

CONGRESO

Un tercio de los despachos profesionales pierde cartera de clientes y facturación

Según un estudio, los despachos han perdido en los últimos meses una media de seis clientes, procedentes en su mayoría del sector inmobiliario y de la construcción, aunque también de la hostelería y del comercio.

MARÍA A. CARO, MADRID

Los despachos profesionales comienzan a notar los impactos de la crisis en la bajada de facturación y pérdidas de clientes. Sin embargo se enfrenta a ella con "optimismo" planteándose nuevas estrategias. Estas son algunas de las conclusiones que se extraen de un estudio presentado en el marco del I Congreso de Asesoría y Despachos Profesionales organizado por Sage, que se celebró esta semana en Madrid.

Según se desprende del informe, con base en una encuesta realizada a despachos profesionales, la mayoría de los despachos mantiene un ratio de crecimiento del negocio, pese a estar adoptando nuevas estrategias ante la crisis como la fidelización y captación de nuevos clientes, a través de nuevas prácticas comerciales o el aumento de la competitividad mediante la bajada de tarifas y la reducción de costes.

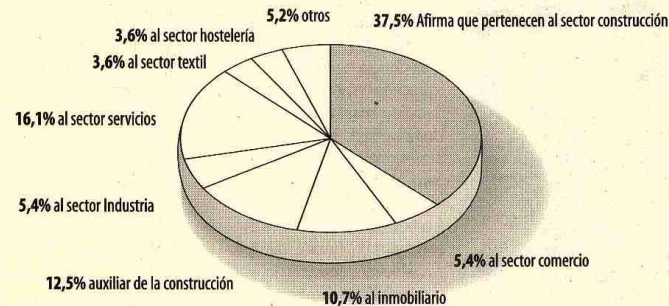
Tendencias

En el marco de este encuentro, en el que participaron profesionales de distintos colectivos como asesores fiscales, abogados, graduados sociales o gestores administrativos, los expertos debatieron sobre las nuevas oportunidades, amenazas y retos ante una conjuntura desfavorable como la actual, así

PÉRDIDA DE CLIENTES POR SECTORES

Han perdido clientes 56 despachos (de un total de 350 despachos que han participado en la encuesta).

De los despachos que han perdido clientes:



FUENTE: Sage

EXPANSIÓN

Claves

- Aprovechar la automatización de procesos y colaborar con la Administración como vehículo para una mayor eficiencia.
- Identificar dónde se aportan resultados y valor al cliente para reforzar los puntos fuertes y no quedarse fuera del mercado.

como sobre los últimos cambios y tendencias en el sector.

Los expertos destacaron que resulta clave sacar partido de la automatización de procesos y de que la Administración realice gran parte de los trámites y se haya convertido en dinamizadora de importantes cambios. En este sentido, Josep Conesa, abogado y graduado social del bufete Conesa & Asociados, afirmó que es necesario ver a la Administración como facilitador y colaborador necesario. Por su parte, Santiago Segarra, representante de la Agencia Tributaria, se

ñaló que la Administración "ha de servir para gestionar relaciones y crear espacios de colaboración con los profesionales tributarios".

Los expertos abogaron por que la colaboración no sea solo entre despachos y la Administración sino entre los propios despachos entre sí. "Es muy importante no quedarse solo y entrar dentro del vínculo también con el resto de profesionales" subrayó Eva Torrecilla, vicepresidenta del Colegio de Graduados Sociales de Madrid, animando así a los despachos a constituir alianzas. Aunque no sea consecuencia

de la crisis, una amenaza que los participantes entraron a considerar es la del intrusismo profesional, que ven difícil de combatir. Juan Carlos López Hermoso, presidente de la Asociación Española de Asesores Fiscales (Aedaf) afirma que en profesiones no reguladas, como la asesoría fiscal, sí se sufre este problema.

Con respecto a la supervivencia del pequeño despacho, Hermoso destacó que sí

Los expertos animan a los profesionales a 'no quedarse solos' y apostar por las alianzas y fusiones

tiene futuro si sabe anticiparse, ver los elementos de riesgo y sabe optar por la estrategia adecuada. En esta misma línea, Emilio Cuatrecasas, presidente del bufete Cuatrecasas, afirmó que es vital identificar dónde se aporta resultados y valor al cliente y centrarse en ello para no quedarse fuera del mercado.

En su intervención, Emilio Cuatrecasas abogó por potenciar el valor añadido de la relación personal con el cliente, fomentando no sólo el aspecto técnico, sino el lado humano del oficio de abogado.

Estrategias empresariales para 'capear el temporal'

Ante la actual época de incertidumbre, los despachos profesionales están adoptando una actitud proactiva para hacer frente a las consecuencias de la crisis económica. Entre sus prioridades figura la de

fidelizar a clientes habituales y ganar nueva clientela, a través de una comunicación más transparente. Un 21,2% de los encuestados se plantea ofertar nuevos servicios. Para ganar competitividad, un 8,6% de los despachos se plantea reducir tarifas, mientras que un 9,3% piensa en la reducción de plantilla. La mejora de la calidad de los servicios (27,1%

de las respuestas), la profundización en los mecanismos de cooperación empresarial entre despachos como las fusiones, adquisiciones y otro tipo de alianzas (16,9%), la adaptación tecnológica, la mejora de la formación y especialización del personal (11,9%), son otras de las estrategias que los despachos están considerando para salir airoso de la crisis. En lo que respecta a las nuevas tecnologías, según el estudio presentado en el Congreso, los despachos tienen un buen nivel de implantación de las TIC. Prueba de ello es que dos de cada tres empresas encuestadas poseen programas específicos de contabilidad y gestión de expedientes. La mayoría de los despachos afirma que, pese a la crisis, el momento actual es bueno para invertir en tecnologías porque reporta importantes ventajas como, entre otras, la mejora de la productividad.