A

nte las más recientes quiebras en el ámbito del Reino Unido se volvió a presionar por la separación de los servicios de auditoría de todos los demás, buscando así una mayor independencia de ellos respecto de los socios de otras prácticas. Varios tuvieron esperanza de que esta línea de pensamiento resultara triunfante ante el anuncio del Proyecto Everest por parte de EY. Pero hoy su desilusión es grande porque se ha anunciado el abandono de él. Ya se verá en el futuro qué se hará. Por ahora hemos oído que la firma prescindirá del 5% de su plantilla en los Estados Unidos de América, principalmente de su área de consultoría. Se puede dirigir una firma con el propósito de generar mayores dividendos para sus socios, o con el objeto principal de engrandecerla, fortalecerla, para que ocupe los primeros puestos dentro de su línea de trabajo. En Colombia sabemos de muchas firmas que podrían haber sido admirables, pero que nunca crecieron lo suficiente porque sus recursos salieron de la empresa hacia sus socios. Se ha sostenido que los servicios de consultoría terminarán por opacar a los de aseguramiento. Como se sabe estos últimos son distintivos de los contadores, cosa que no caracteriza a los otros. Un eventual abandono de la auditoría, mirando las cosas al revés, podría convertir a las firmas en otro tipo de organizaciones. En Colombia varios tuvieron y tienen aspiraciones en materia de la expansión de la profesión, pero sus deseos no han pelechado ante los criterios que ponen en primer lugar a los dueños y no a las propias organizaciones. Está muy claro que cuestiones básicas como la investigación requieren de muchos recursos que solo los grandes pueden disponer. También es diáfano que los profesionales no pueden esperar mejores remuneraciones mientras se dedican a labores técnicas, como está sucediendo con muchos. Otros quieren hacer dividir las firmas sin advertir que ello puede implicar un debilitamiento profesional. Más bien deberían procurar lo contrario. En varias profesiones se reproduce el triángulo demográfico de manera que hay muchos muy pequeños y poquísimos grandes. Así sucede en la contaduría. La forma de crecer no es cultivar odio respecto de los grandes, sino definir qué cosas deben ser imitadas y cuáles no. Observamos que en las empresas pequeñas hay una tendencia a conseguir muchos clientes, aunque sin cuidar la calidad. Se dice que las exigencias de ésta son muy costosas. Así las cosas, se privilegian fábricas de estados financieros, procesamiento de contabilidad, nómina, inventarios, etc., en forma tal que el volumen es la clave de la productividad. Con más de un millón de empresas no parece que tengamos exceso de contadores inscritos. Pero, en cambio, si es excesivo el número si lo concebimos solo para asuntos técnicos. Lo que tenemos que hacer es lograr que los servicios del área contable sean cada vez más visibles, más útiles y, consecuentemente, mejor remunerados. Hay que concebir nuevos productos, con nuevos empaques, con diferentes formas de mercadeo, cuyas ventajas sean evidentes para los empresarios. Asumir las cargas del Estado, que implican muchos gastos que son impuestos, no es el camino para tener un conjunto satisfecho de clientes.

*Hernando Bermúdez Gómez*