



# GUÍA DE PRÁCTICAS DE GESTIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS FIRMAS

4ª edición - IFAC



Esta guía proporciona una orientación integral que ayuda a las pymes a funcionar de modo más eficiente en el mercado global mediante ocho módulos independientes, dado que provee principios de gestión y orientación de las mejores prácticas con planificación estratégica.

Los cambios principales respecto de la edición anterior se centran en la sección de aprovechamiento de la tecnología: importancia de la manera en que las pymes operan y brindan servicios más sostenibles al mejorar el conocimiento experto.

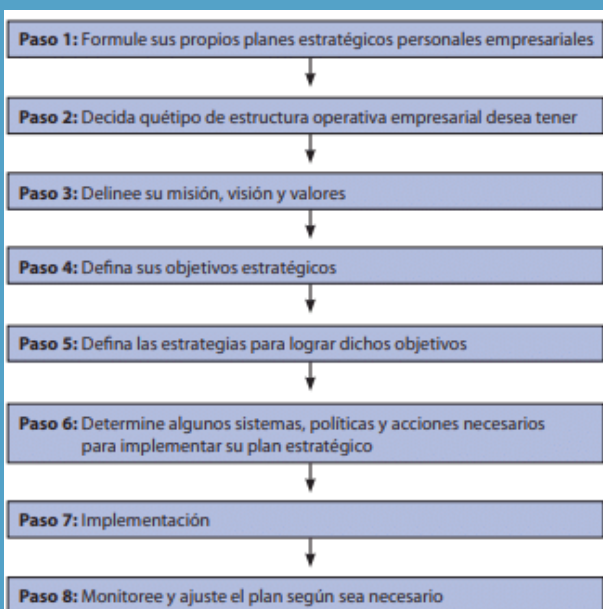


## Módulo 1

### PLANIFICACIÓN DE SU FIRMA

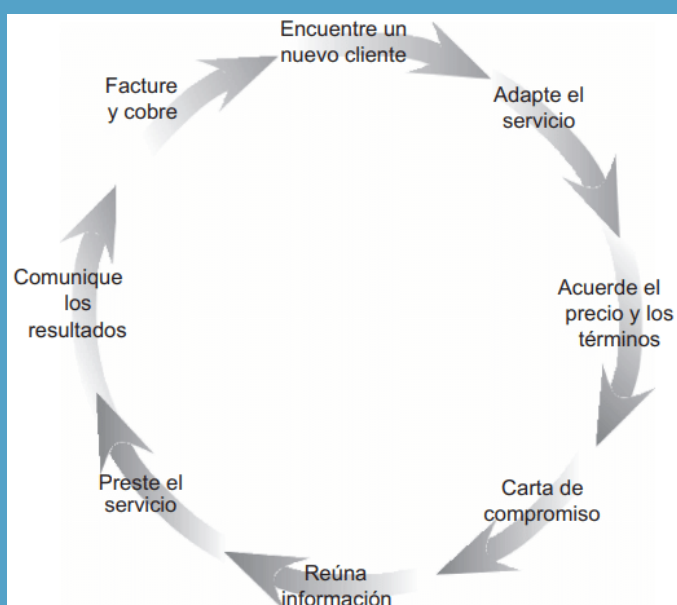
- **Ingrediente del éxito:** cada firma debe conocer su propia estrategia y apegarse al plan para cumplir con ella.
- **Entendimiento de los entornos en que su firma opera, propio del plan estratégico:** maneja la dirección y velocidad con la que se mueve.
- **Análisis de procesos.**
- **Planificación estratégica y empresarial.**
- **Políticas más detalladas.**

### PASOS - PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL ESTRATÉGICA



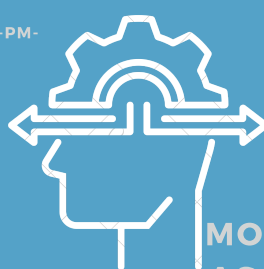
Tomado de Guía de Prácticas de Gestión para Pequeñas y Medianas Firmas. Revisado el 21 de agosto de 2020.  
[https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e\\_Web.pdf](https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e_Web.pdf)

### CICLO VIRTUOSO PARA DIRIGIR UNA EMPRESA



Tomado de Guía de Prácticas de Gestión para Pequeñas y Medianas Firmas. Revisado el 21 de agosto de 2020.  
[https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e\\_Web.pdf](https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e_Web.pdf)

Cada una de las etapas de este ciclo son claves, dado que proporcionan sugerencias para dirigir una firma eficazmente.



## Módulo 2

### MODELOS DE EMPRESAS, ASOCIACIONES Y REDES



"EL MÉTODO DE TOMA DE DECISIONES REFLEJARÁ LA FILOSOFÍA DE LOS SOCIOS DUEÑOS".

- **Sólidos cimientos de buenas decisiones** conllevan a procesos éticos.
- **Consideraciones estructurales** inherentes a la dirección de las firmas contables (modelos disponibles).
- **Especifica los métodos principales** de participación en las utilidades, la toma de decisiones como una estructura para evolucionar y el uso de redes que multipliquen el impacto de su asesoramiento.

# Módulo 3

## CREACIÓN Y CRECIMIENTO DE SU FIRMA

- Exploración más profunda del desarrollo de la estrategia de crecimiento, construcción del asesoramiento empresarial; abordaje de reglamentaciones.



# Módulo 4

PODER DE LA GENTE



- Éxito de la firma determinando el calibre: 1. personal y 2. liderazgo.
- Capacidad del equipo de gestión de atraer, retener, motivar y liderar a sus empleados.
- Crear y desarrollar equipos de gestión y retención del personal.

Este módulo incluye la estrategia de gestión del personal de la firma y delinea salidas y transiciones de los empleados.



## MODELO DE LIDERAZGO FUNCIONAL

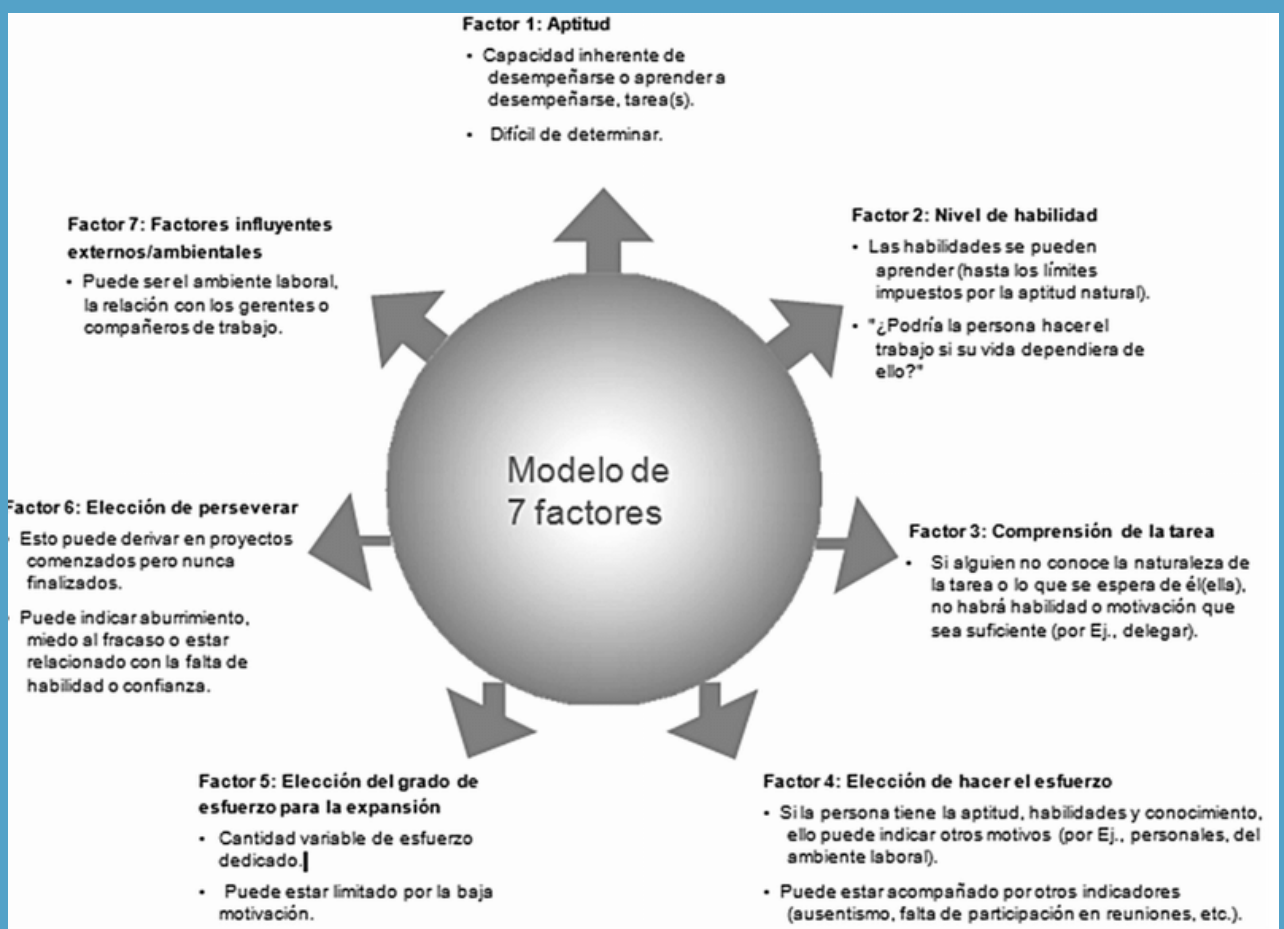


- ➔ Esencia: trabajan mejor cuando saben qué tarea se espera que desempeñen.
- ➔ Miembros del equipo contemplan como necesidad básica trabajar en equipo.

Tomado de Guía de Prácticas de Gestión para Pequeñas y Medianas Firmas. Revisado el 21 de agosto de 2020.  
[https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e\\_Web.pdf](https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e_Web.pdf)

## EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO

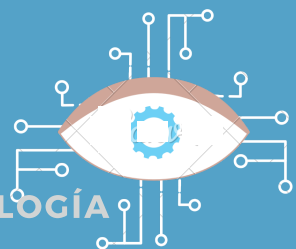
A continuación se presenta la figura del modelo de los siete factores esenciales que sirven para hacer una evaluación de rendimiento concisa y objetiva:



Tomado de Guía de Prácticas de Gestión para Pequeñas y Medianas Firmas. Revisado el 21 de agosto de 2020.  
[https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e\\_Web.pdf](https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e_Web.pdf)

# Módulo 5

APROVECHAMIENTO DE LA TECNOLOGÍA



Abarca la implementación y capacitación clave del uso exitoso de las tecnologías -colección, implementación y gestión de tecnologías.

- Las firmas deben asegurarse de tener soporte técnico adecuado para asegurar un sistema eficiente y confiable.
- Implementación de plataformas de hardware que soporten software de gestión empresarial y plantas de producción clave.



# Módulo 6

## GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS CLIENTES

El desarrollo y mantenimiento de relaciones sólidas y efectivas con los clientes son la columna vertebral de la firma, así como las redes de contacto, derivaciones y otros tipos de alianza.



## MODELO DE ANÁLISIS DE DEFICIENCIAS

	Servicios	
	Existentes	Nuevos
Existentes	1	2
Nuevos	3	4

Tomado de Guía de Prácticas de Gestión para Pequeñas y Medianas Firms. Revisado el 21 de agosto de 2020. [https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e\\_Web.pdf](https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Spanish-PM-Guide-4e_Web.pdf)

Marco de trabajo, estrategia de gestión de relaciones con los clientes --> ¿Cuáles de sus clientes usan qué servicios?; mostrando los servicios en forma de matriz.

- Cuadrante 1: servicios existentes a clientes existentes; clientes abiertos a sugerencias adicionales.
- Cuadrante 2: nuevos servicios existentes a clientes existentes; tiene nuevos servicios disponibles en el mercado para promover en su cartera de clientes.
- Cuadrante 3: servicios existentes a nuevos clientes; búsqueda de nuevos clientes que usen los servicios existentes.
- Cuadrante 4: busca introducirse en nuevos mercados con nuevos servicios.



# Módulo 7

## GESTIÓN DEL RIESGO

Impacto sobre las firmas: se discuten las cuestiones éticas y la atenuación del riesgo adicional.

- La gestión del riesgo protegerá la reputación, credibilidad y status de la firma.
- Fuentes de riesgo para una firma, desarrollo del marco de riesgo.

# Módulo 8

## PLANIFICACIÓN DE SUCESIÓN



Explica cómo se puede permitir la salida ordenada de los profesionales cuando envejecen -plan de sucesión-, incluyendo: 1. tasación y fijación de precios, 2. opciones de consolidaciones, 3. fusiones y 4. compras de tipo internas y externas.

### Opciones de sucesión

- Unirse a otras personas -hacerse más grande: al asegurar a otros en posiciones de compra de su participación.
- Vender la firma: en su totalidad, paquetes de tarifas por vez o sobre una base progresiva.
- Opciones internas: sucesión interna, introducción de nuevos socios, venta a socios actuales, entre otros.



@revistacontarte



revistacontarte



@revistacontarte