E

n un reciente artículo de Kirsty McGregor, Presidente de la Red de Finanzas Corporativa en [Accounting Web](https://www.accountingweb.co.uk/community/blogs/kirsty-mcgregor/is-proactive-client-communication-the-way-to-go), leímos: “*Si bien los contadores inevitablemente dedican la mayor parte de su tiempo a sus clientes de mejor calidad, la oportunidad más amplia radica en aquellas empresas que pueden recibir apoyo para ser más estables y resistentes, simplemente centrándose en su puntaje crediticio. Amy Cotton, de Capitalise, compartió que el 40% de los clientes de su plataforma tenían una puntuación crediticia de D o inferior. Esto significa que el 40% no será financiable si necesita financiamiento externo, o no podrá obtener nuevos contratos, como una nueva tarifa de energía. ―Pero mientras que a algunos clientes les resulta más difícil las cosas, otros siguen aprovechando oportunidades como adquisiciones o inversiones de capital. Emma Birchall de JS (Jackson Stephen) dijo que están alentando a más empresas a tener información financiera actualizada para que puedan tomar decisiones informadas para producir cuentas de administración mensuales. "Tener reuniones trimestrales de estrategia en las que puedan resaltar las variaciones clave y revisar las proyecciones les da a los dueños de negocios la confianza para comprender el impacto en efectivo que tendrán las decisiones", dijo. ―Las empresas jóvenes no se ponen en contacto con los contadores lo suficientemente pronto para pedir consejo, según Wendy Smith, que trabaja en el programa Innovate UK Edge. "Pasan mucho tiempo concentrándose en su tecnología y en la investigación y el desarrollo, pero por lo general necesitan más apoyo para comprender su situación financiera", dijo. "Pueden evidenciar que cuando las empresas trabajan con contadores que pueden explicar lo que está sucediendo de manera que puedan entenderlo, tienen muchas más posibilidades de tener éxito"”.* De tiempo atrás se cree que los contadores son muy buenos consejeros de negocios, basándose, precisamente, en la información. Sin embargo, los que se han dedicado al cumplimiento, a diligenciar formatos para enviar información a terceros, principalmente entidades del Gobierno, tienen dormida esta competencia. A punto de regímenes jurídicos, como el contable, el laboral, el tributario, no se puede ayudar a las empresas a prosperar. Para esto no se hacen las leyes. Los contadores tienen que apoyarse más en la economía y en la administración, que en el derecho. Y deben buscar nuevas tecnologías principalmente en las actividades que generen desarrollo, más que cumplimiento. Este es importante, pero no ayuda a obtener ingresos. Es normal que los empresarios no difundan su situación. Si les va bien para que no los identifiquen y si les va mal para que no los molesten. Hay una pérdida de integridad que se traduce en menos transparencia. En este sentido los contadores son unos privilegiados porque generalmente los dejan acceder a toda información. Pero no se trata de reunirla, ni de aprendérsela de memoria, sino de analizarla para sacar de allí ideas que otros no han tenido. Estamos algo acostumbrados a ciertos análisis sobre cifras financieras. Ahora debemos sacar conclusiones sobre datos no financieros. Los mejores analistas cogerán la delantera.

*Hernando Bermúdez Gómez*