N

os parece natural que las empresas tengan períodos contables anuales, generalmente terminados en 31 de diciembre. Este es el efecto del artículo 34 de la [Ley 222 de 1995](http://www.javeriana.edu.co/personales/hbermude/leycontable/contadores/1995-ley-222.doc) en el cual se lee: “*A fin de cada ejercicio social y por lo menos una vez al año, el 31 de diciembre, las sociedades deberán cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general, debidamente certificados. Tales estados se difundirán junto con la opinión profesional correspondiente, si ésta existiere* (…). Consecuencialmente, según el artículo 422 del [Código de Comercio](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102), “*Las reuniones ordinarias de la asamblea se efectuarán por lo menos una vez al año, en las fechas señaladas en los estatutos y, en silencio de éstos, dentro de los tres meses siguientes al vencimiento de cada ejercicio,* (…)”.

Dichas normas generan una estacionalidad, que tiene importantes consecuencias en el comportamiento económico de las organizaciones y en la demanda de servicios de revisoría fiscal. Esto no se ha estudiado a fondo en nuestro país. Investigaciones hechas en otras jurisdicciones, como el elaborado por Hooi Ying Ng, Per Christen Tronnes y Leon Wong, titulado [*Audit seasonality and pricing of audit services: Theory and evidence from a meta-analysis*](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0737460717300800) (Journal of Accounting Literature, Volume 40, June 2018, Pages 16-28), concluyen: “(…) *At the most fundamental level, the non-uniform client distribution of fiscal year-ends throughout the calendar year leads to seasonal variation in the manifestation of audit demand and supply. From an auditor’s perspective, the calendar year may be divided into a busy season and an off-season. Consistent with our economic theoretical framework, the busy season leads to increased audit demand but constrained and inelastic supply, which in turn increases the price of audit services. ―By conducting a meta-analysis of existing empirical studies that use an audit fee model calibrated on data from U.S. public companies, we find that ceteris paribus the audit busy season is associated with an approximately 10% increase in average audit fees. We consider this to be an economically significant audit fee premium. A meta-regression of the estimated busy season effect size and the contextual differences in research design between studies show that examining only Big N in the studies attenuates the busy season effect size but does not eliminate it, and that the busy season effect size might have increased post-SOX. Our results should be of interest to both audit clients and researchers who may be interested in the effect and fee premiums associated with seasonality.*”

En Colombia ciertamente experimentamos temporadas. Los meses de diciembre y enero son de mucho trabajo. Febrero y marzo es época de conseguir o mantener clientes. Viene luego la contratación para completar los equipos de auditoría. Muchos socios toman vacaciones hacia medio año. Otro pico es el tiempo de presentación de las declaraciones de renta. Muchos comienzan las auditorías en agosto. Todo esto debería ser estudiado porque en ello está la explicación de muchas conductas que sorprenden a algunos.

*Hernando Bermúdez Gómez*