L

eímos en el [blog de la Association for Accounting Marketing](https://accountingmarketing.org/a-marketers-road-map-to-driving-sales-culture-key-tips/), “*Angel introduced a business development “Pyramid of Success,” a framework for building a business development culture, that includes Leadership Support, Participant Directives, Mindset, Tactical and is topped off by something near and dear to all of our hearts, Increased Revenue.*” Las firmas de contadores son verdaderas empresas, cuyo éxito depende de varios factores. Recientemente nos hemos ocupado de la necesidad de hacer constantes inversiones que permitan a la entidad mantenerse en la frontera del desarrollo, especialmente en cuanto alude al conocimiento de la tecnología utilizada por los clientes y a la apropiación y uso de la tecnología que mejora la prestación de los servicios. Hoy queremos ocuparnos de otro factor, que a veces se nos antoja como el principal, que tiene que ver con la gestión de los recursos humanos. Ya sabemos que hay que atraer y retener personas competentes para asumir los servicios que ofrecemos, lo cual supone muchos espacios de constante formación y el aumento correspondiente de su remuneración. Además, que es lo que se destaca al principio de esta nota, es necesario crear y aplicar un plan de actuación de las personas que produzca el éxito de la organización y, al mismo tiempo, el de sus funcionarios. No es tan sencillo como preocuparse porque cada servicio tenga calidad. Es necesario que las personas tengan objetivos bien lejanos, con respecto a los cuales siempre estén trabajando. Hay que hacer de ellos una fuerza cohesionada e incontenible que logre desarrollos precisos. Claro que hay clientes con demandas, pero es mejor que la firma ofrezca servicios nuevos que llamen la atención de los clientes y los convenzan de acudir a ellos para aumentar su crecimiento y desarrollo. Hay que trabajar varios años para poder llevar al mercado productos novedosos, que no se logran por soñarlos o desearlos. No se puede improvisar, ofrecer lo que aún no sabemos llevar a la práctica, estar en incapacidad de garantizar la calidad. En otras palabras, varias veces usadas por nosotros: el éxito de los clientes es el éxito de las firmas. La formación del pregrado es apenas intermedia, si se hace bien. Si se hace mal no logra sus cometidos, razón por la cual por todos lados tenemos técnicos y tecnólogos en contabilidad, aunque tengan diploma de profesionales. Además, la ciencia, la tecnología y la técnica contable se desarrollan permanentemente como también lo hacen los clientes. Si no se mantiene un ritmo alto de educación, el practicante irá perdiendo terreno, convirtiéndose en un ancla que imposibilita el mejoramiento de sus clientes. Sabemos que con el paso del tiempo a los seres humanos se nos hace más difícil mantener el ritmo, por lo que necesitamos un flujo constante de nuevos compañeros, que sepan aprovechar la experiencia de los mayores y los ayuden a estar al día. No como vemos en muchas firmas, en las cuales los adultos mayores mandan, pero ya no estudian. El aprendizaje de la administración de los recursos humanos necesita tener un espacio en los pregrados. Por eso para el IAESB debemos ocuparnos de Business strategy and management (Intermediate).

*Hernando Bermúdez Gómez*