

Perspectivas para las firmas pequeñas y medianas de contadores públicos

C.P.C. José Luis Elizondo Cantú

Director General del Despacho Elizondo Cantú, S.C.

Los tiempos actuales se caracterizan por la rapidez de los cambios y la necesidad de adaptarse a ellos en el menor tiempo posible. Los cambios económicos, jurídicos y sociales representan retos profesionales y respuestas personales.

Es de esperarse que la dinámica de las mutaciones internacionales y los tratados de libre comercio que celebra nuestro país acentúen estos cambios. Ante esta situación, y con deseos de estar preparados a futuro inmediato, las firmas pequeñas y medianas de contadores públicos deberían tomar en consideración los siguientes aspectos:

1. De la firma

- 1.1. Las firmas pequeñas y medianas deberán definir su misión, es decir, los propósitos que pretenden alcanzar en relación con sus socios, personal y actividad profesional en la comunidad. Involucrarán a todo su personal en la determinación y conocimiento de su misión.
- 1.2. Establecerán por escrito las políticas de la firma en todos los aspectos, es decir, en la administración personal y de ejercicio profesional.
- 1.3. Darán especial énfasis a estandarizar el servicio profesional.
- 1.4. Otorgarán más tiempo a la planeación en aras de reducir el tiempo de ejecución.
- 1.5. Darán énfasis al principio de identidad (imagen de la firma, papelería, maletines, logotipo, etcétera).
- 1.6. Darán atención a la imagen del personal y de las instalaciones de la firma.
- 1.7. Deben intentar asociarse con una firma internacional o establecer alianzas con firmes que amplíen servicios o extiendan territorios.

2. Del socio o socios.

Los socios de las firmas pequeñas y medianas se verán obligados a las siguientes actividades:

2.1. Capacitación y desarrollo.

- 2.1.1. Asistirán y participarán en conferencias técnicas y cursos no técnicos, como oratoria, técnicas de supervisión, asertividad, personalidad, liderazgo, etcétera.

- 2.1.2. Laborarán en actividades docentes (universidades, colegios, etcétera).
- 2.1.3. Dedicarán tiempo a la lectura formal de aspectos técnicos y del acontecer nacional e internacional.
- 2.1.4. Participarán activamente en comisiones profesionales dentro de organismos profesionales y asociaciones de especialistas.

2.2. Actividades promocionales

Los socios no sólo se concretarán a realizar actividades promocionales con los clientes actuales, sino también con clientes prospectos, con aquellos que fueron clientes e incluso con los que no pudieron ser clientes por diferentes motivos.

2.3. Actividades institucionales

Al respecto sería aplicable la máxima de Theodore Roosevelt: “*Que cada hombre dé algo de su tiempo para el desarrollo de la profesión a la que pertenece*”.

Efectivamente, los socios de las firmas pequeñas y medianas se verán más involucrados en actividades institucionales a nivel local, regional y nacional.

2.4. Del tiempo

Respecto al tiempo, los socios de las firmas pequeñas y medianas de contadores públicos desarrollarán “el arte de administrar el tiempo”, apoyándose en lo siguiente:

- 2.4.1. Utilizarán la agenda para optimizar el uso del tiempo.
- 2.4.2. Llevarán un control de tiempo asignado a los clientes y otras actividades.
- 2.4.3. Tendrán una actitud positiva en la delegación de actividades.
- 2.4.4. Designarán mayor tiempo a la administración general de la firma.
- 2.4.5. Darán atención a los asuntos importantes y no a los urgentes.
- 2.4.6. No deberán realizar ninguna actividad que puedan y deban efectuar sus subordinados.
- 2.4.7. Los socios dedicarán tiempo diariamente al ejercicio físico, a la lectura, a meditar cómo ser mejores y a planear las actividades del día siguiente.

3. De la administración

Del aspecto administrativo en la firma se dará atención a lo siguiente:

3.1. En contabilidad

- 3.1.1. Se formalizará la contabilidad de la firma y se prepararán estados financieros adecuados para conocer los márgenes de utilidad por servicios.
- 3.1.2. Se establecerán estadísticas de ingresos y cobranzas mensuales.
- 3.1.3. Se formularán reportes diarios de cobranza y de saldo en bancos.

- 3.1.4. Se desarrollarán sistemas computacionales para la emisión de recibos de honorarios, cobranza y formulación de cheques.

3.2. Instalaciones

- 3.2.1. Las firmas se verán obligadas a invertir en instalaciones funcionales.
- 3.2.2. Se dará énfasis a la limpieza y al orden.
- 3.2.3. El área de archivo adquirirá relevancia.
- 3.2.4. Se uniformará el equipo computacional.

3.3. Control.

- 3.3.1. Se establecerán reportes de asistencia.
- 3.3.2. Se implantarán reportes del trabajo realizado.
- 3.3.3. Se establecerán reportes de llamadas telefónicas recibidas.
- 3.3.4. Se establecerán reportes de visitas de clientes, proveedores y otros.
- 3.3.5. Se implantarán reportes de avance de trabajo.
- 3.3.6. Se establecerán reportes de control para el seguimiento de actividades, delegadas o de requerimientos de servicios a clientes.

4. Del personal

- 4.1. Se dará especial énfasis en la técnica de reclutamiento, selección y contratación de personal.
- 4.2. Se implantarán manuales de personal.
- 4.3. Se llevarán reportes de trabajo del personal.
- 4.4. Se formularán evaluaciones del personal.
- 4.5. Se elaborarán informes de tiempo asignado.
- 4.6. Se capacitará por grupos o por equipos en los que todos participarán adquiriendo todo el personal- y no sólo unos cuantos- habilidades y confianza en sí mismos.
- 4.7. Despues de la capacitación por equipos o grupos se dará capacitación de la firma al personal de los clientes con todo el personal de la compañía y con los mejores expositores.
- 4.8. Se reducirán los costos de capacitación mediante la utilización de videos con temas técnicos.
- 4.9. Se capacitará al personal en idiomas y en temas no técnicos como: oratoria, reglas de etiqueta social, personalidad, valores, comunicación, etcétera.

5. Del aspecto humano.

- 5.1. Se dará énfasis a la organización de un solo nivel (llamado en desarrollo organizacional, organización económica) donde todo el personal que labora en la firma tiene la calidad de compañero y en donde nadie tiene más autoridad que otro ni más importancia, y la jerarquía sólo se aplica extra organigrama para efectos del desarrollo del trabajo.

- 5.2. Adquirirá importancia capital la justa distribución entre todo el personal de la firma.
- 5.3. La continuidad de la firma dependerá primordialmente de la unidad y armonía de todos sus miembros.
- 5.4. Se buscará necesariamente fomentar el respeto y las buenas intenciones entre todo el personal.
- 5.5. Se eliminarán a la brevedad posible las diferencias y problemáticas que se presenten entre el personal.
- 5.6. Se pondrá énfasis en lograr que los objetivos individuales de su personal coincidan con los de la firma.
- 5.7. Se fomentará la interrelación equilibrada del personal.
- 5.8. Se apoyará incondicionalmente el crecimiento personal y profesional de todos los colaboradores.
- 5.9. El crecimiento de la firma dependerá no sólo de la capacitación técnica, sino en gran medida de la mejora sensible de las actitudes de su personal.
- 5.10. Se fomentará la confianza entre el personal, usándose el nombre en lugar del apellido, precedido de la palabra señor.
- 5.11. La capacitación deberá lograr hacer de cada elemento de la firma un líder.
- 5.12. La capacitación se dirigirá a desarrollar la auto-confianza de todo el personal.
- 5.13. Se realizarán los logros y se minimizarán los errores.
- 5.14. Se respetarán las diferencias espirituales y se fomentará la frase: “Es posible vivir la vida con armonía”.

6. Otras consideraciones.

6.1. De la ética profesional

A corto plazo nuestro código de ética profesional tenderá a una mayor flexibilidad y a sufrir rápidos y contrastantes cambios. A largo plazo se minimizará pues su normatividad será la conciencia y la práctica común de todos los agremiados. (Incluso en materia de publicidad en servicios de dictámenes.)

6.2. De la interacción profesional.

Tendrán por ello la capacidad de trabajar conjuntamente con los profesionales de otras firmas en el mismo proyecto y para la misma empresa, ya que los empresarios querrán oír o sentirse respaldados por más de una opinión profesional.

6.3. De la tecnología.

Las firmas pequeñas y medianas deberán analizar con mucha atención el pensamiento de Alvin Toffler: “*Se deberá apresurar la llegada controlada y selectiva de las tecnologías del mañana. Se requerirá un conocimiento espontáneamente aplicado*”.

6.4. Del libre mercado.

Los socios de las firmas pequeñas y medianas entenderán que cuando un cliente se pierde no es que nos lo quite otra firma, sino que tal es la decisión del cliente (derecho que le asiste). El cliente no es exclusivo de alguien, es de quien le da servicio.

Algunas de estas consideraciones son una realidad en las grandes firmas internacionales de contadores públicos, pero para las pequeñas y medianas firmas ¿serán estas consideraciones una perspectiva adecuada?, ¿llegarán a ser una realidad?, ¿una necesidad?, ¿a corto o largo plazo?, ¿dependerá la existencia de las firmas pequeñas y medianas?