H

ay que saber convencer a las personas de las ventajas que tienen ciertas conductas. La técnica de crear miedo ante las posibles sanciones que podría imponer la autoridad, la mayoría de las veces no funciona, especialmente porque la presencia del Estado es bien exigua.

Tampoco funciona imponer unos criterios, simplemente porque están recogidos en el ordenamiento. A todos nos gusta entender por qué se ordena actuar de cierta manera y somos reacios a los porque sí.

En materia empresarial las personas son especialmente opuestas a incurrir en erogaciones que no tienen beneficios económicos. La plata debe producir plata.

Mal hemos hecho en hacer de los contadores una especie de guardianes que llegan a las empresas a ordenarlas e imponerles muchos procedimientos, varios de ellos de control.

Deberíamos enseñarles de la felicidad que busca el ser humano, de sus satisfacciones, de sus anhelos. De cómo la calidad es un argumento poderosísimo para el desarrollo y el éxito. Estamos seguros que el empresario está dispuesto a gastar en lo que le conviene más que en lo que le toca. ¿Podemos demostrarle que la buena reputación vende? ¿Podemos demostrarle que ser buen ciudadano paga? ¿Podemos demostrarle que no es necesario desconocer derechos humanos, ni sociales, ni económicos, ni ambientales, para conseguir clientelas fieles?

Los procedimientos de control no deben presentarse como barreras u obstáculos que contienen siniestros. Deben servir para lograr la eficiencia empresarial, no su mero cumplimiento. ¿Puede producir más rápido? ¿Puede servir mejor? ¿Puede distribuir más cuidadosamente y con antelación? ¿Puede tomarse el tiempo para asegurarse de la satisfacción del cliente? Seguramente todo esto lo hará más apreciado, lo cual se recompensa notoriamente en el mundo de los negocios.

Si la administración, es decir, las actividades de planeación, organización, dirección y control, son vistas como productoras de renta, entonces dejará de pensarse en ellas como un lastre que hay que ir reduciendo. Hay una gran diferencia entre decidir con información o sin ella. Los resultados son los más poderosos argumentos de los beneficios que se logran cuando una organización se apoya en datos. ¿Quién no quiere invertir en lo que le permite ganar?

Siempre se ha hablado del conocimiento de la industria de cada cliente. Algunos reducen esto a conocer sus obligaciones legales y sus medios de control. Evidentemente de esto no se trata. La cuestión consiste en apropiarse de la lógica, del lenguaje, de la forma de proceder, de los criterios y las costumbres, en pocas palabras, de la cultura de cada microcosmos. Si un contador no piensa como empresario sino como policía, no tiene nada de raro que así se le perciba. Nos fascinan las empresas en las que sus contadores son llamados a obrar como *controler* y luego son sus CEO. Reconocen el conocimiento de la empresa en términos de hacerla productiva, exitosa, apreciada.

*Hernando Bermúdez Gómez*