O.J.D.: 37495
E.G.M.: 179000
Tarifa: 3330 €
Área: 321 cm2 - 30%

Expansión

Fecha: 02/07/2013
Sección: EMPRESAS
Páginas: 7

Ernst & Young nombra a Mark Weinberger presidente

CAMBIA SU NOMBRE POR EY/ El lanzamiento de esta marca está ligada a la nueva política de crecimiento de la firma, que quiere duplicar su facturación en 10 años.

Gabriele Cagliani. Madrid

Simplificar para ser más eficaces. Ésta es la estrategia con la que Ernst & Young, que desde ayer se llama EY, quiere encarar el futuro. El grupo, tercero a nivel mundial en servicios profesionales, estrenó ayer imagen corporativa que incluye un nuevo logotipo y un nuevo nombre, correspondiente a las iniciales de su denominación histórica. Algo análogo hizo, hace unos años, PricewaterhouseCoopers, que pasó a ser PwC.

Estos cambios coinciden con la llegada a la presidencia global del grupo de Mark Weinberger, que sucede a Jim Turley, que ocupaba el cargo desde 2001. Anteriormente, Weinberger fue el máximo responsable del área fiscal tanto a nivel global como para la región de América, y miembro del comité ejecutivo. Weinberger cuenta también con una amplia experiencia en el sector público, en la que destaca su labor como asesor del secretario del Tesoro de EEUU, bajo la presidencia de George W. Bush y en el Consejo de Seguridad Social, en la etapa de Bill Clinton.

Mark Weinberger, nuevo presidente de EY.

Hasta ahora, Weinberger, que ya había sido designado como futuro presidente, ejercía como adjunto a Turley.

"La coincidencia entre el lanzamiento de la nueva marca y el acceso de Weinberger a su cargo no es casual", explica José Miguel Andrés, presidente de EY en España. "Con este doble cambio, inauguramos una estrategia encaminada a duplicar la facturación en menos de una década", asegura. En 2012, EY facturó 18.766 millones de euros.

España

Pese a la coyuntura económica adversa, esta estrategia también afecta a España. "El objetivo es crecer a un ritmo del 10% anual, tanto de manera orgánica, como a través de fusiones y fichajes", explica Andrés. Así, EY pretende mejorar su oferta de servicios en el mercado español para impulsar su facturación. Asimismo, la firma prevé realizar adquisiciones y fichajes.

En 2012, EY fichó a casi todo el equipo de la consultora Ambers, referente en la asesoría en transacciones en España.