M

uchos quieren que se reforme la ley que rige la profesión contable en Colombia. La mayoría lo hace pensando en la auditoría. Otros quieren que se modifiquen los órganos de la profesión contable, es decir el CTCP y la JCC. Se oyen muchas voces pidiendo cambios en materia de la revisoría fiscal. Hay varios descontentos sobre las normas contables aplicables a pequeñas empresas. Muchos no significan la mayoría. Esta es silenciosa.

El problema fundamental es que las personas quieren que las leyes les convengan. No piensan en el interés general.

El segundo problema es que rara vez hay propuestas de fondo, porque no se hacen estudios de las mejores prácticas ni se investiga sobre la conveniencia de aplicar uno u otro tratamiento.

En los pasados años se aprobó una profunda reforma de la auditoría de cuentas en Europa, que finalmente fue incorporada por todos los países de la Unión. Tenemos una gran variedad de expresiones modernas para estudiar, así como está a nuestra disposición la literatura académica preparada antes y después de la reforma. Es como una cantera de varios minerales preciosos.

Según la profesora [Marleen Willekens](https://www.accountancyeurope.eu/audit/study-on-eu-statutory-audit-reform/), “*The study finds that although the concentration did decrease in almost half of the Member States, the aggregate EU market concentration did not change significantly after the Audit Reform. ―However, Professor Willekens pointed out that at the same time, competition in the audit market had increased. The study’s results suggest an increase in rivalry and market share mobility, i.e. more clients switched auditor and the non-Big 4 auditors gained market share compared to the situation before the Audit Reform. These effects were stronger in the financial sector compared to the total market.*”

El monopolio ha sido reiteradamente mencionado como uno de los males de nuestro mercado. En realidad, el país está muy segmentado y cada parte de él tiene unos dueños. Es decir: los grandes sirven a los grandes, los medianos a los medianos, los pequeños a los pequeños. Hay pequeños queriendo ser medianos y algunos de estos buscando ser grandes. Al igual que en el plano internacional, las empresas grandes superan en mucho a las medianas y estas a las pequeñas, por lo que pasar de un segmento del mercado a otro es muy difícil.

El mercado no se mueve al influjo de la libre competencia porque los contratantes de los servicios no les interesa un mercado abierto. Son montones los casos en los cuales solo se invita a unos; todos los demás tienen que quedarse con las ganas. Más de un pliego está pensado para favorecer a quienes cumplen cierto perfil, a veces inalcanzable por la mayoría. Hay condiciones que no son razonables de cara al servicio que se quiere contratar. Como pedir que todos los miembros de un equipo dominen tres idiomas. En el inmediato futuro hay que idear fórmulas claras y justas que permitan un mercado abierto, sin roscas.

*Hernando Bermúdez Gómez*