



Empresas & Finanzas

Mario Alonso Presidente de Auren

“Estamos negociando para abrir oficinas propias en Italia y Bélgica”

Araceli Muñoz MADRID.

Mario Alonso fundó la firma de servicios profesionales Auren hace más de tres décadas. Desde entonces, la compañía ha crecido hasta ser la primera de capital 100% español dentro del *ranking* del sector. Gracias a ello, ha conseguido sortear los diferentes ciclos económicos y mantener un crecimiento sostenible a dos dígitos, a la vez que daba el salto internacional hacia otros mercados. Para contar su estrategia y planes de futuro, el presidente de la firma recibe a *elEconomista* en su sede de Madrid.

¿Cuál ha sido la estrategia de los últimos años?

El objetivo de Auren es y ha sido transformarnos en una firma absolutamente multidisciplinar, para lo cual tenemos un portafolio de servicios comparable con cualquier firma que tenga el máximo nivel de diversidad. Para nosotros, es esencial y tenemos en nuestro ADN la importancia del tamaño, es algo indispensable. Por ello, toda nuestra estrategia se ha basado siempre en crecer, tanto orgánica como inorgánicamente. Es especialmente reseñable el número de integraciones que hemos hecho, pero también incorporaciones de nuevos socios. El tamaño es esencial porque hay que equilibrar tres tipos de intereses: los de los socios, los de los clientes y la rentabilidad del despacho. Tener tantos servicios nos permite estar preparados para los buenos y los malos momentos de la economía. Obviamente para nosotros es más rentable el ciclo positivo, pero en el momento bajo ofrecemos servicios periciales, concursales, ayudamos a buscar financiación, en reestructuraciones... Tener un portafolio de servicios tan amplio son distingue mucho de la competencia.

¿En qué consiste su estrategia a futuro?

Llevamos mucho tiempo queriendo potenciar los servicios transversales. Es decir, al cliente no le importa si el servicio te lo esta prestando la división de Abogados, Auditores o de Corporate, eso no les genera valor. Les genera mucho más valor que haya expertos de diferentes ámbitos que trabajan coordinados en el proyecto porque, al final, los negocios son cada vez más complejos y el entorno es absolutamente cambiante, por eso es más importante que se trabaje en proyectos conjuntos pero con diferentes pun-



EE

Independencia: “No queremos hacer fichajes políticos, hemos decidido apostar por la independencia”

Futuro: “Nuestra estrategia se basa en ofrecer servicios transversales, eso genera mucho más valor a los clientes”

Negocio: “Abogados y asesores fiscales tienen más peso, le siguen consultoría, auditoría y corporate”

tos de vista. Creemos que es un valor añadido diferenciador y estamos trabajando intensamente en él.

¿Qué áreas de negocio quieren reforzar o quieren empezar a cubrir?

Siempre estamos muy atentos a posibles integraciones. Estamos interesados en dos líneas donde ya tenemos presencia, pero queremos desarrollarla un poco más. Se trata de consultoría enfocada a la transformación empresarial y también en los temas de pura estrategia.

¿Y a nivel geográfico?

A nivel nacional no nos queda nada, tenemos todo bastante cubierto y no estamos en búsqueda activa. Otra cosa diferente es a nivel países. En internacional trabajamos dos capstones oficinas propias a través de Auren Internacional, donde estamos en 11 países en Europa y Latinoamérica; además, hemos creado una alianza de firmas independientes que presidimos llamada Antea. A través de ella, estamos presentes en 76 países y estamos conociendo las firmas que más nos interesan ya

sea por la calidad técnica o el peso específico que tienen en un mercado, de cara a ir las absorbiendo o integrando en Auren. El año pasado hicimos esto con Luxemburgo e Israel y estamos en conversaciones avanzadas con Italia y Bélgica. Un poco menos avanzadas están con India y con China.

¿No se animan a realizar nuevos fichajes políticos?

En eso nos distinguimos de la competencia. No hemos hecho nunca fichajes de gente que viene de la política o de la Administración. Hemos decidido apostar siempre por profesionales con larga experiencia en su campo y que podían aportar sus conocimientos a la marca. Creemos que esto nos da mucha más independencia y no queremos mezclar ambos mundos.

¿Qué líneas de negocio tienen más peso?

Sigue teniendo más peso el negocio de Abogados y Asesores fiscales. Le siguen por poco Consultoría y Auditoría. La cuarta es Corpo-

rate, pero es una actividad mucho más residual porque es un equipo mucho más pequeño, pero es importante para nosotros.

En todas estas integraciones, ¿qué papel ocupa la promoción interna?

Estamos siendo muy activos, todos los años hay nombramientos importantes de socios y socias. Tenemos todavía un porcentaje de socias claramente inferior al de socios, pero en un estudio que hemos hecho, hemos descubierto que somos la firma española de la parte alta del ranking que más porcentaje tiene de socias. No estamos bien, pero estamos mejor que otras y trabajando en políticas activas para desarrollarlo. Hemos hecho un plan de igualdad muy ambicioso, con un total de 40 objetivos y medidas a tomar durante cinco años. Tenemos una cultura muy identificable, que está muy basada en las personas, muy poco jerarquizada y normativizada. Nos gusta ser flexibles, dar iniciativas a la gente, eso supone que el clima de trabajo es excelente y muy difícil de superar.