E

n Colombia conocemos muy poco del comportamiento de los contadores respecto de sus clientes. La satisfacción de estos es un asunto muy importante porque este sentimiento promueve la renovación de los contratos y el mejoramiento de las condiciones al ascender dentro de la jerarquía empresarial y obtener mejores remuneraciones. La cuestión incluye situaciones problemáticas porque hay clientes que se satisfacen cuando el profesional los ayuda a ganar más dinero a través de la realización de prácticas ilegales. En este caso se crea y desarrolla una insatisfacción comunitaria que afecta la imagen general de los contadores, haciendo muy difícil la gestión de los contables dentro de las empresas.

En un artículo de Demaret, J. (2018) titulado [*Les trajectoires de construction de légitimité ou de délégitimation des contrôleurs de gestión*](https://www.cairn.info/revue-comptabilite-controle-audit-2018-2-page-37.htm), publicado en la revista Comptabilité Contrôle Audit, 24(2), 37-72, se lee: “(…) *La premiere contribution de cette étude est d'établir une comparaison entre nos cas de contrôleurs, qui permet de s'interroger sur la prééminence de certaines de leurs natures de légitimité (fonctionnelle puis cognitive). En d'autres termes, le controleur tend a accroître ses activités a forte valeur ajoutée (Lambert, 2005) et a s'orienter vers du conseil stratégique (Bouquin et Fiol 2007) pour étre évalué légitime. Il doit prouver sa capacité aupres de ses évaluateurs en légitimité a devenir un business partner (Kennedy et Sorensen, 2006), communiquant, et aux apports tangibles sur l'amélioration de la performance. Il doit privilégier également le dialogue avec les managers opérationnels (Godener et Fornerino 2017), ce qui vient confirmer les travaux sur les contrôleurs de gestion (Bescos 2002 ; Bollecker 2007 ; Caron et al. 2011 ; Fornerino et Godener 2006). Cette recherche vient donc conforter l'idée que les contrôleurs privilégient les orientations de leur métier plus nobles aux yeux de leurs interlocuteurs, en s'affranchissant des tâches de production et de remontée de chiffres, pour devenir des partenaires des opérationnels et aider les managers a prendre des décisions opérationnelles (Järvenpää 2007 ; Morales 2013). Ce constat nous amene a nous interroger sur les raisons de cette prééminence du modele du business partner dans les organisations. Plusieurs explications ont été avancées dans la littérature en controle de gestion comme l'évolution des outils informatiques de gestion (Emsley 2005), ou comme plus de transversalité dans les organisations qui favorise les échanges croisés entre managers et contrôleurs (Järvenpää 2007). Un autre constat avancé par Goretzki et al. (2013) réside dans le fait que les associations professionnelles, les consultants et les chercheurs en contrôle de gestion contribuent a la diffusion du modele de business partner dans la profession. D'apres les auteurs, le profil du business partner est légitime et légitimé pour le groupe professionnel autour du controleur de gestion.* (…)”.

Cuando somos capaces de superar el estadio de la producción de información y logramos contribuir en la dirección de la gestión, entonces tendremos una posición legítima.

*Hernando Bermúdez Gómez*