

**D**urante años se ha discutido con las autoridades qué actividades son necesarias para el desarrollo del objeto social. Algunos piensan que las atenciones a clientes no son necesarias para el desarrollo del objeto. Otros sostienen que hay gastos que siendo necesarios no son o no deben ser deducibles, porque no contribuyen a la generación de ingresos. Tal sería el caso de las campañas para invitar a no fumar. Otros piensan que las seguridades no generan un activo, porque la entidad podría seguir funcionando hasta que tenga un siniestro.

En un restaurante, la calidad de la comida junto con la atención de los clientes, son dos factores esenciales para el éxito del negocio. Sin embargo, se contabiliza la producción de la comida y el salario de los colaboradores, pero no dicha calidad ni el nivel de la atención. Es decir, en más de una ocasión no se miden, ni reconocen, los verdaderos generadores de ingresos. Por esta razón, los estados financieros no ayudan a prevenir el quebrantamiento del negocio cuando éste pierde sus fuentes de éxito.

¿Cómo es que hay personas que se hacen ricas comprando negocios en quiebra?

Si una persona hace un par de zapatos y lo ofrece en venta, tiene un activo. Pero si resuelve usar el par de zapatos para caminar, tiene un gasto. En este caso la actividad física del artífice y su resultado, los zapatos, carecen de valor, aunque con ellos se siga trabajando y produciendo nuevos ingresos.

Hoy sabemos que uno de los más importantes recursos para ser sostenibles es

el conocimiento, a partir del cual es posible el desarrollo de nuevos productos, capaces de abaratar otros, alargar su duración, sustituirlos con ventajas, etc. Se miden las matrículas, las pensiones, los honorarios pagados a profesores, conferencistas, entrenadores, los instrumentos necesarios para la enseñanza, pero no se mide el resultado, es decir, el conocimiento.

Sin duda hoy en día hay que informarse sobre cosas fuera del balance, como la reputación ética, el buen nombre contractual, la fama, la clientela, la posición favorable o desfavorable de las partes relacionadas, el ambiente organizacional. El simple análisis de los elementos de un balance y de los flujos de ingresos, costos y gastos, puede no dar cuenta en forma cercana de los verdaderos motivos de la prosperidad de una organización.

Pocas cosas atraen clientela como la amabilidad y la caridad. Pensemos en un médico. Si tiene fama de sabio, pero de malgeniado, por lo común la gente tratará de evitarlo. Pero si es amable y se sabe de su solidaridad con los pobres, muchos querrán ser tratados por él y querrán apoyarlo en sus causas benéficas.

¿Cuáles son los elementos de valor? ¿Cómo se mide lo que la gente aprecia? ¿Qué es lo que efectivamente inclina a un comprador a adquirir de éste en vez de aquél? ¿Debe la contabilidad limitarse al mundo monetario?

Estas y otras cosas deberían ser objeto de reflexión en las aulas.

*Hernando Bermúdez Gómez*