E

lemento clave de la teoría de la información es la caracterización de sus destinatarios. En la visión de IASB estos son los que tienen interés en resolver si otorgan, mantienen, retiran o niegan, recursos a una entidad. IASB cree que esta información es útil para otras personas, al tiempo que reconoce que los inversionistas actuales y potenciales recurren a otro tipo de información antes de decidir.

Desde hace más de 5 siglos las empresas han dejado de ser un asunto de interés privado, para convertirse en tema de interés público. Hay normas que buscan su satisfactoria administración, como la que las obliga a llevar contabilidad y hay normas que privilegian su existencia, como las leyes sobre insolvencia.

Según [Accountancy Europe](https://www.accountancyeurope.eu/about-us/how-can-accountants-do-different-things/) “(…) *La sociedad civil quiere saber no sólo sobre el desempeño financiero de las empresas sino también cómo operan. Además, la sociedad civil solicita transparencia en entidades públicas, sobre cómo gastan el dinero del contribuyente. Esto se traduce en la necesidad de que los contadores ayuden a garantizar una economía sostenible y responder a una demanda creciente de confianza y comportamiento ético*. (…)”

La vocación necesaria de la información es su divulgación. Como lo hemos anotado varias veces, de poco sirve la puesta en vigencia de nuevos estándares, si la respectiva información no puede ser conocida y utilizada por los interesados.

Ahora bien: hoy las empresas son evaluadas desde muy distintos puntos de vista, dentro de los cuales van ganando terreno los que tienen que ver con la [responsabilidad social](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_and_ir_international_integrated_reporting.pdf), es decir, con el buen gobierno, respeto de los derechos humanos, prácticas labores justas, sostenimiento del medio ambiente, prácticas de operación correctas, protección de los consumidores, participación de las comunidades en su desarrollo.

Los nuevos interesados en la información ejercen presión sobre los preparadores para que les atiendan sus necesidades, provocando un cambio de actitud de los contadores preparadores y aseguradores.

Las nuevas ópticas requieren más explicaciones y menos cifras. Es indispensable comprender las estrategias de las entidades, pues detrás de los esfuerzos por aumentar la riqueza puede esconderse un desastre social.

Aunque a muchos no guste, la actividad empresarial no puede demeritar el ser humano ni acabar con el medio ambiente. La ganancia no justifica los medios ni los efectos colaterales.

Así las cosas, más que si las cifras están bien establecidas, el público quiere hoy tener conceptos sobre la operación de las empresas, para saber si efectivamente están comprometidas con el bienestar de todos.

Esto supone una educación diferente, que privilegie el humanismo. Menos técnica, menos finanzas abstractas, más conocimiento de las comunidades, de sus necesidades y aspiraciones.

*Hernando Bermúdez Gómez*