



Carmelo Canales y Francisco López, en la parte derecha de la imagen, durante la presentación de 'El legado de Arthur Andersen' en Bilbao. :: GABRIELA BARNUEVO

# 'Arturos', a mucha honra

Carmelo Canales y Francisco López, socios de Arthur Andersen cuando se derrumbó la auditora por el 'caso Enron', plasman en un libro el modelo de excelencia que rigió su actividad desde 1913

■ I. BERNAL

«La buena noticia es que Saddam Hussein va a permitir la inspección; la mala, que insiste en que la haga Arthur Andersen». En enero de 2002, esta mofa, hecha por el mismísimo George Bush en plena crisis de las armas de destrucción masiva, sentó como un tiro a los profesionales de la auditora. El de gracia. El que les convertía oficialmente en cabeza de turco de la escandalosa caída de Enron, en ese culpable que hay que buscar rápidamente para tranquilizar a los votantes. Para más inri, la bromita disimulaba el interés de la Casa Blanca por desvincularse de la eléctrica –uno de los mayores contribuyentes a la campaña electoral de Bush– y por acallar las sospechas de que en Washington conocían de sobra el estado real de las cuentas de la multinacional de Houston.

Así las cosas, Arthur Andersen perdió en cuestión de meses el prestigio labrado desde 1913 y, de hecho, acabó por desaparecer. Por suerte, no pasó lo mismo con la inmensa mayoría de los profesionales que componían su

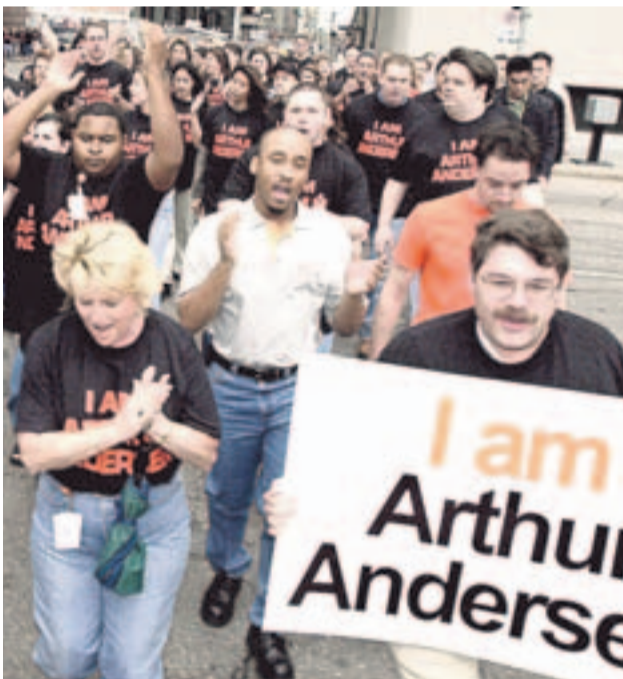
«Todos los que trabajamos allí nos llevamos para nuestra vida posterior un gran legado»

plantilla, a los que el resto de los gigantes del sector –como KPMG, PriceWaterhouse, Ernest&Young y Deloitte– abrieron gozosamente sus puertas.

La razón es bien sencilla. Pese a la mala impresión que la, a veces maleable, opinión pública tiene aún hoy de la firma, «en la comunidad empresarial hay un reconocimiento unánime a su forma de trabajar. El rigor, la disciplina y el compromiso de los 'arturitos' eran legendarios», explica Carmelo Canales, autor junto a Francisco López de 'El legado de Arthur Andersen'.

Esta semana, la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) ha presentado en Bilbao el libro, un trabajo en el que ambos autores, socios de la división española de la firma en aquel momento, pese a reconocer que «la actuación de Andersen en el 'caso Enron' fue insensata y merecedora de sanción», quieren devolver a la firma –«aunque sólo sea un poco; sabemos que no hemos escrito un 'bestseller'»– su buen nombre. Quieren, sobre todo, dejar claro que están orgullosos de haber trabajado allí.

La obra se centra en «los valores», en la filosofía de la casa, algo que impregnó profundamente a quienes pasaron por ella. «Todos los que trabajamos allí nos llevamos para nuestra vida profesional posterior un gran legado. Allí no sólo aprendimos métodos de trabajo que hoy están generalizados, pero que en los 80 se consideraban extravagancias yanquis. También aprendimos a ser rigurosos en nuestra tarea, a ve-



Trabajadores de la firma en una protesta en 2002. :: AP

rificar todo cuanto te dicen, a evaluar el trabajo de los compañeros, a ser discreto hasta en las conversaciones de ascensor...», recuerda Canales. «Aunque luego no se quedaran aquí, todo el mundo quería que sus hijos o sobrinos se formaran en Andersen porque se asumía que la experiencia les serviría para cualquier camino que emprendieran después», subraya.

Aquella filosofía, basada en siete «columnas» –unidad, integridad, cooperación, ambición, talento, servicio y resultados– se inspiraba directamente en la forma austera y sacrificada en la que se crió el fundador de la firma, y constituían un «modelo de culto a la excelencia». Pero todos los modelos caducan.

En los 80, los ratios de crecimiento de la división dedicada a la consultoría multiplicaban por diez a los de la auditoría. «Los consultores empezaron a hablar un lenguaje diferente y a pensar de manera diferente, porque se enfrentaban a una realidad completamente diferente a la del resto de la firma», resume el libro. La unidad se había roto y, tras ella, cayeron el resto de las columnas. Los resultados individuales –de prácticas o personas concretas– comenzaron a ganar relevancia con respecto a los globales, los clientes pasaron a ser llamados 'cuentas' y en los resultados el foco del largo plazo se movió al corto. Y en esas, llegó Enron.

En el fondo, la obra deja el poso amargo de quien, sintiéndolo mucho, al final tiene que recocer que, con o sin Enron, Andersen ya llevaba dentro el germen de la autodestrucción; que incluso quizá haya que agradecer que el final fuera tan abrupto en vez de ir cayendo en pequeños desprestigios. Así, aún hoy pueden asegurar que los malos profesionales sólo fueron unos pocos, que los demás eran –y son– 'Arturos', y que están muy orgullosos de su legado.

**Bereincua Hnos, S.L.**, agencia marítima bilbaína con una amplia experiencia en la gestión técnica y de tripulación en todo tipo de barcos, ha sido elegida por **Disney Cruise Line** (división de cruceros de Walt Disney) para que se encargue de la selección de personal español para sus buques.

El objetivo es cubrir diversos puestos en todas las áreas del departamento de Hotel de los dos cruceros con los que la compañía norteamericana opera actualmente (*Disney Wonder* y *Disney Magic*) y de los otros dos actualmente en construcción (*Disney Dream* y *Disney Fantasy*), que estarán finalizados a finales de 2010.

En breve, Disney Cruise Line tiene previsto realizar cruceros por el Mediterráneo, partiendo de Barcelona.

