relevante. En Latinoamérica disponemos ya de oficinas en México, Uruguay, Chile y Argentina, y en breve esperamos incorporar también a Brasil. En Europa, estamos presentes en Alemania, donde inauguramos nuestra undécima oficina, en Portugal, y esperamos abrir muy pron-



to en Italia y Francia. Junto a ello, hace tres años, creamos una red internacional de firmas independientes denominada Antea, que hemos promovido desde España, con el fin de compartir clientes y tecnología en aquellos lugares del mundo donde no estamos presentes. Con esta fórmula se conserva la independencia de las firmas, pero, al mismo tiempo, aumentamos nuestra cobertura, con el beneficio mutuo que esto representa para todos los que formamos parte de esta red.

Háblenos de la evolución de Auren en cuanto al crecimiento en estos 13 años y de las grandes cifras en 2010 (facturación, empleados, etc.)

La verdad es que ha sido impresionante. Cuando nacimos no llegábamos a las 200 personas, ahora ya somos 800 en España y, en el mundo, somos más de 1.700. Nuestra facturación también se ha ido incrementando. En el último ejercicio facturamos

50,2 millones de euros y la verdad es que las expectativas son buenas. De hecho, durante el año pasado, no sólo hemos conseguido mantener nuestra plantilla, sino que hemos crecido en torno al 2%, lo que me parece todo un éxito si tenemos en cuenta todo lo que está sucediendo a nuestro alrededor.

La idea este año es seguir en esa misma línea.

¿Han incorporado nuevas líneas de negocio a las habituales en este tipo de actividad?

Una de nuestras líneas estratégicas es la innovación. La puesta en marcha de nuevas líneas de negocio es para nosotros un compromiso que nos marcamos año tras año. En los últimos ejercicios, por ejemplo, hemos desarrollado servicios relacionados con las reestructuraciones empresariales, con un enfoque muy proactivo, es decir, no ayudamos a enterrar empresas, sino las hacemos salir adelante, mediante la participación de muchos expertos en diferentes materias, desde la búsqueda de financiación, asesoramiento legal, análisis estratégico, etc... Otra apuesta de la firma es todo lo relacionado con el buen gobierno y la RSC. En esta línea estoy

muy implicado personalmente, a través de mi blog www.marioalonsoayala.es. También hemos impulsado servicios relacionados con: seguridad, consultoría energética, mejora de procesos, reducción de costes.

¿Por qué crearon la Fundación Auren y para qué?

Nuestra Fundación desempeña una importante labor editorial con la publicación de diferentes textos que pretenden servir como herramienta de gestión para las empresas. Entre los manuales publicados destacan los relativos al control financiero del gasto público, la prevención de riesgos laborales o la información de gestión en la empresa. Además, en la actualidad, la Fundación edita cuatro publicaciones periódicas: “Cuadernos Jurídicos y Fiscales”, “Personas y Empresas”, “Economía y Finanzas” e “Ingenia”. En ellas colaboran personalidades representativas del mundo empresarial español.



Mario Alonso Ayala

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciado en Derecho por la UNED. Es también vicepresidente del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España y vocal del Comité de Auditoría del ICAC. Asimismo, se encuentra muy ligado al ámbito docente y es profesor de Contabilidad y Auditoría de Cuentas en la Universidad de Alcalá de Henares (Madrid), es director del Master de Responsabilidad Corporativa de la EOI y profesor de la Escuela de Auditoría del ICJCE, entre otros.

¿Por qué esa extensa actividad docente de Mario Alonso? ¿También forma parte de CEIM? Háblenos de estas dos variables que componen su vida profesional

Para ser un profesional y estar al día en todas las materias, además del ejercicio de la propia práctica profesional, es necesario mantener el contacto con la gente joven, y para eso es fundamental la Universidad. Eso te exige estudiar y mantener un elevado nivel de capacitación. Por otra parte, el mundo del asociacionismo es clave, y por eso participo como presidente de la Comisión de Asuntos Fiscales en CEIM, porque da un magnífico punto de vista general de la situación del sector y del mundo empresarial ■