

Economía 3

Información para el liderazgo

Nº 371 / 5€
NOV. 2024

EL ECONOMISTA



Santiago Carbó

LA EMPRESARIA



Elisabeth Arrojo



Fernando Baroja



Pablo Azcona



Soraya Muñoz



Andrés Gurrea



Germán Rodrigo

Grant Thornton, 40 años en España

Los pilares de Grant Thornton tras 40 años de éxito en España

Miles de casos de éxito en 40 años. La reconocida firma mundial de servicios profesionales de auditoría, consultoría de negocio, tecnología e innovación, asesoramiento financiero, fiscal, legal, laboral y outsourcing Grant Thornton puede presumir de haber alcanzado cuatro décadas en España con la mirada puesta en el crecimiento y la expansión a lo largo de la geografía española. ¿Dónde reside el valor diferencial de la firma? En esta entrevista a cinco voces, los socios de Comunitat Valenciana de Grant Thornton nos explican sus hitos, desafíos y secretos. Escuchamos a Andrés Gurrea, socio-director Auditoría; Germán Rodrigo, socio Legal y Fiscal; Fernando Baroja, socio Auditoría; Soraya Muñoz, socia Laboral; y Pablo Azcona, socio fiscal.

Sara Martí
Imagen: Vicente A. Jiménez
sara.marti@economia3.info

Recientemente habéis celebrado los 40 años de Grant Thornton en España. ¿Cómo ha evolucionado la firma en estas cuatro décadas? ¿Qué valores aún perduran en la consultora? ¿Cuáles destacaríais como los hitos más importantes?

Andrés Gurrea: Alcanzar 40 años de existencia como firma y como actividad empresarial es todo un hito, teniendo en cuenta la longevidad que los expertos atribuyen a las empresas: once años de esperanza de vida en España y 19 en Estados Unidos y Europa. Hemos conseguido transformar una firma que en su origen destacaba por ser la primera en el mercado con capital netamente español a transformarnos en una de las principales firmas de servicios profesionales a nivel global. Nacimos con tres valores claros: hacernos un hueco en el competitivo mercado de los ser-

vicios profesionales; hacerlo de un modo diferente, poniendo la calidad y la cercanía por bandera; y contando con un equipo excepcional, humana y técnicamente. Esos fueron nuestros valores primigenios y es muy gratificante que sigan siendo los pilares que guían nuestra actividad. Como hitos más importantes, sin duda, la apuesta por unirnos a la red **Grant Thornton** fue la decisión que más nos catapultó, pero también destacaría la progresiva extensión territorial que hicimos, como la de la **Comunitat Valenciana** hace casi 30 años. Además, nuestra firma americana también está de enhorabuena en este 2024, y es que cumple 100 años de actividad lo que también refleja la implantación y continuidad del proyecto de Grant Thornton a nivel global.

- **Un poco de historia. ¿Cómo y por qué llega Grant Thornton a España? ¿Y a la Comunitat Valenciana?**

A.G.: Antes de fusionar nuestra firma nacional, que se llamaba **Audihispana**, Grant Thornton ya tenía representación en España a través de una oficina muy pequeña.

Los contactos comenzaron debido a que percibíamos un muy buen encaje en la filosofía comercial y de trato al cliente y también en los valores estratégicos principales, tanto de negocio como de cultura interna. Tanto es así que, para atender a nuestros clientes más internacionales, ya nos habíamos coaligado con otras redes mundiales de servicios profesionales. Pero, el encaje definitivo, la horma de nuestro zapato, llegó con la adhesión a Grant Thornton en 2007. Una vez abiertas las oficinas de **Barcelona**, **Bilbao** y **Madrid**, la **Comunitat Valenciana** fue una de las primeras regiones donde pusimos el foco, a través de la creación de las oficinas de **Valencia** y **Castellón** en 1998.

- **¿Cuáles son los valores diferenciales de Grant Thornton?**

Germán Rodrigo: Precisamente se lo preguntamos a más de 1.600 clientes en todo el mundo y lo que nos dijeron es que sienten que nuestros profesionales se preocupan realmente por entender sus negocios, que trabajamos de forma rápida y que, en muchas ocasiones, les ▷

De izquierda a derecha: Fernando Baroja, Pablo Azconá, Andrés Gurrea, Germán Rodrigo y Soraya Muñoz.

damos respuestas que se anticipan a potenciales problemas futuros. A ello también podemos añadir la alta calidad en todo lo que hacemos, la colaboración continua, una visión de los servicios que tiende a la excelencia y una cultura internacional compartida, que tiene como pilares fundamentales el respeto, la responsabilidad y el compromiso de todos nuestros equipos en cualquier parte del mundo. Esos serían a grandes rasgos nuestros valores fundamentales.

- **¿Y cuáles son los valores clave de vuestra estrategia?**

A.G.: Nuestro foco de mercado es claramente el *middle-market*, pero trabajamos con todo tipo de compañías españolas e internacionales. De hecho, desarrollamos ambiciosos proyectos estratégicos con grandes cotizadas o reconocidas empresas de los principales sectores de nuestra economía, como el financiero y la banca, el energético, la automoción y la movilidad o el sector público, entre otros. Lo que hemos conseguido en este tiempo es alcanzar un porfolio de servicios auténticamente multidisciplinar. Sin duda, las empresas españolas y las de la Comunitat pueden encontrar en nuestra firma un *one-stop-shop* para llevar adelante sus retos futuros.

- **¿Cómo se distribuye el negocio en la actualidad? Es decir, cuáles son las principales áreas de actividad de la consultora? ¿Ha variado el negocio y las necesidades de los clientes en los últimos años?**

Fernando Baroja: La Auditoría y el *Assurance*, que es el servicio con el que nacimos, representa un 40 % de nuestra facturación. Pero hemos conseguido que los ser-



Soraya Muñoz (Socia Laboral)

“ESTAMOS
PONIENDO AL DÍA
A LAS EMPRESAS
EN MATERIA
DE IGUALDAD E
INCLUSIÓN”

vicios jurídicos, fiscales y laborales representen ya un 30 %. Y otro 30 % el área de Consultoría, tanto la financiera, como la de estrategia e innovación y tecnología. En estos servicios podemos destacar nuestra potencia en transacciones, deuda y reestructuraciones, con grandes proyectos tanto para empresas públicas como privadas; un área muy potente es *Forensic* e investigaciones empresariales; todo un abanico de servicios de Sostenibilidad, tanto si el cliente necesita estrategia o *reporting* no financiero; y, por último, un área de *Outsourcing* y soluciones empresariales externalizadas, válidas para cualquier sector, aun-



Pablo Azcona (Socio Fiscal)

“NOS ENCONTRAMOS
ANTE UN CLIENTE
MÁS SOFISTICADO,
SELECTIVO Y
EXIGENTE”

que con gran desarrollo en las áreas de Energía y gestión de actividades turísticas, en especial los hoteles. Nuestra estrategia, por tanto, pasa por un claro foco de mercado en el *middle-market*, empresa familiar e internacional que tiene músculo y que quiere crecer internacionalmente; también grandes clientes cotizados que necesitan servicios de consultoría muy específicos, casi *boutique*; grandes fondos y *Asset Management*, que necesitan un asesoramiento integral y, por último, grandes clientes del sector público.

- **¿Cómo conseguís siendo una firma internacional estar tan ‘apegados’ al territorio local en las di-**



Andrés Gurrea (Socio-Director Auditoría)

“SIEMPRE HEMOS
TENIDO ESE ESPÍRITU
EMPREDEDOR
DENTRO DE UNA
ESTRUCTURA
CLÁSICA”

ferentes ciudades donde desarrolláis vuestros servicios?

Pablo Azcona: Estar apegados al territorio y al propio cliente forma parte de los elementos diferenciales de nuestra firma. Queremos que el cliente sienta cercanía, que perciba que entendemos su sector, pero también experiencia en poder llevar más allá sus proyectos, sobre todo si han puesto el foco en una operativa más internacional. El hecho de que nuestras oficinas fuesen en su origen también firmas locales –con lo que esto conlleva de penetración en el propio tejido empresarial local– ayuda a ese carácter local. Pero, lo que intentamos tam-



Fernando Baroja (Socio Auditoría)

“NUESTRA
ESTRATEGIA PASA
POR UN CLARO FOCO
EN MIDDLE-MARKET,
EMPRESA FAMILIAR
E INTERNACIONAL”

bién es que la experiencia de cliente siempre sea homogénea allá donde prestemos los servicios. Según un informe de Financial Times, los clientes examinan más que nunca los costes de los servicios profesionales. Sigue habiendo demanda, pero sus expectativas han cambiado: nos encontramos ante un cliente más sofisticado, selectivo y exigente. Ante este nuevo contexto, tenemos que ser capaces de aportar una mayor confianza y estrategia a los clientes para fortalecer la relación. Y en eso también hemos conseguido ir un paso por delante.

- **¿Cómo ha evolucionado el sector en los últimos años? Por una**



Germán Rodrigo (Socio Legal y Fiscal)

“DAMOS RESPUESTAS
QUE SE ANTICIPAN
A POTENCIALES
PROBLEMAS
FUTUROS”

parte, ¿cuáles son los desafíos en general? Y, por otra, particularmente, ¿cuáles son los retos de futuro de Grant Thornton?

Soraya Muñoz: El sector de los servicios profesionales ha evolucionado muchísimo en los últimos años y, en muchos momentos, conseguimos ir por delante, alertando a nuestros clientes de qué es lo próximo, dónde deberían poner el foco. Como comenta Pablo, tenemos que ser capaces de dar un valor añadido. La demanda de servicios no ha disminuido, pero sí las expectativas del cliente. Ante esto, el sector en su conjunto, y Grant Thornton en particular, estamos respondien-



do aportando mayor confianza y estrategia a los clientes para que la relación se refuerce. La digitalización está trayendo nuevos actores y más competencia. Para hacerles frente, elementos de diferenciación como la calidad, la marca, la reputación, el servicio y la experiencia de cliente van a ser más importantes que nunca. Ya no solo vale el *expertise* técnico, eso se da por hecho. Por ello, nuestra estrategia nacional y global nos marca el poder ir más allá con los clientes, modernizar nuestras prácticas, nuestros procesos, para estar a la vanguardia en la prestación de un servicio excepcional.

- Soraya, eres la socia responsable de Laboral en Comunitat Valenciana. ¿Cuáles son los retos en esta materia para las empresas de nuestra región?

Desde el área Laboral, aparte de las contingencias jurídicas en materia de contrataciones, regulaciones de empleo y otros servicios más distintivos de nuestra área, lo que estamos desarrollando con mucha energía es poner al día a las empresas en materia de igualdad, di-

versidad e inclusión. Atendiendo a la nueva normativa, muchos planes de igualdad han tenido que ser ahora actualizados, y hay nuevas exigencias en materia de protocolos de acoso y de planes de protección a las personas del colectivo LGTBI. Nuestra recomendación, y así lo trabajamos con nuestros clientes, es aprovechar estas exigencias regulatorias para ir un paso más allá y distinguirse de la competencia en estas materias. Reforzar estas estrategias va a permitir a los líderes de nuestras empresas a crear entornos laborales más seguros, más flexibles, con más conciliación, lo que atraerá a una mayor cantidad de talento. Es muy importante, en definitiva, desarrollar la "S" de ESG, también dentro de la estrategia de personas y esta es una de las tendencias claras de los servicios de Laboral, que en Grant Thornton además enfocamos desde un punto de vista muy de Consultoría, de consejo permanente, de escucha y acompañamiento a las empresas y, en particular, a sus departamentos de recursos humanos.

- Comentas las necesidades ESG que, imagino, también afectan a otros servicios de la firma, ¿es así?

A.G.: Totalmente. En el área de Auditoría nos ha permitido sofisticar los servicios de aseguramiento en parcelas no exclusivamente financieras. En un primer momento, a través de la nueva regulación nacional de estados de información no financiera y, en los últimos meses, a través de las nuevas exigencias de la nueva directiva europea de Sostenibilidad, que obliga a más empresas a prepararse en el terreno del *assurance* no financiero. Este servicio de verificación, que hacemos los auditores, también tiene que ir acompañado en muchas ocasiones de la estrategia en Sostenibilidad, que acomete nuestra área de Consultoría de Negocio y Estrategia. Es importante analizar cuál es tu mejor aportación como empresa y sector a la Sostenibilidad, teniendo en cuenta tu modelo de negocio e impacto en el medioambiente, en la sociedad y en la gobernanza de tu compañía.

G.R.: No olvidemos que el ESG también impacta de lleno en la es-



trategia fiscal de las empresas. De hecho, yo formo parte del grupo de Tax de Grant Thornton a nivel internacional encargado de desarrollar los servicios de fiscal ESG, y son necesidades que cada vez nos están solicitando más los clientes. Cuanto más se adecue la estrategia con el cumplimiento normativo, más beneficios se podrán adquirir en este nuevo panorama mundial, que exige que las empresas sean más transparentes en su operativa e impacto de su negocio en su entorno.

- Germán, y a nivel Legal y Corporate, ¿cómo habéis evolucionado en la Comunitat Valenciana?

G.R.: Localmente, tras la fundación de la división de asesores en 2007, hemos tenido un crecimiento sostenido. Todo ello se debe al re-

A.G.: "HAY RETOS EMPRESARIALES QUE TENEMOS QUE SER CAPACES DE SUPERAR ANTES DE QUE PASEN OTROS 40 AÑOS"

conocimiento de nuestros clientes, que nos ha permitido prestar servicios especializados localmente que otras firmas solo pueden prestar desde Madrid o Barcelona con los costes propios de estos centros de negocios y una interrelación total con la comunidad empresarial valenciana. Ahora mismo, los clientes demandan servicios de M&A o adquisición de empresas, donde somos muy activos desde 2019

y hemos cerrado una infinidad de procesos. También son muy demandados servicios muy especializados como *transfer pricing* o la salida al exterior de nuestras empresas, áreas en las cuales podemos trabajar con nuestros equipos valencianos, pero colaborando con toda la red internacional de Grant Thornton. Hemos ayudado a muchas de nuestras empresas y es solo una pequeña muestra en: **India, China, Brasil, Alemania, Marruecos, Turquía, Reino Unido**, no solo implandose allí si no, incluso, en procesos de compra de empresas en dichos países. Ahora, también, en legal, estamos adquiriendo presencia en el *fund raising* para *start-ups*, incluso para su participación en su crecimiento. ▷



- El entorno macroeconómico y geopolítico actual es complejo. Desde vuestra visión de expertos, ¿cómo lo están experimentando las empresas? ¿Cuál es vuestro punto de vista respecto al futuro de la economía y del tejido empresarial español?

A.G.: Las empresas españolas han tenido y siguen teniendo una evolución impresionante. Muchos de nuestros clientes históricos comenzaron siendo sólidas empresas

familiares y muchas de ellas han acabado cotizando tanto en España como a nivel internacional.

Ese es el camino que hay que seguir: crear las condiciones adecuadas de país para que nuestras empresas medianas sigan creciendo y ganando músculo, bien porque trazan una estrategia de internacionalización exitosa, porque consiguen innovar con sus productos o servicios, o bien porque saben diversificar su negocio a través de inversiones adecua-

das o compras estratégicas. Hay retos que tenemos que ser capaces de superar antes de que pasen otros 40 años. En primer lugar, conseguir un tejido empresarial más innovador, que sea capaz de competir con productos y servicios reconocidos a nivel internacional. La transformación digital de nuestros negocios también es un imperativo europeo, en el que la empresa española tiene que salir con ganas de liderar, en especial con la incorporación de la Inteligencia Artificial en todos sus procesos, lo que nos puede hacer mejorar mucho en la productividad. Es importante desarrollar adecuadamente nuestros principales sectores y anclarlos en la medida de lo posible a los principales territorios. Y, por último, no podemos olvidar la obligatoriedad de hacer crecer nuestras empresas con una mayor conciencia de su impacto en el planeta y en la propia sociedad. Las empresas españolas han sido agentes de cambio y prosperidad social indiscutibles y no pueden renunciar a seguir ejerciendo ese papel en el futuro.

- Grant Thornton también ha ido por delante para ofrecer soluciones innovadoras a los clientes cuando lo demandaban. ¿Cómo conseguís identificar estas tendencias y de qué manera es capaz de adaptarse en materia de tecnología, legislación, etc?

A.G.: Recuerdo muy bien que hace 10 años detectamos una tendencia que venía directamente de China y que era el Blockchain y que hoy es la base de todos los avances en activos digitales, Web 3 y la transformación digital de los principales bancos de nuestro país. En Grant Thornton siempre hemos tenido ese espíritu emprendedor dentro de una estructura internacional clásica; de hecho, identificamos las principales innovaciones para nuestros clientes a través de Innovación Internacional, que crea soluciones tangibles en distintas áreas tecnológicas relacionadas con la ciberseguridad, la automatización y el Big Data. Lo mismo ocurre en materia legislativa, con un seguimiento casi quirúrgico de la actualidad regulatoria de todas nuestras líneas de servicio, como son las normas internacionales financieras, las fiscales o todo el nuevo acervo legislativo en materia de ESG.

- A nivel de facturación, ¿cuál ha sido la evolución de la firma en estos últimos años? ¿Cómo fue el último ejercicio? ¿Qué se espera de 2024?

A.G.: Siempre hemos tenido crecimiento de facturación a doble dígito. En el último ejercicio, reportado en el ranking nacional alcanzamos los 95,3 millones de euros de facturación. Queremos man-



tener esa velocidad, pero también estamos atentos a potenciales crecimientos inorgánicos a través de incorporaciones de Socios con carteras propias o adhesión de nuevas oficinas.

- ¿Cuáles son vuestros planes de futuro? ¿Qué nuevos proyectos vais a llevar a cabo y qué nuevos servicios vais a incorporar a vuestro portfolio?

A.G.: Los planes de futuro pasan por crecer a través de clientes con una operativa más internacional, en seguir colaborando con otras firmas de la red como, por ejemplo, nuestro European Collaboration Group, con el que las 27 firmas europeas hemos conseguido penetrar en el corazón de las instituciones europeas y prestar servicios profesionales de todo tipo en este ámbito. Y,

por supuesto, desarrollar nuestro posicionamiento multidisciplinar, pero engarzándolo cada vez más en cada uno de los sectores en los que hemos demostrado una experiencia significativa. Y, en definitiva, poner siempre el foco no en nosotros, sino en la empresa, que es nuestra razón de ser. Por eso, el enfoque de nuestro 40 aniversario es poner en valor la contribución de las empresas españolas al progreso económico, social y tecnológico. Si llevamos cuatro décadas de trayectoria hasta el momento es gracias principalmente a ellas, las empresas y sus directivos, y también, cómo no, gracias a todos los profesionales que han contribuido a este proyecto durante todo este tiempo. Sin duda, razones de peso para confiar en alcanzar otros cuarenta años más. •

Las cifras de Grant Thornton

