

“Animo a todos los colegiados a enriquecer el contenido de *O Economista*”

PERFIL / TRAYECTORIA

- José Antonio López Álvarez nació en 1958 en A Rúa (Ourense).
- Es Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidade de Santiago de Compostela.
- Es Socio Fundador de AT Consultores.
- Es Vicedecano del Colegio de Economistas de A Coruña y pertenece asimismo a la Junta de Gobierno del Consello Galego de Colexios de Economistas.
- Director de *O Economista*.



JOSÉ ANTONIO LÓPEZ ÁLVAREZ, Vicedecano del Colegio de Economistas de A Coruña

Más de 20 años de vida contemplan ya a la firma AT Consultores, de la cual usted es socio fundador. Desde su particular visión, ¿cómo han evolucionado en estas dos décadas que unen el final y el principio de dos siglos el sector de la consultoría y la auditoría en España?

La evolución de la consultoría en los últimos veinte años ha estado marcada por varios factores que han incidido en su crecimiento y en la orientación de los servicios prestados: la globalización, las crisis económicas y la implantación de las nuevas tecnologías. Este último factor ha supuesto un cambio radical en el mix de los servicios de consultoría: en torno al 80% de la facturación del sector se concentra ahora en la consultoría informática y todo lo que ello conlleva: producción de software, gestión de aplicaciones, externalización de tecnologías de la información, etc. Es además este subsector el que presenta, con diferencia, unas mayores tasas de crecimiento frente a la consultoría de negocios tradicional que prácticamente se ha estancado.

En cuanto a la auditoría de cuentas, también ha sido un período de cambios muy sustanciales. En el año 1988 se ha aprobado el primer marco regulador de la actividad que no ha sido modificado sustancialmente hasta el año pasado. Con esta ley se ha establecido, en aras de la transparencia, la obligatoriedad de auditoría para aquellas empresas que cumplen una serie de condiciones y se ha iniciado el control para el acceso y el ejercicio de la actividad de auditor. Esto ha supuesto el acceso masivo a la profesión de auditor de economistas y otros profesionales con la consiguiente guerra de precios y otros daños colaterales. Otro de los acontecimientos importantes de este periodo ha sido la quiebra de Enron que, además de contribuir a cambiar el enfoque del trabajo de auditoría hacia lo que se denomina como identificación de riesgos, también ha provocado la pérdida de prestigio de la profesión y la desaparición de Arthur

Andersen que ha acelerado la concentración del sector en un oligopolio dominado por las *big four*. Por otro lado, como en todas las áreas de actividad, el desarrollo de la tecnología informática ha cambiado la forma de trabajar y ha mejorado la eficiencia del auditor: de los papeles hechos a mano se ha pasado a las hojas de cálculo, a las aplicaciones específicas, etc.

Es muy común la existencia de buenos profesionales del mundo digital sin experiencia de gestión a nivel directivo y buenos directivos sin conocimientos del mundo digital; ¿representa el futuro del sector una mezcla de ambas experiencias?

Creo que no tienen por qué mezclarse ambas experiencias: un buen profesional del mundo directivo no tiene por qué disponer de conocimientos profundos del mundo digital. He conocido a excelentes directivos que apenas saben encender un ordenador. Lo que sí es imprescindible, es que el directivo promueva la implantación en su organización de lo que algunos denominan *Business Intelligence*, es decir, las tecnologías, las aplicaciones y los procedimientos que le permitan disponer de aquellos datos que le sirvan de soporte en la toma de decisiones del negocio.

He conocido a excelentes directivos que apenas saben encender un ordenador, pero lo que sí es imprescindible, es que el directivo promueva la implantación en su organización de las nuevas tecnologías

Como apasionado que nos consta que es de las nuevas tecnologías, ¿que cree que pueden aportar al mundo de la empresa redes sociales como Twitter, Facebook o LinkedIn?

Para darnos cuenta de la enorme trascendencia de las redes sociales sólo unas cifras: en sólo cinco años de existencia Facebook cuenta con casi 700 millones de usuarios, Twitter con 275 millones de seguidores, y LinkedIn con más de 100 millones de usuarios. Este espacio de comunicación tan potente puede llegar a transformar las relaciones de las empresas con sus clientes, y ya lo está haciendo en algunos casos. Es lo que se viene denominando el marketing 2.0, en cuanto supone una importante modificación de la forma tradicional de entender el marketing. Al hilo de esto, los libros recomendados en el número 83 de nuestra revista se hacían eco de esta nueva tendencia y de las grandes posibilidades que ofrecen las redes sociales para contactar con nuestros futuros clientes o para fidelizar a los actuales.

De todas formas apoyarse en el uso de estos servicios masivos puede ser útil si se hace adecuadamente: hemos de tomarnos el tiempo necesario para interactuar con el resto de los miembros de la red y que estos sientan que hay una persona de carne y hueso detrás y no una simple máquina y evitar, además, que la potencia de este canal de comunicación se vuelva contra nosotros. Para gestionar las comunidades afines a nuestra empresa o nuestra marca ha nacido la figura que se viene llamando *community manager*, que, como en todo tipo de burbujas está dando pie también a la aparición de “vendedores de humo”. Por todo ello, sería recomendable tomar la debida cautela a la hora de afrontar esta nueva forma de comunicación.

Cambiando de tema, es usted habitual colaborador del curso competencias profesionales, iniciativa de nuestro Colegio

que este pasado curso organizó el **Consejo Galego de Colexios de Economistas** extendiéndolo de este modo al ámbito autonómico. **¿Cuál es el mejor consejo que puede dar aquellos estudiantes que se enfrentarán por primera vez con el mundo laboral?**

Es evidente que la forma de enfrentarse al mercado laboral por primera vez ha cambiado radicalmente. La crisis ha provocado que la demanda de nuevos titulados se haya reducido drásticamente, mientras que el número de los que se incorporan al mercado de trabajo se ha mantenido. Aún cuando en la búsqueda del primer empleo debe tenerse presente la personalidad, las aspiraciones, es decir "lo que me gusta", hay que considerar también lo restringido del mercado laboral. Por ello, es conveniente tratar de ampliar el ámbito de la búsqueda y aceptar aquellas ofertas que nos permitan adquirir experiencia y romper el círculo vicioso (sin empleo no hay experiencia y sin experiencia no hay empleo).

Para poder acceder a un mercado cada vez más reducido, y con la consiguiente la mayor afluencia de personal a los procesos de selección, es preciso que prestemos especial atención a la formación y nos preparemos más y mejor: en el conocimiento de idiomas, en cursos de postgrado, etc. Además de mejorar nuestro currículum y de estar en activo en los procesos de formación tendremos la oportunidad de acceder al mercado laboral vía becas, convenios con empresas, etc.

Y como no, hay que aprovechar la potencia de las nuevas tecnologías. Además de colgar nuestro currículum en los buscadores de empleo, debemos tener en cuenta que los profesionales de recursos humanos están utilizando a veces las redes sociales para encontrar al mejor candidato en menos tiempo y a un menor coste. A este respecto, recomiendo el libro *YO 2.0* de Dan Schawbel, que ofrece interesantes sugerencias y herramientas para el desarrollo del marketing personal en las redes sociales.

Además de todas sus ocupaciones profesionales y demás cargos tanto en la Junta de Gobierno del Colegio como en la del Consejo Galego de Colexios de Economistas, asume usted la dirección de esta publicación mensual, que ya está a escasos números de alcanzar el centenar de publicaciones. ¿Cómo valora la trayectoria de "O Economista" en estos 7 años de vida?

Considero que la revista *O Economista* ha cumplido durante todos estos años el objetivo que nos hemos marcado con su puesta en marcha: servir de nexo de unión y acercar el colegio al colegiado, hacerles partícipes de los acontecimientos colegiales de todo tipo, tanto lúdicos como académicos. Ha sido un reto muy importante, más aún si tenemos en cuenta lo ambicioso del proyecto: actualmente son dieciséis páginas de contenidos con una periodicidad mensual. Todo ello no hubiera sido posible sin contar con el esfuerzo del equipo redactor del Colegio y de un plantel de colaboradores habituales de altísimo nivel, a los

que desde aquí quiero agradecerles de una forma especial.

Hemos echado de menos, sin embargo, un mayor número de colaboraciones de los colegiados en forma de anuncios, artículos, sugerencias, etc. que enriquezcan el contenido y refuercen ese nexo. Aprovecho también para animar a los colegiados en este sentido.

Hablando ahora un poco de lo que ocupa la actualidad, dice Krugman que los planes de rescate solo dan aire artificial a la economía pero no resuelven el problema de fondo. ¿Está de acuerdo con esta afirmación?

Totalmente de acuerdo. Grecia, como el resto de las economías rescatadas, debe generar crecimiento y recuperar la confianza del mercado para poder financiarse por sí misma y rebajar su nivel de deuda. Lamentablemente Grecia está y previsiblemente seguirá en recesión y la deuda griega, lejos de reducirse está aumentando: las previsiones es que se situó a final de 2011 por encima del 166% del PIB.

Siguiendo con temas candentes, ¿qué opinión le merece el denominado "Movimiento 15M"?

Si en un principio me ha parecido un movimiento social que recogía el malestar de un buen número de ciudadanos, incluso el mío propio (aplicación en política de las mismas políticas de austeridad que se están imponiendo a los ciudadanos, adopción de medidas para atajar la corrupción política, reforma de la ley electoral, etc., etc.), la deriva que ha ido tomando en cuanto a colectivos y planteamientos, y la apropiación que están haciendo algunos miembros de la clase política de este movimiento, me han hecho perder todo el interés por este movimiento.

¿Es la imagen pública de los economistas una de las grandes perjudicadas por la crisis económica?

Si es perjudicada en el sentido de no advertir la seriedad y la profundidad de la crisis, valga como disculpa que la sustitución de un sistema bancario tradicional muy protegido y regulado por una banca paralela no regulada ha hecho que fuese muy difícil detectar la fragilidad que ha demostrado y está demostrando el sistema financiero. De todas formas creo que más que a la de los economistas la crisis ha perjudicado la imagen pública de otros agentes sociales como los políticos, los empresarios, etc. y últimamente y de una forma especial a los banqueros.

Más que a la de los economistas la crisis ha perjudicado la imagen pública de otros agentes sociales como los políticos o los empresarios y últimamente y de una forma especial los banqueros

Para finalizar, la pregunta del millón: ¿cuando cree que será España capaz de crecer y de crear empleo?

A pesar de ser imprescindible que se adopten reformas en profundidad y se recobre un clima de confianza política, como se dijo por el clásico, "Cuan largo me lo fiáis amigo Sancho".

