

En reciente nota de prensa de [IMA](#) leímos: “(...) *Commenting on the role of the PAIB Committee and the report, White noted: “IMA is unique among accounting organizations internationally because it is the only one focused exclusively on management accountants. The IFAC Professional Accountants in Business Committee has the same focus and works to ensure the management accounting skill set is recognized as a critical, distinctive, and respected component of the accounting profession – after all, it is the largest part it.” (...)*”

Conscientes de lo afirmado, hemos tratado de fijar la atención de los profesores en los pronunciamientos del comité PAIB. La verdad no hemos tenido resultados dignos de anotar.

En el documento [Professional Accountants as Business Partners and Value Enablers, Sharing Knowledge, Ideas, and Experience, September 2017](#), se lee: “(...) *The relevance of accountants as business partners in both the private and public sector depends on effective EPM. The finance function has to enable decisions across the organization, requiring deeper, clearer insight into operations, customers, markets, and the external business environment, including trends and competitors. To seize the opportunities that EPM and business analytics present requires an operationally grounded and data-driven perspective to decision support. (...)*”.

Definitivamente los contadores que se preocupan principalmente por el

cumplimiento con los informes a terceros, especialmente los de naturaleza tributaria, no han entendido que se trata de apoyar la administración del desempeño empresarial - EPM-, la cual tiene claras finalidades en materia de rentabilidad.

El contador debe abrir los ojos, descubrir, ante los distintos funcionarios las posibilidades y los peligros que la organización tiene ante sí. Al hacerlo hará posible que se adopten medidas adecuadas para obtener los mejores resultados. No se trata de informar lo que ya se sabe. Este tipo de información estorba. Se trata de añadir datos a los ya tienen las personas involucradas en un área, ya sea porque provienen de análisis más profundos, o de otras dependencias, o del exterior de la empresa.

En la actualidad se requiere de mucha más información que antes, tanto interna como externa. Es necesario situar la empresa dentro del entramado de las relaciones sociales y las relaciones de mercado, de manera que ella sepa a ciencia cierta en dónde se encuentra. También es necesario comprender con acierto cuál es el verdadero negocio de una empresa y cuáles sus elementos claves.

Información disponible hay mucha. Demasiada. Pero información confiable no hay tanta. Hoy los contadores deben seguir ofreciendo datos fieles en los que se puedan apoyar decisiones, lo que implica distinguir las diferentes fuentes que nos asedian.

Hernando Bermúdez Gómez