

Ernst&Young quita a Deloitte la auditoría de Ges Fibanc

Los fondos de Fibanc que serán auditados tienen un valor de 383 millones de euros

Ramón Roca
Marketing/Comercio

La guerra por conseguir nuevos clientes entre los auditores se lleva a todos los campos. Si la batalla está puesta en las grandes cuentas que supone conseguir las empresas que cotizan en el Ibex 35, hay otros mercados, pero también concurridos para las firmas auditoras. En este caso hablamos por ejemplo de las sociedades de inversión de capital variable, también denominadas vca, o de los gestores de fondos.

En este último caso es donde se ha dado un caso de cambio en la auditoría. En concreto, Ernst & Young ha conseguido hacerse con la auditoría de los 23 fondos de inversión que gestiona Fibanc. Este auditorio tiene un contrato de duración de tres ejercicios, desde 2006 hasta 2008, inclusive. Entre estos 23 cuentas estaban hasta este momento en manos de la primera auditoría en España, Deloitte, por lo que la firma que preside José Miguel Andrés le ha 'robado' a su competidora estas cuentas. Por lo que firmas del mercado han asegurado a NEGOCIO, el sector de la auditoría "se va a tener muchos cambios porque vamos haciendo contratos, ya sean en empresas cotizadas, vca o en fondos de inversión".

Según estas mismas fuentes, en un caso más reciente, donde se va a producir un mayor cambio, ya que se trata



José Miguel Andrés, presidente E&Y, y Carlos Trespalacios, Ges Fibanc.

➔ **Ges Fibanc, gestiona 23 productos, principalmente de renta variable.**

"de nichos de negocio muy importantes y con todos los recursos necesarios para las firmas", aseguran.

Resúmenes

En este caso, los 23 fondos de inversión que gestiona Fibanc el son una buena cuenta, ya que estos fondos mueven más de 300 millones de euros en su conjunto. Un valor que está

may repartido entre sus distintos fondos.

Por ejemplo, el producto con mayor patrimonio es Madirent, que gestiona más de 66 millones de euros. La cartera de este fondo se dedica a la compra de acciones del mercado nacional como Ija a muy corto plazo. A Madirent le sigue otro fondo de dinero con más de 46 millones de patrimonio, que pertenece a más de 3.000 participes, Fibanc Fondos. Y como es otro fondo que compra acciones del mercado nacional, replica el perfil, con más de 47 millones de euros en su cartera, Fibanc Premier.

Además de estos fondos de dinero, Fibanc gestiona otros tres de renta fija que tienen una cartera valorada en 64 millones

Nuevas cuentas que darán que hablar

Los cuatro principales auditores del país, los denominados Big Four, Deloitte, PricewaterhouseCoopers, KPMG y Ernst & Young, han comenzado a moverse, algunas más rápidas que otras, para hacerse con nuevas cuentas. En estas, siempre no lo parecen, también van a entrar otras auditorías que están tomando cada vez más terreno, como son BDO Auditoría y Auditores, que esta semana ha llegado a un acuerdo con la multinacional británica Grant Thornton.

de euros. Además, también tienen varios fondos de renta mixta, ya sea variable o fija, en los que mueven alrededor de 34 millones de euros. El resto está repartido entre renta variable, donde tienen otros nueve productos, y por ejemplo, también tienen fondos que invierten en otros mercados por el Inverso Público como Fibanc Fondosmix y Madirent Fondosmix. A parte de estos fondos, Fibanc también gestiona el producto Global Financial Trading, que tiene vocación global con solo 3 millones de patrimonio.

La rentabilidad mayor entre los fondos Fibanc se sitúa en Fibanc Latinoamérica que en lo que va de año ha conseguido más de un 7% de rentabilización. El que menos, Fibanc Renta, con sólo un 0,17%.



Los pacientes podrán ver su historial clínico.

La consultora Coprava presenta el nuevo TecnoDoctor

Redacción

La consultora tecnológica española Coprava ha presentado la nueva versión de uno de sus productos estrella, el software TecnoDoctor, una aplicación integral de gestión sanitaria.

Coprava tiene más de quince años de experiencia en la consultoría especializada en el desarrollo de soluciones web e implementación de soluciones de gestión empresarial en los sectores de banca, salud y farmacia.

TecnoDoctor es un sistema de gestión web dirigido a los profesionales de un centro hospitalario. La nueva versión permite a un paciente conectarse a la página web de la clínica donde está instalado este producto y ver o imprimir todo su historial clínico. Pero sólo tendrá acceso a la informa-

ción que se desee publicar desde el centro y que autorice el propio facultativo.

Guillermo Sisí Martín, product manager de TecnoDoctor, asegura que con esta nueva versión "les damos a los gestores de clínicas un apoyo comercial sustancial, como es entender que sus pacientes son, en muchos casos, sus clientes, por lo que necesitan mantener una excelente relación".

Los centros que incorporan TecnoDoctor disponen de un módulo que permite a los pacientes que gestionen sus propias citas on line desde la página web del centro médico, gestionado con asistentes que hacen que el sistema sea sencillo para los usuarios, con el suministro de paneles de información relativos a los tramos horarios disponibles por médico, especialidad o proceso.

Ángel Alonso Ruiz

Internet ha cambiado los hábitos de consumo de las empresas. Según un estudio encargado en 2005 por la Asociación Europea de Publicidad Interactiva, realizado con una muestra de 7.070 intervenciones telefónicas en 10 ciudades europeas, el 78% de los interesados en los fondos se fue para comprar una media de 10 artículos, con un gasto aproximado de 750 euros.

El estudio también destaca que tres cuartas partes de los compradores se han cruzado que internet les proporciona lo que quieren y cuando quieren. Los productos y servicios más demandados fueron muy variados, desde entradas de conciertos hasta la reserva de viajes.

La estrategia publicitaria

El marketing 'on line' transforma la gestión estratégica de la reputación empresarial

de las empresas ya tiene en cuenta esta realidad, con nuevas modalidades de marketing digital. Las últimas novedades se presentan entre ellas en el "Online Marketing España", que celebra este año tercera edición.

José van Nispen, presidente del Instituto de Marketing Directo y Comercio Electrónico (ICEMD), con que el año para las empresas es la metamorfosis de los departamentos de marketing. "La actividad de marketing y comunicación, que en muchas empresas se sigue considerando un centro de coste más que de



José van Nispen, presidente del ICEMD.

beneficio, se verá transformado en los próximos años y será uno de los áreas dominantes en cada empresa", explica van Nispen.

Y no será por una cuestión tecnológica simplemente. El marketing on line permite que los puntos de contacto entre una empresa y un cliente se conviertan en sí mismos en un acto publicitario, compartido entre potenciales millones de personas. "Antes la publicidad era lo que te decía de tu empresa, ahora la marca se relaciona en el contexto de conversaciones con amigos, en conversaciones

comunicación entre sus miembros", indica el presidente del ICEMD.

Esto modifica los objetivos del marketing y convierte la gestión de la reputación de la empresa en uno de sus objetivos prioritarios. "La reputación depende no sólo de la publicidad, sino de todas las experiencias de los clientes con la empresa, que se convierten en el verdadero marketing compartido", señala van Nispen. La gran ventaja del marketing on line es que permite que el mensaje publicitario a las necesidades de cada cliente de manera instantánea y económica, a juicio del presidente del ICEMD.

El ICEMD reúne a más de 1.000 profesionales de marketing digital y publicidad on line.