V

olvemos a subrayar la falta de formación en el régimen profesional de los contadores públicos. Ciertamente la [Ley 43 de 1990](http://www.javeriana.edu.co/personales/hbermude/leycontable/contadores/1990-ley-43.pdf) no es una norma aislada, ni la única que rige el comportamiento de dichos profesionales.

El estatuto básico de los contadores colombianos establece “*Artículo 60. Ningún Contador Público podrá sustraer la clientela de sus colegas por medios desleales*.”. Esa norma armoniza con la regla general, prevista en la [Ley 256 de 1996](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html), según la cual “*ARTÍCULO 8o. ACTOS DE DESVIACIÓN DE LA CLIENTELA. Se considera desleal toda conducta que tenga como objeto o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea contraria a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial*.”. De acuerdo con el artículo 7 de la Ley 256, mencionada, “(…) *se considera que constituye competencia desleal, todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.* (…)”.

Es común que al abandonar una organización contable, parte de la clientela siga al retirado. Puede suceder que los clientes en cuestión hayan sido llevados a la firma por el aludido contador y se limiten a permanecer con él por donde vaya. Puede suceder que aunque el cliente hubiese sido conseguido por la firma, esté complacido, más que con ésta, con un profesional concreto. Es decir: hay casos en los cuales el cliente está o no en una organización dependiendo de quien lo atiende.

Pero hay otros casos en los cuales el contador saliente ofrece continuar los servicios profesionales de la firma por una suma menor de honorarios o por la misma cantidad pero dispensando servicios adicionales gratuitos, al menos al empezar. Es difícil probar si los clientes, libremente, deciden seguir un profesional o si éste los atrae con diversos ofrecimientos, tales como un servicio más cercano. Y es ilusorio pretender que un profesional no va a tener en cuenta lo que aprendió en una firma de contadores, incluyendo en ello el conocimiento de los clientes.

También resulta lo contrario: cuando una firma gana un cliente puede ofrecer contratar al personal del profesional o firma que lo venía atendiendo, porque estos tienen terreno ganado por el conocimiento que ya tienen acumulado.

Los profesionales abandonan las firmas voluntariamente o forzados a ello. En la mayoría de los casos tienen que seguir trabajando y lo común es partir de la clientela conocida. Una vez apartado de una organización, el contable se convierte en un competidor. Hay que saber ganar y saber perder. La competencia es el esfuerzo de dar más por menos. Asunto complejo que requiere un buen juicio profesional.

*Hernando Bermúdez Gómez*