



Entrevista José Miguel Andrés, presidente de Ernst&Young

“Es cierto que existe una bajada importante del precio en la consultoría”

Teresa Barajas

MADRID. Fomentar la educación de los jóvenes, la formación y los valores emprendedores, esa es la clave. Junior Achievement -de la que Ernst&Young es patrono- es una fundación que persigue este objetivo. ¿Cómo? desarrollando iniciativas -entre ellas, socios por un día con alumnos de más de 133 países, entre los que se encuentra España. Dentro de este marco, Pablo Angulo Ajenjo, un preuniversitario, ha tenido la ocasión de conocer de cerca la compañía y *bucear* en sus diversas áreas de negocio. Esta actividad se incluye dentro de las iniciativas de Ernst & Young de responsabilidad social corporativa.

¿Cómo está afectando la crisis económica a una compañía como Ernst&Young?

Nosotros, en estos años de dura crisis no hemos bajado los ingresos. De hecho, este año estamos creciendo a un ritmo del 8 por ciento en comparación con el año pasado. Lo cual no afecta en cuanto a disminución de actividad, lo que sí afecta de forma muy relevante es en el tipo de servicios que hacemos. En una situación de crisis, existe un incremento de áreas relacionadas con el concurso de acreedores, reestructuración financiera, investigación de fraudes y, menos, con compra-venta de empresas o con la mejora del proceso de la red comercial. Cambian las prioridades de las empresas. Hay que buscar adecuadamente los recursos y reaccionar a tiempo al cambio del entorno, puedes ser capaz, no sólo de no sufrir una caída de actividad, sino de crecer, como es el caso de nuestra compañía. Es muy duro, la mayor parte de nuestros clientes está viviendo una situación muy complicada. Si tus clientes tienen dificultades, a ti también te repercute.

¿Es cierto que existe una bajada del precio por hora en consultoría?

Hay determinadas actividades de la casa en las que, compitiendo con el resto de firmas, se ha puesto de manifiesto que había un exceso de capacidad, ese exceso de capacidad ha generado una reducción de tarifas. Sobre todo en lo relacionado a consultoría de negocio; por contra, los servicios tradicionales de auditoría, no se ha visto una reducción, ya estaban muy bajos porque el nivel de competencia en España es muy alto, sobre todo si lo comparas con Francia o Italia. Existe mucha presión por parte de los clientes pero es cierto que en con-



G. RODRÍGUEZ

Más Transparencia: “Sí, existe mayor escrutinio por parte de los supervisores y autoridades”

Guerra de precios: “El límite de utilizar el precio como factor competitivo se encuentra en la calidad”

Nuevo Gobierno: “La agenda ya está muy marcada, no hay mucho espacio para la creatividad”

sultoría existe una bajada importante del precio por hora.

¿Cree que las compañías son más transparentes a raíz de la profunda crisis que estamos viviendo?

Sí, hay un mayor escrutinio por parte de los supervisores y autoridades de vigilancia del mercado. Además, existe una mayor demanda social con respecto a este asunto por lo que sí creo se ha incrementado la transparencia de las compañías en estos últimos años. Pero todos los temas relacionados con las buenas prácticas y el desglose de información requieren tiempo.

elEconomista adelantó que se va a crear un organismo a nivel europeo con el objetivo de unificar criterios normativos, ¿es necesario?

Existe un instituto europeo de supervisión de la actividad de auditoría y hay dos propuestas legislativas en marcha. Las dos en relación con la regulación auditoría; el famoso *Green paper*, una propuesta directiva y otra de reglamento europeo y, en esa nueva regulación, es en la que se enmarca la nueva figura europea de control de supervisión y que, previsiblemente, estará en vigor en un par de años. Todo

lo que sea unificación a nivel europeo e internacional es bueno para nosotros porque actuamos en muchos países. Lo peor que puedes tener es una regulación diferente en cada país.

En su opinión, ¿es peligrosa la guerra abierta de precios declarada entre las grandes compañías del sector?

El límite que tiene utilizar el precio como factor competitivo se encuentra en que el precio que cobres tiene que mantener la calidad. Si el precio baja de los mínimos, afectaría a la calidad de los servicios. De momento está el sector muy competitivo y muy difícil, pero no estamos en ese punto. Para nosotros es muy importante mantener el atractivo de la profesión. Una de las ventajas que tenemos en esta compañía es que ofrecemos muchas carreras profesionales a los empleados. Tenemos consultores, auditores, expertos en impuestos, en medio ambiente, en valoración de empresas, en hacer compra-venta de empresas... se trata de una oferta de actividad profesional lo suficientemente diversa, como para que una persona que se incorpora a su carrera profesional pueda encontrar en Ernst&Young un lugar atrac-

tivo. Aún así, el competir por ganar profesionales con talento es el reto y la clave.

¿Hace unos meses aseguró a elEconomista que crecerían en este ejercicio un 5 por ciento, ¿la tendencia se mantiene?

Estamos a la expectativa de conocer qué va a pasar en los próximos meses. Pero creo que se puede sostener este crecimiento de entre el 5 y el 10 por ciento.

En cuanto a las elecciones ¿qué pide al nuevo Gobierno?

La agenda está muy marcada. No hay mucho espacio para la creatividad. Esperamos lo que todo el mundo: que se pongan en marcha las medidas para recuperar la confianza, tanto de la comunidad internacional para invertir en España y para comprar nuestra deuda, como de los empresarios y emprendedores españoles para que generen proyectos y puedan dar puestos de trabajo que permitan salir de la situación insostenible en la que tenemos un quinto de nuestra fuerza laboral parada.

@ Más información relacionada con este tema en www.economista.es