E

n un artículo de Lucy Cohen, titulado *Digging into your practice data: What gets measured gets managed*, publicado por AccountingWEB, se lee: “(…) *Así que mientras rastreaba todos nuestros datos y pensaba, "¿y qué?", Me di cuenta de que había caído en esta trampa. Me había estado engañando a mí mismo diciendo que solo porque recopilamos muchos datos, nos estaba ayudando a alcanzar nuestros objetivos. Pero la verdad era que lo estábamos tratando como un ejercicio de administración más que como una lección de rendición de cuentas. ―Tan pronto como me di cuenta de en qué habíamos caído, sacudí las cosas. Comenzamos a mirar las partes más importantes del negocio, cómo se estaban desempeñando actualmente y cómo queríamos que se viera ese rendimiento en un mundo perfecto. Luego profundizamos en las actividades que impulsarían ese resultado y comenzamos a ver qué datos representaban el rendimiento en esas áreas. ―Los datos que hemos elegido para rastrear no siempre son lo que imagina que podrían ser. Hacemos un seguimiento de cosas como el tiempo que lleva responder una llamada telefónica, cuántos correos electrónicos se cierran después de una respuesta (una indicación de que el correo electrónico era apropiado en esa situación) versus cuántos correos electrónicos se envían de un lado a otro (lo que nos dice que tal vez alguien debería haber levantado el teléfono al cliente en su lugar). Medimos la productividad frente a las calificaciones de eficiencia, que nos dicen cuánto tiempo "muerto" existe en las operaciones, y nos obsesionamos con asegurarnos de que las cosas no se manejen dos veces durante un proceso.* (…)” Esta autora nos recuerda que lo que no se mide no se gestiona. Nos hace ver que no por obtener muchos datos estamos ayudando a las empresas a mejorar. Hay que dedicarse a medir los procesos verdaderamente influyentes en los resultados de la empresa. Esto puede consistir en un cambio importante en la búsqueda de datos, en actividades de reflexión sobre otras cosas, en la innovación de cuanto podría servir para generar mejores resultados. A esto es que nos referimos cuando rechazamos a los profesionales de la contabilidad, quienes tienen un hermoso diploma colgado en alguna pared, pero solo se dedican a producir datos, sin utilizarlos para nada provechoso. La verdadera contaduría no consiste ni puede depender de las normas jurídicas y de los gobiernos, que se regodean sabiendo que los contadores se encargarán de identificar, acumular e informar cuantos datos les pidan, de lo cual no obtiene ningún beneficio el respectivo cliente, debiendo en cambio asumir el costo del profesional y de lo todo lo que éste consuma en su proceso de dar datos al Estado. La competencia de un contador, su prestigio profesional, depende de sus logros. Si su cliente mejora, el contable merece reconocimiento. Si no lo hace, será parte de los costos que hay que asumir por obligación. Cuando a la pregunta ¿qué hace un contador? se responde en términos de la información que entrega en formatos para que otros hagan, la profesión está perdida. Pero si la respuesta fuera, él nos ayuda a encontrar el camino de la prosperidad, entonces muchos querrían ser contadores.

*Hernando Bermúdez Gómez*