



Buenas prácticas comunicacionales del contador público. Estudio de casos en micro y pequeñas empresas.

Ma. Macarena Suárez Blanco
Universidad Católica del Uruguay
contadoramacarena@gmail.com

Recibido el 15 de noviembre de 2018; aceptado el 29 de septiembre de 2019; Disponible en Internet el 11 de diciembre de 2019

Resumen

En este artículo se propone demostrar la relevancia que tiene la aplicación de las habilidades comunicacionales del contador público independiente en las micro y pequeñas empresas (mipymes) que administra y gestiona. Con este fin nos proponemos estudiar exhaustivamente bibliografía especializada de los últimos diez años en la temática e investigar estudios de casos y testimonios de contadores públicos en la zona de Maldonado; para comprender las necesidades y reacciones de los empresarios frente a la comunicación organizacional. Se desea saber si realmente el empresario necesita mejorar el manejo de la información y tener el apoyo de un profesional, que conozca y que su asesoramiento no conlleve costos extras, y cómo el contador puede adaptarse a esos requerimientos. En conclusión, se visualiza la relevancia de generar alianzas claves entre los dueños de estas empresas y este profesional, siendo este último un aliado vital para manejarse con competencia e innovación dentro del mercado.

Palabras claves: contador público, micro y pequeñas empresas, competencias, habilidades comunicacionales, sistemas de información contable.

Códigos JEL: M1, M4



Abstract:

In this article we propose to demonstrate the utility of the application of the communication skills of the independent public accountant in the micro and small companies that manage and manage. To this end, we intend to exhaustively study specialized bibliography for the last ten years in the subject and case studies and testimonies of public accountants in the Maldonado area; to understand the needs and reactions of entrepreneurs in the face of organizational communication. You want to know if the entrepreneur really needs to improve the handling of information and have the support of a professional, who knows and that his advice does not entail additional costs, and how the accountant can respond to their needs. In conclusion, the importance of generating key alliances between the owners of these companies and this professional is seen, the latter being a vital ally to handle competition and innovation in the market.

Keywords: public accountant, SME's, competences, communication skills, accounting information systems.

JEL codes: M1, M4

1. INTRODUCCIÓN



La revolución causada por la globalización se ha extendido a todas las organizaciones, la reducción de costos que conlleva manejar información concisa y de calidad para administrar las empresas ha logrado una transformación total. Más de un gerente o dueño de una empresa se ha cuestionado *¿cómo hacerlo?* Debido a que estos cambios han afectado su negocio de tres maneras: En primer lugar, han modificado las “reglas de juego” frente a la competencia, variando la estructura del sector. Asimismo las ventajas competitivas han presentado grandes transformaciones, por tanto la organización ha de re-inventarse para sobrevivir. Por último, los negocios han cambiado y se han originado nuevos negocios, para los cuales es vital actualizarse. Nadie duda que es un elemento de poder, quienes la atesoran y utilizan de forma correcta podrán insertarse más eficazmente en el mercado, ganando posicionamiento y mejorando la percepción de imagen que presentan los clientes o potenciales consumidores de la organización. (Villegas, 2012, pp. 7-31)

Por tal razón se ha convertido en un aliado primordial a la hora de planificar, organizar y controlar. (Ramírez, 2015, versión digital)

Para estas la comunicación equivale al sistema circulatorio de un animal, ya que permite que la sangre (en este caso sería la información) pueda llegar a todo el cuerpo (todos los lugares de la organización). En caso que no sea así, causará enfermedades que podrán llevarla a su fin. (Andrade, 2005, pp. 9-12).

Las micro y pequeñas empresas (en adelante mipymes) requieren un cambio cultural, el cual les permita crecer como organizaciones, debido a que estas al día de hoy realizan sus actividades para sobrevivir, sin considerar un incremento o ampliación dentro del mercado, por tal razón se espera que pasen de ser empresas que se organizan puramente por la visión y percepción de sus dueños o administradores, a ser empresas competitivas con perspectivas de expansión y crecimiento (Farfán, 2010, p. 353). No sólo las formas de gestionar la empresa se están re-definiendo a causa de los cambios planteados con anterioridad, sino todo el proceso de creación de productos y servicios (Porter, 2009, pp. 109-120).

Para muchas de estas empresas el profesional más cercano es el contador público, quien asesora y gestiona en temas tributarios, contables y fiscales, de forma independiente. Por lo que lo visualizan como un simple procesador de información monetaria y numérica (Farfán,



2010, pp. 362-353). Generalmente no asesora en temas administrativos, de gestión y mucho menos en temáticas relacionadas a la comunicación organizacional. Por lo que ampliar el campo de estudio a las áreas comunicacionales será una alternativa para poder poner en concordancia a estas empresas con la realidad empresarial.

El profesional contable cuenta con habilidades *hard* que son las propias de su trabajo, a saber procedimientos, leyes, cálculos y normativas, pero: ¿Qué ocurre con aquellas habilidades *soft*?, ¿las tiene y no las utiliza?, ¿cómo puede mejorar sus habilidades de comunicación para ser entendido y asesorar a estas empresas?, ¿cómo se llega a un equilibrio para el graduado entre las competencias formales y comunicacionales?

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ¿Qué son los sistemas de información contable?

La contabilidad se define como *el lenguaje de los negocios* por la importancia que le genera a la empresa obtenerla dentro de un sistema de información, de forma oportuna y veraz, más allá que sea un lenguaje imperfecto (Warren Buffett, citado en Buffett y Clark, 2009, p. 15).

Un sistema de información contable y de control de gestión se integra por la recolección, clasificación, registración, análisis e interpretación de datos que son financieros y tributarios, los cuales surgen en la operativa diaria de la empresa. Sin embargo, dentro de estas se generan más datos de los que se utilizan para estos fines, que de acuerdo a los sistemas contables no son útiles o fiables para elaborar estos informes, por lo que son desechados o inutilizados (Fowler, 2009, pp. 9-11).

Para que la toma de decisiones sea neutral hay que centrarse solamente en aquellos datos que suponen ser materiales y descartar los que no lo son, debido a que pueden sesgar las conclusiones. A pesar de que hay una corriente que expresa que hay falta de neutralidad en las decisiones que se toman en base a los sistemas contables (Wyatt citado en Sampedro, Conde, y Gil, 2016, p. 15).



Este posible sesgo en la información viene de la mano con el *juicio profesional*, el cual se define como la posibilidad que el profesional a la hora de realizar un informe (al no ser ciencia cierta) se incline en detrimento o a favor de determinada opción. Estos sesgos de acuerdo a la psicología vienen dados por la manera en que se procesa la información por parte de los individuos, pudiendo simplificar las mismas, tomando de esta forma decisiones, acciones y comportamientos que están sesgados. No obstante, dentro de una rama más cercana a la economía se expresa que estas decisiones son el resultado de una búsqueda de una maximización del rédito o utilidad percibida por estos (Sampedro et al., 2016, pp. 16-17).

Al igual que en cualquier proceso de comunicación la entidad emite un mensaje; que en este caso es relevado y comunicado por el contador público independiente, que es quién se encarga de medir, validar, y presentar los estados contables, declaraciones juradas y otros informes elaborados de acuerdo a la normativa contable adecuada. Estos informes serán enviados a los organismos públicos y privados que los requieran, y a la vez serán de uso de terceros interesados (Billene, 2010, pp. 5-15).

La contabilidad como lenguaje se encuentra frente a grandes complicaciones, por la ambigüedad en el proceso, por los códigos y reglas que requiere, por las polisemia de conceptos; en el código fiscal, de Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante NIIF) completas y NIIF pymes, en las cuales más allá de la diferencia en terminología, interactúan diferentes agentes. Por ello la relevancia de tener en cuenta el contexto en el cual se está trabajando y quién es el receptor de ese mensaje, para saber si se está utilizando correctamente el código y decodificando eficazmente el mensaje (Flórez, 2015, versión digital).

Por las razones ante expuestas los sistemas tradicionales se están viendo cuestionados debido a que la información derivada de la contabilidad tradicional no permite llevar a cabo un proceso de tomas de decisiones eficaz (Chacón, 2007, p .31).

Antecedentes y evolución



A mediados del Siglo XX intentando complementar la información financiera, se empezaron a realizar informes gerenciales los cuales se destinaban a los usuarios internos que estaban deseosos de conocer un poco más sobre las empresas (información no contenida en los estados financieros).

A inicios del Siglo XXI con la búsqueda y la sobre-saturación de datos, se ha disparado la necesidad de informar las acciones de la empresa para con la sociedad y el medio ambiente, informes para visualizar cómo mejorar sus planes de negocio y conocer la rentabilidad de los productos y servicios que comercializa, información para generar redes que sean transversales a la organización, planes de comunicación, informes de sostenibilidad, entre varios más (Jelen, 2009, pp. 13-28).

Esto es a razón de que se empezaron a evaluar a las empresas por como interactúan con la comunidad, lo que supone ver más allá de ellas mismas, es decir, descubrir el valor generado para los demás y los efectos que producen frente a generaciones futuras. Por ello la importancia de publicar información para dar respuesta a estos actos y acciones (Rendón, Agudelo, y Herrera, 2007, pp. 135-136). Por medio de estos cambios de paradigma, la empresa pasó de ser aquella que hacía productos, a ser una empresa que hace soluciones y beneficios para sus *stakeholders* (Capriotti, 2009, p. 215).

Generalmente la información que producen las mipymes se utiliza para uso y aplicación de los titulares de la misma, para la realización de declaraciones juradas y flujos financieros solicitados por las instituciones bancarias. (Mantilla citado en Farfán, 2011, p. 350).

Al no contar con el apoyo de profesionales dentro de la empresa que la asesoren en las áreas de comunicación organizacional y marketing, esta información se utiliza para cumplir con requisitos puntuales, por ejemplo: para abrir una cuenta bancaria se necesita un certificado de ingresos, para solicitar un préstamo empresarial se requiere presentar un flujo de fondos proyectado.

Por tal razón, se considera relevante definir que se entienden por mipymes en Uruguay y por qué presentan deficiencias en el manejo de la información.

2.2; Qué se entiende por micro y pequeñas empresas en Uruguay?

No hay un criterio único para definir a las mipymes, los que se utilizan más habitualmente para poder clasificarlas son sus activos, la cantidad de colaboradores y facturación que presentan (Ferraz y Ramos, 2018, p. 11).

El Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay (en adelante CCEAU) define a una *micro-empresa* como aquella que tiene menos de 4 dependientes y factura anualmente hasta 400.000 UI, una *pequeña empresa* cuenta con hasta 4 dependientes y factura menos de 1 millón de UI, y una *empresa mediana* comprende hasta 10 dependientes y tiene una facturación de máximo 3 millones de UI anuales. (Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay, 2006, versión digital)

Para la justificación de este trabajo de investigación se va a utilizar la definición brindada por el CCEAU, ya que se considera que define correctamente las organizaciones a analizar.

2.3; Qué características presentan?

Las mipymes no pueden evaluar correctamente su información contable debido a que por más que estás implementan sistemas contables simples, desconocen el funcionamiento real de la empresa.

Los mensajes se difunden con mucha lentitud y hay omisiones, incurriendo en malentendidos. A muchas les cuesta atraer talento múltiple; las razones que llevan a ello es que los colaboradores no la visualizan como una fuente de desarrollo profesional (Zhou, 2010, pp. 223-225). A pesar de estas deficiencias las mipymes tienen una gran capacidad de generar empleos, con una gran contribución al país. Sin embargo, no utilizan la tecnología y se orientan a los mercados por inercia, sin presentar un buen desempeño, aunque se hayan posicionado en mercados sumamente competitivos (Ferraz y Ramos, 2018, p.8). Las



empresas que presentan mayores investigaciones frente a la innovación y la implementación de sistemas tecnológicas tienden a ser las grandes empresas, quedando relegadas aquellas con menor capital para realizarlas (Rendón, Segovia y Gómez, 2017, p. 50).

Un mayor conocimiento en la temática financiera por parte de los titulares va a contribuir a realizar cambios en los comportamientos; en el sentido que estos podrán elaborar un presupuesto planificando los gastos a futuro, recortando aquellos que son innecesarios, ahorrando, planificando y administrando los recursos (Sebstad, Cohen y Stack, citado en Ávila, Ramírez, Castañeda, y Monsreal, 2017, pp. 131-135).

Por ello y a razón del siguiente trabajo se va a argumentar que los sistemas de información contable en las mipymes deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Estar integrados al negocio, pese a que no sea de forma permanente.
- Ser herramientas que le agregan valor a la organización, aunque sean externos.
- Colaborar con el proceso decisorio de la organización.
- Converger con las necesidades comunicacionales del propietario y organismos públicos y privados que los requieran.

3. NUEVO ROL DEL PROFESIONAL CONTABLE

3.1 ¿La contabilidad como el lenguaje de los negocios?

El progreso de la tecnología ha cambiado el mercado laboral para el profesional en ciencias contables, en el futuro cercano se espera con un 98% de probabilidad, que su trabajo tradicional sea computarizado y mecanizado. Las máquinas podrán hacer los estados financieros, pero no podrán analizarlos y evaluarlos, por eso la relevancia de traspasar estas fronteras y convertirse en un analista de negocio y apoyar el planeamiento y la consecución de los objetivos corporativos, en este caso la probabilidad de reemplazo baja a un 13%. (Frey y Osborne, 2017, pp. 254-280).



“En el mundo posterior a Sarbanes-Oxley, la contabilidad no es solo el ‘lenguaje de los negocios’ sino también la ‘conciencia de una organización’¹ (Fischer y Friedman, citado en Gerstein y Friedman, 2016, pp. 114-115)”.

Durante décadas la función del contador público independiente ha sido externa a la organización, teniendo independencia con los titulares y gerentes. Lo que se espera con este nuevo enfoque es ampliar sus tareas y funciones, es decir, que pueda estar comprometido con la estrategia, misión, visión, y objetivos de estas empresas, siendo clave en el proceso decisorio, convirtiéndose en un administrador del sistema de información contable (Ostengo, 2015, pp. 8-10).

El mayor inconveniente radica en que los empresarios no le solicitan que vayan más allá de la realización de los estados financieros de la organización. Y esto se exterioriza en un contador público independiente que si bien puede estar presente en la operativa de la empresa, termina realizando solamente las tareas fiscales, contables o laborales (García y Cabrera, 2017, pp. 7-12).

Para poder realizarlo este profesional requiere una serie de competencias, las habilidades comunicacionales, la resolución de problemas para fomentar la crítica y discusión; son claves para el contador público; ya que deberá ejercer juicios y valoraciones de balances. (Paisey y Paysey, 2000 citado en Douglas, 2017, pp. 1-8)

3.2; ¿Qué competencias requiere el profesional para ello?

En este aspecto hay cierta controversia en la educación del contador público debido a que requiere contar con una serie de habilidades técnicas y de conocimiento (normativas y leyes). “La habilidad para comunicarse de forma eficaz, como también el trabajo en equipo, son consideradas *soft* y estas varían frente a las habilidades técnicas y conceptuales que se

¹ Las traducciones del inglés al español que aparecen en este artículo son de mi autoría.
“In the post Sarbanes-Oxley world, accounting is not only the ‘language of business’ but also the ‘conscience of an organization’.”

requieren para poder realizar los informes y tareas puramente contables” (Low, Samkin y Liu, 2013; Dixon, Belnap, Albrecht y Lee, 2010 citado en Dunbar, Laing y Wynder en 2016, pp. 59-60)².

“Un correcto equilibrio entre las habilidades comunicacionales, interpersonales e intelectuales son vitales para los graduados de contabilidad (Douglas, 2017, p. 12)”³.

Según Dunbar, Laing y Wynder (2016), un profesional contable, para desempeñarse eficazmente en su trabajo, requiere las siguientes habilidades:

- Técnicas y funcionales: son propias de los procedimientos y procesos contables, financieros y legales, el conocimiento y *know-how*.

- Intelectuales: le permiten poder resolver los problemas que se le planteen, tomar decisiones en momentos claves, juzgar situaciones y brindar una respuesta eficiente a estas.

- Personales: se visualizan cuando se habla de actitud y comportamiento profesional, le ayudan a aprender continuamente como mejorar su *performance* y poder asesorar de mejor manera a sus clientes.

- Administrativas y de gestión: son vitales para su desempeño y cooperación con la estrategia organizacional.

- Interpersonales y de comunicación: le habitan a trabajar en conjunto con otros miembros de la empresa, transmitir información, poder juzgar decisiones y cooperar en su desarrollo aplicando el juicio profesional. (pp. 57-64)

La conjugación de estas habilidades es vital para la toma de decisiones, el asesoramiento en las diferentes materias, comunicación de los cambios de comportamientos en los consumidores y en las repercusiones de sus decisiones como empresa inteligente y sostenible.

“Las habilidades de comunicación son requeridas por los contadores, no aquellas asociadas a la redacción de informes literarios o de investigación, sino las que se relacionan con la

² “The ability to communicate and work with people are elements of what have become known as soft skills and these are distinct from technical skills required to perform accounting tasks.”

³ “Whilst these skills are undeniably desirable skills for accounting graduates to have, accounting educators need to consider the balance between interpersonal and communication skills and the development of intellectual skills.” (Douglas, 2017, p. 12)



“escritura de negocios” y las asociadas a la realización de presentaciones” (Gerstein y Friedman, 2016, pp.115-116)⁴.

El profesional contable ha de ser capaz de realizar un balance general, como así de recomendar posibles correcciones a desvíos y asesorar en términos generales. Los aportes que puede brindar un contador de acuerdo a su capacidad de interpretación y análisis, son sumamente relevantes para contribuir a los procesos organizacionales, mejorando la toma de decisiones. (García y Cabrera, 2017, p.9)

4. TESTIMONIOS DE CASOS ESPECÍFICOS

Para vincular las definiciones y enunciados teóricos expuestos con la práctica, se estudiaron diferentes casos de contadores públicos independientes en el departamento de Maldonado, donde ellos vieran la necesidad de contar y mejorar sus habilidades de comunicación, gestión y administración, para poder asesorar, comprender y ser comprendidos por los titulares y/o directivos de mipymes.

Para facilitar la comprensión de los diferentes casos se decidió ordenarlos en ejes temáticos de acuerdo a las habilidades definidas por Dunbar, Laing y Wynder (2016) a saber: técnicas y funcionales, personales, intelectuales, de gestión y administrativas e interpersonales y de comunicación.

4.1 Personales

Un caso muy común que me ha pasado es la comunicación entre los proveedores y clientes, muchas veces tiene que ser el contador público quién le comunique a los proveedores lo que sus clientes desean. Por ejemplo, se está por instalar un nuevo servicio en un edificio, el contrato lo analizamos en el estudio y le transferimos al proveedor todas las dudas, consultas y/o acotaciones que los propietarios nos plantean y

⁴ “Communication is another skill needed by accountants. Accountants do not necessarily have to excel at writing research papers in literature, but should be proficient in business writing. Some writing can easily be incorporated into almost all accounting courses. Making presentations is another valuable communication skill essential in the business world that can be honed in accounting courses.”



ahí recién se revisa el contrato, antes de ser firmado por el estudio y la comisión de propietarios. A fin de cumplir con las expectativas que estos presentan y encontrar la mejor propuesta. (Testimonio 1: Estudio contable enfocado en la Administración de Edificios de Propiedad Horizontal, comunicación personal, 24 de octubre de 2018, Maldonado, Uruguay)

Cuando las empresas piden un financiamiento, generalmente tenemos problemas para que comprendan la diferencia entre ingresos nominales y líquidos. Por eso en ocasiones le presento la propuesta, y pido comunicación con el contador quien realizará el flujo de fondos, así le explico de primera línea qué requiere la institución financiera para brindar el préstamo solicitado por el empresario. (Testimonio 2, contador ejecutivo de cuentas en una institución financiera, comunicación personal 25 de octubre del 2018, Punta del Este, Uruguay)

En estos casos el profesional además de utilizar sus habilidades técnicas para poder realizar los informes, cálculos, y presentaciones, debió utilizar las generales para poder dar el servicio.

4.2 Técnicas y funcionales

En la empresa nos pasó que un Administrador de Propiedad Horizontal, que había adquirido nuestro *software*, no encontraba el resultado del ejercicio que estaba en marcha. Este se puede ver como la diferencia entre Pérdidas y Ganancias (no en el rubro dentro del patrimonio, ya que el ejercicio no dio cierre). Para lograrlo no sólo necesitaba comprender los conceptos, sino, entender qué representa cada cuenta y la relación que hay entre ellas. (Testimonio 3: Empresa de *software* de contabilidad, comunicación personal, 25 de octubre de 2018, Punta del Este, Uruguay)

El papel del contador no es solo contable, sino financiero, laboral, de recursos humanos. Me ha ocurrido de asesorar a una empresa en un tema impositivo (por ejemplo; el Impuesto a la Renta de las Actividades Económicas) y el cliente me consulta sobre como inscribir una marca, o cómo realizar las declaraciones de



arrendamientos de inmuebles personales (ya sea para poder volcar los impuestos o gestionar una exoneración), que son aspectos totalmente diferentes a lo que me contrataron. (Testimonio 4, Estudio contable, comunicación personal 25 de octubre del 2018, Maldonado, Uruguay)

El contador como asesor de negocios debe conocer ¿qué necesita el cliente?, y a la vez poder comprender ¿cómo puede ayudarlo y/o asesorarlo en esos aspectos?

4.3 Intelectuales

El cliente que afronta un problema con un empleado el cual no puede subsanar de forma pacífica y habla con el contador para que pueda mediar entre las partes. Este trabajo si bien es más asociado a los abogados, hay pequeñas empresas que no pueden afrontar los costos extras de contratar otro profesional, ya que el pago de una indemnización de por sí es elevado. Por lo que termina comunicándose con el contador para que medie entre las dos partes y pueda llegar a un acuerdo que les sirva a los dos. (Testimonio 5, Estudio contable, comunicación personal 15 de octubre del 2018, Piriápolis, Uruguay)

Las empresas que tercerizan su trabajo muchas veces desean que el contador sea quien haga de nexo entre la empresa y el cliente, elevando las notas o las facturas correspondientes, consultando descuentos o posibles inconvenientes en las transacciones que realizan. Si bien, no es una tarea específica del contador ser un puente entre las dos partes, es muy común que termine realizando esa función, ya que por su capacidad de análisis y conocimiento del negocio comprende los códigos y preocupaciones de ambas partes. (Testimonio 6, Estudio contable, comunicación personal 15 de octubre del 2018, Pan de Azúcar, Uruguay)

El contador debe poder tomar decisiones en momentos de incertidumbre o en situaciones complejas, generando un espacio de reflexión, pudiendo aplicar aspectos técnicos a esas situaciones para poder resolverlas de la manera más eficaz.



4.4 Administrativas y de gestión

Una clienta deseaba conseguir prendas de ropa porque tenía un segmento dentro de un programa informativo en la zona, donde describía su actividad empresarial. Mientras que por el otro lado otra clienta (que tiene una tienda de ropa) deseaba llegar a un mayor radio, pero no podía afrontar los altos costos que conllevaba realizar publicidad en un medio televisivo. Por eso al escuchar a las dos clientas, como contadora decidí hacer de nexo y comunicarlas; generando una relación ganar - ganar entre ellas. Hasta el día de hoy siguen trabajando en conjunto. (Testimonio 7, Estudio contable - notarial, comunicación personal 20 de octubre del 2018, Piriápolis, Uruguay)

Me ha ocurrido que en ocasiones mis clientes desean hacer una serie de inscripciones frente a los organismos públicos como ser: frente a Dirección General de Higiene y Medio Ambiente, Dirección Nacional de Bomberos, Inscripción de POS y frente a las tarjetas de crédito y débito, o a empresas proveedoras de Facturación Electrónica. Generalmente estas organizaciones le solicitan una serie de documentos y completar varios formularios para poder realizar el trámite, algunos de estos son desconocidos por el empresario, a pesar que estos trámites queden por fuera de mi trabajo, soy el profesional más cercano que tienen para consultar. (Testimonio 8, Estudio contable, comunicación personal 23 de octubre del 2018, Piriápolis, Uruguay)

El contador no puede estar aislado de las actividades que ocurren dentro de la organización, por ello debe cooperar para el logro de los objetivos corporativos, siendo parte de los diferentes procesos y procedimientos, más allá que algunos se encuentre por fuera de su margen de accionar, siempre puede brindar su visión y conocimiento para aplicar en determinadas situaciones.

4.5 Interpersonales y de comunicación:

Una empresa del estudio quiso abrir una cuenta en un banco, y solicitar un préstamo, la titular de esta cada vez que venía no sabía explicarnos qué teníamos que hacer, para cumplir los requisitos solicitados por la institución financiera. Por tanto, la mejor



opción fue comunicarnos directamente con la ejecutiva de cuenta de la institución financiera, para que nos explicará de primera mano sus requisitos. (Testimonio 10: Estudio contable, comunicación personal, 24 de octubre de 2018, Maldonado, Uruguay)

Un caso que recuerdo fue con una Cooperativa de Ahorro y Crédito, en las cuales sus socias se manejan con un lenguaje bastante informal, totalmente diferente al que utilizamos habitualmente como contadores. Las mismas a la vez tienen que dar vista al Banco Central del Uruguay. A la vez estos tienen un lenguaje totalmente diferente al que manejamos habitualmente. Por lo que, para reportar debía unificar los criterios y poder hacer de nexo y comunicarme con las oficinas públicas. (Testimonio 10, Estudio contable - notarial, comunicación personal 26 de octubre del 2018, Punta del Este, Uruguay)

En estos casos se visualiza como el profesional contable debe cooperar con el manejo de la información, tratando de que la misma pueda complementar su ciclo y llegue de forma correcta al receptor, trabajando para el bien común de la organización.



5.RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Este informe intentó conocer de una forma más cercana el rol del contador público para con las organizaciones y cómo este se ha visto modificado por los cambios en la tecnología y globalización. Se partió de la definición de los sistemas de información contable, su relevancia y la necesidad de adaptarlos para que sean útiles para la toma de decisiones consensuadas. Sin lugar a dudas, el profesional debe reinventarse, adoptar nuevas habilidades ya sean comunicacionales, como también interpersonales y compromiso ético y social, sin perder de vista la relevancia del conocimiento técnico.

Sobre estos cambios hay mucha información a nivel global, pero si se evalúa a nivel local, no hay estudios exploratorios sobre esta temática.

Son muchas las empresas que tienen problemas de comunicación, quizás no son problemas tan graves que causen su clausura, pero sí para que no funcionen eficazmente, tomando decisiones poco ventajosas.

Más allá de los datos que surgen de los números y hechos económicos una buena comunicación entre el contador y el empresario es primordial.

No obstante no hay estudios en la temática relacionados a la forma más efectiva para comunicar estos aspectos que en principio (para estos empresarios) son distantes e incomprensibles,. Por ello la relevancia de la continua capacitación del contador en esta temática, como la mejor forma de adaptación de su lenguaje.

La idea de comunicarlos es poder transmitir pensamientos e ideas con el otro sujeto, teniendo el mismo código, transmitiendo información entre sí. El mayor problema radica en que no hay un código de mutua comprensión, por tanto en ocasiones no hay un entendimiento del receptor. Por eso la relevancia de conocer el contexto, y tratar adecuar el código a ellos. (Morales, 2015, versión digital)



Estas diferentes disciplinas de aprendizaje han de ser tomadas por el contador público para mejorar la cooperación con las empresas, aprender continuamente, mejorar su comunicación con los clientes, como así los espacios de diálogo. Complementando siempre estos aspectos con el conocimiento técnico y normativo que es fundamental, pero que no es suficiente para comprender y poder ser comprendido por los diferentes participantes, que usualmente manejan diferentes lenguajes y códigos de comunicación, por ello la importancia de emitir los mensajes correctamente, adaptarlos, y utilizar diferentes canales para que puedan ser descodificados de forma correcta.

El contador como parte de este proceso deberá trasladar significados lo que supone: primeramente sentar las bases de acción, es decir, lograr que el cliente apruebe o acepte lo que le hemos planteado o que simplemente él lo realice, presentando las diferentes posibilidades y argumentando las diferentes posturas. Posteriormente se deberá recordar las bases que se presentaron en el primer punto, pudiendo guiar la conversación por estos. Y finalmente tendrá que trasladar los significados y dar a elegir entre las opciones, expresando claramente los puntos negativos y positivos de cada una de ellas, como también los costos y plazos (Linares, I., 2018, pp. 70-73).

6. REFERENCIAS

Andrade H. (2005), *Comunicación organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica*. Madrid, España: Gesbiblo, S. L

Ávila, B. S., Ramírez, D. C., Castañeda, S. S. P., y Monsreal, A. H. C. (2017). La educación financiera en el sector metalmeccánico, en micro y pequeñas empresas hidalguenses. *Revista Visión Contable*, 15, 129-154. Recuperado por: <http://publicaciones.unaula.edu.co/index.php/VisionContable/article/view/337/347>

Billene, R. (2010). *Costos: cómo implementar de manera sencilla sistemas extra contables de costos para Pymes*. Buenos Aires, Argentina: La Ley.

Buffett, M. y Clark, D. (2009). *Warren Buffett y la interpretación de estados financieros: Invertir en empresas con ventaja competitiva*. Barcelona, España: Grupo Planeta.



- Caprtiotti, P. (2009) *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago de Chile, Chile: Librería de la empresa.
- Chacón, G. (2007). La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial. *Actualidad contable faces*, 10(15), 29-45. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/257/25701504/>
- Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay (2006) *Arancel*. Aprobado por la Asamblea General Extraordinaria de Socios del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay de fecha 14 de Noviembre de 2006 Montevideo, Noviembre de 2006. VIGENCIA: 1o de enero de 2007. Montevideo. Uruguay. Recuperado de: <http://www.ccea.com.uy/che/files/228/arancel-profesional-cceau.pdf>
- Douglas, S. (2017). Does an accounting degree add up? An investigation into the professional exam performance and non-technical skill development of accounting degree graduates. *Robert Gordon University, PhD thesis*. Recuperado de: <https://openair.rgu.ac.uk/bitstream/handle/10059/2724/DOUGLAS%202017%20Does%20an%20accounting%20degree%20add%20up.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dunbar, K., Laing, G. y Wynder, M. (2016). A Content Analysis of Accounting Job Advertisements: Skill Requirements for Graduates. *e-Journal of Business Education & Scholarship of Teaching*. 10,(1), 58-72. Recuperado de: [http://www.ejbest.org/upload/eJBEST-_Dunbar,_Laing_Wynder_-_10\(1\)_2016.pdf](http://www.ejbest.org/upload/eJBEST-_Dunbar,_Laing_Wynder_-_10(1)_2016.pdf)
- Fowler Newton, E. (2014). *Contabilidad Superior*. Tomo I. Buenos Aires, Argentina: La Ley.
- Farfán Liévano, M. A. (2010). La contabilidad de direccionamiento estratégico como oportunidad de desarrollo empresarial en las Pymes. *Cuadernos de Contabilidad*, 11(29), 347-365. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v11n29/v11n29a02.pdf>
- Ferraz, J., y Ramos, L. (2018). Inclusión financiera para la inserción productiva de las empresas de menor tamaño en América Latina: innovaciones, factores determinantes y prácticas de las instituciones financieras de desarrollo. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Recuperado de: http://repository.eclac.org/bitstream/handle/11362/43427/S1701244_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flórez E. (16 abr. 2015). *Casos de NIIF - La Contabilidad Es Lenguaje de los Negocios* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=77&v=PiDaPZ4nOno



- Frey, C. B., y Osborne, M. A. (2017). The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation?. *Technological forecasting and social change*, 114, 254-280.
- García, A., y Cabrera, A. (2017). Análisis contable, rol fundamental del contador en la toma de decisiones para las pymes. (Trabajo de grado Contaduría Pública). *Universidad de San Buenaventura Colombia, Facultad de Ciencias Empresariales*, B. Recuperado de: http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/4288/1/Analisis_Contable_Rol_Garcia_2017.pdf
- Gerstein, M., y Friedman, H. H. (2016). Rethinking higher education: Focusing on skills and competencies. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, 4(2),104-121. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Hershey_Friedman/publication/303483826_RETHINKING_HIGHER_EDUCATION_FOCUSING_ON_SKILLS_AND_COMPETENCIES/links/57449a9108aea45ee8537cb8/RETHINKING-HIGHER-EDUCATION-FOCUSING-ON-SKILLS-AND-COMPETENCIES.pdf
- Jelen, M. (2009). *Balance social y los Intangibles Corporativos*. 1era edición. Buenos Aires, Argentina: EDICOM Fondo Editorial Consejo.
- Ostengo, H. (2015). *El Sistema de Información Contable*. Buenos Aires, Argentina: Editorial librería: Osmar D. Buyatti.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona. Edición actualizada y aumentada. Barcelona, España: Ediciones Deusto.
- Rendón, N., Agudelo, L., y Herrera, L. (2007). Enfoque comunicacional de la contabilidad ¿una nueva etapa de la contabilidad?: primera parte. *Semestre económico*, 10(19), 125-144. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462007000100009
- Rendón, L., Segovia, R., y Gómez,T. (2017). Estudio comparativo del uso de tecnologías de información y comunicación en pymes y grandes empresas. *Revista Raites*, 3(7). Recuperado de <http://www.itc.mx/ojs/index.php/raites/article/viewFile/991/825>
- Sampedro, E. L. V., Conde, J. G., y Gil, D. N. (2016). Relación entre los sistemas de contabilidad y control de gestión y los sesgos en la evaluación y toma de decisiones. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 24(1), 6. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5301817>



Villegas, A (2012): *Modelo de gestión de negocios. Formando el ADN Empresarial*. Miami: Estados Unidos: Lecciones de Negocios.

Zhou, L. (2010). The research on issue and countermeasures of accounting information of SMES. *International Journal of Business and Management*, 5(3), 222-225. Recuperado de: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/viewFile/5342/4451>