

10 MEDIDAS PARA UNA GESTIÓN DE RIESGO EFICIENTE DE UNA FIRMA

Este es el segundo artículo de la serie sobre gestión de riesgo e incluye 10 medidas para una gestión de riesgos de éxito. El primer artículo, titulado *8 medidas para establecer un programa de gestión de riesgos en una firma* destacaba los beneficios y pasos a dar para poner en marcha un programa de gestión de riesgo y el tercero se centrará en la planificación de la continuidad del negocio y en las estrategias para mitigar los riesgos. Los artículos son el resultado del análisis que se ha llevado a cabo durante las últimas reuniones del **Comité de PYMFA de IFAC**, el cual reúne a profesionales de todo el mundo para compartir sus puntos de vista, así como el contenido y material de la **Guía de Gestión de Pequeñas y Medianas Firms (PM Guide)**, la cual contiene un capítulo dedicado a la gestión del riesgo en el que incluye aspectos relacionados con la profesionalidad y la ética, el encargo del cliente, el control de calidad, la planificación de la continuidad del negocio y la recuperación en caso de desastre.

Empieza con un proceso de selección de calidad

1 El proceso de selección de la firma debería atraer a empleados de alto nivel, fiables, honestos y con las habilidades técnicas requeridas. También se debería prestar atención a las “habilidades sociales” incluido unas buenas habilidades de comunicación y la capacidad de trabajar en equipo, lo cual ayuda a generar firmas de alto rendimiento. Se deben seleccionar y contrastar las referencias de los candidatos preseleccionados y cualquier oferta de trabajo debería estar condicionada a la verificación satisfactoria de las referencias profesionales y académicas.

Asegúrate de que tus empleados están debidamente capacitados

Unos buenos programas de formación proporcionan a los empleados las habilidades técnicas y comunicativas adecuadas, así como otras habilidades iniciales importantes. Les han de mostrar cómo llevar a cabo un trabajo de alta calidad, describir las habilidades comunicativas esenciales y reforzar la necesidad de aplicar un enfoque profesional en su trato con clientes y con los miembros del equipo. La PM Guide incluye un capítulo, *El poder de las personas: desarrollo de una estrategia de personal*, que abarca temas de liderazgo, dirección y retención de talento, reconocimiento, formación y desarrollo.

2

No delegues tareas por encima de los niveles de capacidad

3 La delegación es esencial para permitir el desarrollo sostenido de la firma. Una buena delegación implica que las tareas solo se delegan a empleados capaces de gestionarlas. Una delegación eficiente implicará una ligera extensión de las habilidades profesionales del empleado, mientras que el gerente o socio le guía a través de los aspectos nuevos o menos familiares de ese trabajo.

Asegúrate de que los empleados están al tanto de los sistemas y de los procedimientos estándar

Sin unos procedimientos adecuados, el equipo puede no tener unas orientaciones claras y precisas para trabajar. En consecuencia, se puede poner en riesgo la reputación de la firma y perder la confianza de los clientes. Los sistemas y procedimientos son parte integral del enfoque de gestión de la calidad de la firma.

4

Ten un procedimiento para identificar las debilidades o los problemas en los sistemas

5 Cada miembro del equipo debería revisar si existen deficiencias en los sistemas. Si se identifica una deficiencia, problema o debilidad, debería informarse de ello al director de la firma o al socio pertinente para que se trate y resuelva.

Utiliza procesos de revisión adecuados

Debería existir un proceso de revisión de todas las tareas finalizadas. Esto es esencial tanto para el personal de rango superior y los socios así como para los empleados de rango intermedio y recién incorporados. Cualquiera comete errores y la mejor forma de evitar problemas que pueden surgir es tener un sistema de revisión. Ello permite que otros ojos revisen todo el trabajo, identifiquen errores y los corrijan antes de que salga de la oficina un material incorrecto.

6

Mantén un rango adecuado de honorarios

7 Identifica el “cliente ideal”. Pueden ser aquellos que utilizan un amplio abanico de servicios de la firma, no discute los honorarios y es agradable trabajar para él. La firma debe construirse alrededor de estos clientes.

Cada firma tiene sus grandes clientes, Sin embargo, vigila tu resistencia a dejar que un cliente o un pequeño grupo de clientes domine la facturación de tu firma, ya que, si se van por cualquier motivo, tu firma puede quedar expuesta. Cuando un único cliente domina la clientela también existe el riesgo de que los empleados se vean influidos sin motivo por las demandas de ese cliente.

Ten un seguro adecuado

Todos los principios descritos anteriormente son, de alguna forma, un seguro de accidentes. Sin embargo, la firma también necesita tener políticas de aseguramiento para su protección. Los riesgos son muchos, por ejemplo, un incendio de la oficina o una reclamación de indemnización contra la firma. Las primas ofrecen cierta protección, pero no cubren la firma de cualquier pérdida. Aunque sea obvio decir que la mejor manera de protegerse es evitar el problema, sigue siendo prudente tener políticas de aseguramiento.

8

Haz copias de los sistemas tecnológicos y de los registros

9 La necesidad de copias de seguridad de sistemas y registros es crítica. Por ejemplo, considera tener un servidor exclusivamente para hacer copias de seguridad de los archivos principales o sistemas de copia en la nube. De manera periódica, haz una prueba de recuperación para ver qué pasa y comprueba qué pasaría si la firma necesitara restaurar o reemplazar un servidor o una pieza clave del equipo. Para un mayor análisis puedes ver *Desarrollo de una estrategia en tecnología*.

Mantente al día de las orientaciones sobre privacidad y confidencialidad de clientes

Por último, la capacitación profesional pone gran importancia en la necesidad de mantener la confidencialidad sobre la información empresarial. Cumplir con el espíritu y la letra de los diversos requerimientos (éticos y/o legales) sobre la confidencialidad del cliente y la seguridad de la información privada es ahora un hecho de la vida empresarial. Asegúrate de que el equipo esté al tanto del alto deber de diligencia que se requiere.

10



“Este artículo apareció originalmente en [la web de IFAC](#). Visite la Gateway para encontrar contenido adicional sobre una variedad de temas relacionados con la profesión contable. Copyright agosto de 2019 por la Federación Internacional de Contadores (IFAC). Todos los derechos reservados. Utilizado con el permiso de la IFAC. Envíe un correo electrónico a permissions@ifac.org a fin de obtener permiso para reproducir, almacenar o transmitir este documento”.