



La vigencia de la contaduría

- Las cuentas claras son atributo exclusivo de la contabilidad.

Hay acciones en la vida de los negocios que se consideran dentro de la cultura industrial contemporánea. Hace 30 o 40 años era muy difícil concebir una entidad mercantil sin que elaborara un producto. Hoy sabemos que el producir, en cuanto tal, es una acción que debe ser decidida por el empresario.

Sin embargo, esto no puede decirse de las actividades contables: el "hacer cuentas" es verdaderamente constitutivo para todo negocio, dado que su finalidad mercantil consiste en generar un valor económico agregado.

Otra cosa es pensar que un negocio pueda ser bien dirigido a partir de los puros y únicos datos contables. Las empresas son, si se me permite la metáfora, poliédricas. Tienen muchas caras.

Por ello, además de erróneo, es insólito y sorprendente que algunos consideren que la contabilidad ha caído de su pedestal en el ámbito de los negocios.

La consideración proviene, además, de fenómenos del todo independientes a ella misma y que no la fundamentan de ninguna manera. El que varias de las empresas más importantes, no sólo del mundo, sino incluso de la historia, hayan entrado en hecatombe por haber presentado mal sus contabilidades al público, lejos de disminuir un ápice la relevancia de la contabilidad, la subrayan.

Ni Enron ni WorldCom ni Arthur Andersen se hundieron por llevar bien la contabilidad, sino por falsearla.

Esto no significa de ningún modo que la contabilidad resulte perjudicial o engañosa.

En virtud de la triste catástrofe de esas compañías nos damos cuenta de la radical importancia de la contabilidad, no sólo como herramienta de medición, sino como escaparate para mostrar al público -cliente, consumidor, accionista, socio- lo que podemos llamar, en términos coloquiales pero exactos, las cuentas claras. Y esto sí: las cuentas claras son atributo exclusivo de la contabilidad.

Las actividades contables tienen ante sí un reto que para el hombre de negocios resulta generador de entusiasmo, en forma literal. Con el paso del tiempo, han surgido aspectos cada vez más profundos en la vida de los negocios que escapan a las tradicionales mediciones de la contabilidad.

Hoy el contador debe saber cuantificar el valor de un conocimiento, tarea por demás difícil si no es que imposible.

La contabilidad tiene que medir, hasta donde se pueda, no sólo el valor de los conocimientos, sino también la intensidad de la inclusión o pertenencia a la empresa de los hombres que en ella trabajan, para que sus activos, es decir, sus conocimientos, puedan considerarse contablemente como valor que pertenece a la organización.

Dicho de otra manera, ahora no sólo le toca al contador calibrar el importe del "capital monetario" , sino lo que Francis Fukuyama ha llamado con acierto "capital social": trust.

*El autor de la columna es Presidente fundador del Consejo Superior del IPADE.

C.P. Carlos Llano Cifuentes

2010-08-16 05:00:00

©Derechos Reservados Periódico Excelsior, S.A. de C.V., 2007. Bucareli No. 1, Col. Centro. C.P. 06600
México, D.F. Tel. + 52 (55) 5128 3000. Diseñado por Excelsior

EXCELSIOR