



Jesús Sánchez, director de Áudea, en la cafetería del Hotel de Las Letras, en Madrid. NACHO MARTÍN

## El utópico que montó una consultora de tecnología

Jesús Sánchez dirige Áudea, que este año cumple diez años y que se centra en la seguridad de la información

### Ángeles Caballero

MADRID. Con 26 años, Jesús Sánchez trabajaba en un despacho de abogados. Un día, su jefe le dijo: "El negocio de las nuevas tecnologías va a tener futuro. ¿Montamos algo?". Y así, a una edad en la que muchos arrastran aún cierto síndrome de Peter Pan, se convirtió en empresario. Nació Áudea.

Han pasado diez años –el 15 de este mes es su aniversario– y además de la edad, más cosas han cambiado en la vida de Jesús. Lo que empezó siendo una consultora especializada en la protección de datos –una ley de 1992 pero que “casi nadie cumplía en 2002”–, enseñada a algo tan completo y *etéreo* como la “seguridad de la información”. Un concepto que explicará más adelante pero que asegura que les permitió “adelantarse a las grandes”.

Veinte años después de la Ley, Sánchez asegura que el escenario es distinto. “Las empresas están más concienciadas, pero también los consumidores. El mensaje ha calado”, dice. Pero no todo es positivo. Jesús Sánchez también reconoce que “hoy hace protección de datos hasta el carnicero”. La estrategia es clara: tirar los precios y prometer ese servicio hasta por 100 euros al mes. “Hay poca seriedad, y las pymes han optado por el precio. Los grandes no, incluso rechazan los precios demasiado bajos por no fiarse de la calidad de

### Al detalle

#### Y A LAS SEIS, CONTESTADOR Y TODOS A CASA

Aunque reconoce que la paternidad le ha hecho más sensible a la conciliación –tiene una niña de un año y medio–, desde hace cinco años la empresa tiene como principio de gestión el teletrabajo. Y un horario a rajatabla que se cumple y que recuerda al de otros países que no son precisamente el nuestro. “Trabajamos de ocho a cinco. A las seis están obligados a irse y entonces encendemos el contestador”, dice. Al principio confiesa que temía la reacción de los clientes. “Pero ese miedo se me ha quitado. El trabajo no es más que un medio, y esto no es cuestión de horas”, añade.

lo que se le ofrece”, comenta. Áudea tiene, como las boticas, de todo: clientes que son pymes y grandes como Hugo Boss, Prisa, Nintendo, Sanitas y Telefónica, entre otros.

¿Pero en qué consiste el trabajo de esta consultora? “Antes la seguridad informática se entendía como una serie de *firewall*, de antivirus... pero la seguridad de la infor-

mación tiene una parte técnica y otra de procedimiento”, dice. La suma, añade, de tres patas: jurídica, gestión e informática.

Un servicio “integral” que ha tenido resultados: 20 personas en plantilla y 1,2 millones de facturación el año pasado. “Nos ha favorecido tener la idea primero y una innovación constante. No tenemos que envidiar a las grandes. De hecho, muchas de ellas nos subcontratan”, comenta.

### Crisis financiera y de valores

Sánchez no cree que el tamaño importe; en todo caso, asegura que a ellos les favorece. “Hay mucho más compromiso en las empresas pequeñas. Tengo gente que se desvive”, cuenta. Porque Jesús Sánchez empieza la entrevista hablando de protección de datos pero acaba con un discurso humanista y de valores que intenta aplicar a su empresa: “Me llaman utópico, pero creo que esta crisis no es solo financiera, sino de valores. Pido gente honesta, sincera y responsable. El que no sea así no tiene hueco en mi empresa, y me he llevado muchos chascos en estos años. Pero creo que si se trabaja así, los proyectos acaban saliendo. Al fin y al cabo, no es tan complicado gestionar una empresa”.

**@ Más información**  
relacionada con este tema en  
[www.eleconomista.es](http://www.eleconomista.es)

## Mercedes-Benz Fashion Week aporta encanto a un sector en recesión

Algunos diseñadores han renunciado a desfilarse en Cibeles por motivos económicos

### Paloma Bulnes

MADRID. Durante estos días se está celebrando la pasarela Cibeles, este año bautizada bajo el nombre de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid. La 55 edición acoge a 44 diseñadores y marcas que muestran durante cuatro días sus propuestas al público para el próximo otoño-invierno 2012-2013. Pero por desgracia y al igual que ocurre en otros muchos sectores, al mundo de la moda le ha salpicado duramente la crisis con una bajada del 6 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior.

Hace menos de una semana que Amaya Arzuaga –una de las diseñadoras preferidas de la exministra de Cultura Ángeles González Sindechaba el cierre a su tienda del madrileño barrio de Salamanca. Arzuaga ha decidido abrirse nuevos caminos y probar suerte en París, ciudad por excelencia del *prêt-à-porter*. Eso sí, la diseñadora burgalesa sigue desfilando con AA de Amaya Arzuaga, su línea joven de moda.

Adolfo Domínguez ha tenido que renunciar a desfilarse en la prestigiosa pasarela por la crisis, y lo peor es que ya ha cerrado 46 locales. El diseñador gallego actualmente se encuentra centrado en la internacionalización de su marca.

Javier Larrainzar, Alma Aguilar y Nicolás Vaudelet también han tenido que renunciar a desfilarse en la pasarela madrileña.

Otros como el gran maestro Elio Berhanyer, además de bajarse de la pasarela, se ha visto obligado a cerrar todos sus establecimientos, al igual que Carmen March. Los sevillanos Victorio & Lucchino, dise-

### La cifra

# 3

**MILLONES.** Son los euros de presupuesto de las anteriores ediciones de Cibeles. Además, la aportación de Ifema (Ayuntamiento de Madrid, Comunidad de Madrid, Cámara de Comercio y Caja Madrid) cae drásticamente del 70 por ciento de las últimas ediciones a un 35 por ciento. Los patrocinadores son los que han conseguido tapar ese ‘agujero’.

ñadores del vestido de novia de la duquesa de Alba, sufren la crisis desde el año 2008, y han tenido que cerrar en la milla de oro madrileña y este verano, su tienda en la capital hispalense.

Kina Fernández entró hace un año en concurso de acreedores y acaba de salir. El diseñador de moda del momento, Juanjo Oliva, también ha cerrado su tienda en Núñez de Balboa y se mantiene en su taller de la calle Orfila.

Pero no todo son malas noticias para este sector. Por primera vez una firma de joyería se cuelga en la prestigiosa pasarela. La marca Aristocrazy, fundada en 2010 por la firma Suárez, levanta pasiones con sus modelos inspirados en piezas tamaño XXL.

Quizá la solución a esta crisis sea especializarse en un tipo de prendas, como el caso de Maya Hansen y sus famosos corsés, o realizar colaboraciones con otras marcas, como hace Miguel Palacio con Hoss o Pedro del Hierro con Cortefiel. Otros como Roberto Torreta han decidido sacarle partido a la crisis vendiendo en las esquinas estratégicas de El Corte Inglés.

## Los concursos empresariales aumentan un 17% en enero

### L. R. G.

MADRID. En el mes de enero se han registrado un total de 489 concursos empresariales, lo que supone un incremento del 17 por ciento con respecto a los datos recabados en el mismo mes del pasado año. Así lo indican los datos obtenidos en el *Estudio sobre Evolución Mensual de Concursos* publicado por Informa D&B.

Entre las poblaciones que han formulado más concursos se encuentra Cataluña (108), Madrid (72) y Valencia (66), comunidades autónomas que juntas suman la mitad de todos los concursos iniciados en España, concretamente el 22 por ciento, 15 por ciento y 14 por ciento respectivamente. Por sectores, la construcción es el grupo que más concursos generó en el primer mes de este año.