

# “La auditoría hoy se considera un servicio de alto valor añadido”

**MARIO ALONSO**  
Presidente de Auren

De origen español, esta firma cuyo mercado son las empresas de tamaño mediano, ha logrado capear la crisis y dice tener buenas perspectivas de crecimiento para el próximo año.

ARANTXA CORELLA Madrid

**F**actoró 50,4 millones de euros en el ejercicio fiscal de 2009 (cerrado en agosto), lo que supone para Auren un incremento del 2,4%. La división de auditoría de esta firma de servicios profesionales fundada en 1998 como resultado de la unión de nueve consultoras españolas consiguió aumentar su volumen de negocio un 7,8%, hasta 15,2 millones de euros “gracias al nuevo plan de contabilidad y al incremento en el número de auditorías voluntarias”, explica su presidente, Mario Alonso. Mientras, el área de asesoría facturó 18,4 millones de euros (+3,3%) y la de consultoría 15,4 millones (+1,3%).

**PREGUNTA.** ¿Está satisfecho de los resultados de la firma teniendo en cuenta la actual situación de crisis?

**RESPUESTA.** Mantener la facturación y la plantilla en estos momentos me parece un éxito, porque aspirar a crecimientos como los que teníamos hace un año, hoy me parece una utopía. Y eso que las firmas de servicios profesionales nos hemos defendido bien porque hemos crecido en auditoría por la adaptación del nuevo plan y también en el área de consultoría. En Auren hemos aprovechado la crisis para desarrollar o reforzar un buen número de nuevos negocios casi partiendo de cero. Por ejemplo, en consultoría de planes de igualdad, en todo el tema de precios de transferencia o en planes de viabilidad municipal, en temas de consultoría energética o en I+D+i, que también es un asunto de mucho futuro.

**P.** Los nuevos desarrollos de los que habla parecen provenir de la parte de la consultoría, ¿cuál es el futuro de la auditoría?

**R.** Nuestra área de auditoría es muy importante, tanto que el año pasado fue la que más creció. Lo que pasa es que en auditoría es más difícil innovar. Pero creo que el área de auditoría tiene mucho futuro y este año también va a crecer



PABLO MONGE

mucho. Al final la auditoría se ha convertido en algo imprescindible y más en estos momentos de crisis en los que los empresarios tienen que tener seguridad en sus operaciones. En los últimos años la auditoría se percibe como un servicio de altísimo valor añadido

**P.** ¿Las empresas están presionando para conseguir reducciones en el coste de la auditoría?

**R.** Pues debería ser al revés, porque en época de crisis los financiadores tienen que tener fe en las cuentas de una empresa, pero también los proveedores y los empleados, los clientes o las administraciones públicas. Todos tienen que confiar en que las cuentas son transparentes y responden a una imagen fiel. Pero el bajo precio de los honorarios es un tema que me preocupa seriamente, porque estamos cerca de la mitad de países de nuestro entorno y a años luz de los honorarios que cobran otros profesionales como los abogados. Esto es un problema extraordinario porque la auditoría es una actividad muy compleja y de gran responsabilidad y lo que no tiene mucho sentido es que el precio sea de 66,5 euros la hora. La verdad es que en esto estamos francamente preocupados.

“Nos preocupa el bajo precio de los honorarios de auditoría en España. 66,5 euros la hora no tienen sentido”



“No queremos competir con las big four. Nuestro mercado está en las empresas medianas. Y éste es un mercado suficientemente grande”

“Hemos creado nuevas líneas de negocio”

Mario Alonso apuesta por una pronta salida de la crisis y cree que ésta habrá servido para repensar muchas estrategias. Considera que “sólo aquellos directivos que hayan sabido innovar tendrán resultados positivos, mientras que los que se hayan empeñado en mantener criterios antiguos están muertos. Pero cada vez hay más empresas que se han dado cuenta de que hay que ser imaginativo y las auditoras y las consultoras en eso tenemos mucho que decir y estamos ayudando a muchas empresas en ese proceso imaginativo”.

Alonso añade que en ese proceso de hacer frente a la crisis apostando por la innovación su propia firma es un ejemplo. “Una buena parte de nuestro negocio ha crecido de la mano de la responsabilidad social corporativa, donde entre otras cosas hemos ayudado a Telefónica a ocupar el primer puesto del Dow Jones Sustainability”. Auren ha encontrado un nuevo campo de actividad también en este terreno mediante la verificación de memorias de RSC y en el capítulo de la evaluación de proveedores. “Es un campo que se está reforzando mucho, porque una de las causas de la crisis ha sido la irresponsabilidad social y ahora más que nunca hay que volver a los principios e implantar políticas de responsabilidad en las empresas”, señala.

Otro de los nuevos campos de desarrollo de Auren está llegando por la vía de reducir costes e incrementar los ingresos de los ayuntamientos. “Es una línea de trabajo es pionera en nuestro país, donde la mayoría de los servicios de este tipo se han dirigido a empresas y organizaciones privadas”, apunta Alonso, que cree que el alto nivel de endeudamiento de los ayuntamientos hace especialmente atractivo este nuevo servicio.

**P.** ¿Creen que les es posible competir con las cuatro grandes?

**R.** No. En España están las cuatro grandes (PwC, Deloitte, KPMG y Ernst & Young) y hay dos, BDO y Grant Thornton que están apostando a nivel mundial por ser una alternativa. A nosotros no nos interesa estar ahí. Nuestro mercado está en las empresas medianas y es un mercado suficientemente grande. Queremos ser los números uno de las empresas medianas en España. Sí creo que el mercado se está abriendo en España, pero eso no quita para que el peso específico de las empresas cotizadas sea para las cuatro grandes. Nuestra estrategia no es ser alternativa a las cuatro grandes, es ser la primera de las españolas en servicios prestados a las empresas medianas.

**P.** ¿Cómo planean seguir creciendo?

**R.** Tenemos grandes posibilidades de pegar saltos importantes en el futuro inmediato y conseguir que otras compañías se integren con nosotros. Es muy habitual que un par de empresas al mes se interesen por saber cómo llegar a un acuerdo con Auren, porque nuestro estilo de trabajo les gusta: multidisciplinariedad, equipos transversales y calidad. Las expectativas son buenas a corto plazo y extraordinarias a medio plazo.