A

lo largo de los años las grandes firmas de contadores han querido encontrar otras fuentes de ingresos, distintas de la auditoría, que es sumamente riesgosa, en la consultoría, lo cual ellas van logrando poco a poco, sin que por ello hayan abandonado la auditoría de los mercados de valores, en lo que frecuentemente se les inspecciona y en ocasiones se les castiga. Según el resumen que antecede al artículo escrito por Michael J. Mowchan, titulado [*Do accounting firms change strategy through office managing partner appointments? Evidence from the U.S*](file:///C:\Users\hdobe\Dropbox\Mi%20PC%20(LAPTOP-SSPTUC37)\Documents\hbg\borradorescontrapartida\doi.org\10.1016\j.aos.2023.101442)*.*, publicado por *Accounting, Organizations and Society* Volume 108, July 2023, 101442, “*Consulting services have returned to prominence among Big 4 accounting firms in the United States. I find that this shift did not happen unexpectedly, but as a result of changes in audit firm leadership and culture. Specifically, I document that the U.S. Big 4 firms have recently appointed an increasing percentage of advisory office managing partners (OMPs). Using a generalized difference-in-differences design, I find an increase in non-audit services (NAS) and decrease in audit quality among audit clients following advisory OMP appointments, particularly after an audit predecessor. Additional analyses suggest that consulting firm acquisitions, office-level NAS, and non-audit hiring practices also increase following advisory OMP appointments. Importantly though, I find that the NAS and audit quality effects following advisory OMP appointments are stronger when these other initiatives have not yet materialized in the office and appear somewhat muted when these shifts have already occurred. Consistent with expectations, supplemental tests reveal that the effects of advisory OMP appointments are more pronounced in small audit offices and when clients purchase more NAS or have weaker audit committee oversight. Overall, these results suggest that OMP appointments play a prominent role in setting culture and executing strategy within an audit office.*” Según este autor, la consultoría ha aumentado pero la auditoría ha perdido calidad. Esto es un mal resultado, porque el prestigio puede ser más importante que la rentabilidad. Por lo menos hasta ahora el aseguramiento es el servicio que más distinción aporta. En Colombia el mercado de servicios a precios internacionales es muy pequeño. A precios nacionales tiene el problema de que no genera flujos de fondos constantes, o frecuentes. Los empresarios colombianos quieren resultados a muy corto plazo, cuando ciertas estrategias empresariales son proyectos de largo aliento. La falta de conocimiento de las industrias y sus mercados es más evidente en los servicios de consultoría. En estos se requieren personas de mucha experiencia, que usualmente no están en las firmas. Los auditores dicen que conocen mucho los negocios, pero esto no es cierto salvo que sus ojos evalúen íntegramente las organizaciones. Sin embargo, es clarísimo que las firmas de contadores son hoy principalmente firmas de servicios empresariales, calidad que supone una amplia gama de consultoría en disciplinas financieras y no financieras. Por lo tanto, la formación inter, multi, transdisciplinaria es hoy fundamental.

*Hernando Bermúdez Gómez*