L

a cultura contable sigue siendo muy baja. Por ejemplo, aún hay administradores que piensan que acabado un mes al día siguiente se puede contar con estados financieros.

Dicha cultura depende primordialmente de las acciones de la profesión contable dentro del público, es decir, a todos los niveles. Las cosas eran distintas como a finales del siglo XIX en el cual la contabilidad era enseñada en la educación media.

Si los contadores se cuidaran de preparar cuidadosamente las minutas de los contratos que suelen celebrar con los clientes, a fuerza de hacer todos lo mismo o parecido, los clientes terminarían aprendiendo el modo de proceder.

Si a punto de culminar un contrato el administrador decide requerir información que solo puede prepararse adentrándose en el período siguiente, hay formas de reaccionar. Negarse y justificarse en la falta de remuneración usualmente no se entiende. El profesional de la contabilidad debería elaborar un escrito detallado en que se enumeren los pasos a seguir, el tiempo necesario para realizarlos, el equipo que debería intervenir y los demás asuntos necesarios para que se trate de una cotización completa. Recuérdese que en principio solo hay 6 días para aceptar o negar una oferta. Si el cliente acepta se habrá cumplido la exigencia de pactar previamente y por escrito la remuneración y ya no habrá tantos malentendidos. Si no acepta le quedará claro por qué un profesional no acepta atender su solicitud.

Un buen contrato debe prever el mejor momento de terminación, el cual ciertamente no es el 31 de diciembre de cada año, porque para muchos la sensación será que el profesional abandonó la tarea. Peor aún: hay quienes piensan que los contables aprovechan para chantajear.

Ahora bien: hay compañías que, por disposición de sus órganos o por solicitud de autoridades, tienen que enviar su información de cierre dentro de los 10 días siguientes a la terminación de cada mes. Estas se organizan para cumplir con esas exigencias como efectivamente sucede. Es decir: la estructura del sistema contable y el equipo de personas dedicado a trabajar en él hacen posible lo que para un contador independiente se le escapa de las manos.

Cuando un cliente crece debería tener claro los ajustes que debe hacer en su organización. Mal hacen los contadores que soportan los cambios hasta la negociación de un nuevo contrato. A veces el cliente no es consciente del apoyo que está recibiendo. Muchos profesionales procuran que el cliente no sepa cómo se trabaja para así no tener reproches. Por ejemplo, no cuentan que pueden hacerse cargo de una nueva cuenta porque habrá un auxiliar para ocuparse de ella. La desinformación de los clientes es fuente de muchos problemas. En cambio, la transparencia promueve mejores relaciones pues ayuda a la formación de decisiones razonables.

La formación de los clientes es una gran inversión.

*Hernando Bermúdez Gómez*