E

n las conclusiones del artículo *[Reducing partner risk: the effect of feedback timing and incentives](https://doi.org/10.1080/00014788.2023.2241135)*, escrito por Karen De Meyst, Eddy Cardinaels & Alexandra Van Den Abbeele, publicado por *Accounting and Business Research*, 2024 Vol. 54, No. 1, 3–32, se lee: “*In this paper, we examine whether and how incentives and the timing of feedback about target outcomes affect firms’ managers’ effort and their partners’ willingness to expose themselves to partner risk. Overall, our results suggest that when feedback is made available over a short time period, it is better not to provide incentives as incentives lead to lower managerial effort levels and a lower willingness of partners to invest in the partnership. Moreover, our results indicate that increased transparency by making feedback available over a short time period while not providing incentives is also preferable over providing feedback over a longer time period (regardless of incentives). While effort levels do not significantly differ among these three conditions, partners invest much more in the no incentives – short time period condition.* (…)”. Las empresas modernas consumen internamente muchísima Información, atendiendo a muy diferentes necesidades. Entre estas se encuentra la de saber si se cumplen las metas y si mantiene o mejora la posición en el mercado. La periodicidad de la información interna ha llegado a ser diaria, con cortes mensuales. Las políticas de manejo del recurso humano suelen acudir a incentivos, para mantener o aumentar el desempeño de los ejecutivos. La productividad y rentabilidad de las empresas repercute en sus dueños, para quienes se plantean expectativas favorables o negativas. El artículo expone que no es conveniente mezclar información e incentivos. Los riegos propios de recurrir a agentes crean la posibilidad de que éstos hagan trampas, incurran en infidelidades, manipulen la información, a partir de la realimentación que se les dé, buscando hacerse a los incentivos. Los incentivos son muy variados. Uno muy importante es el de la reputación o fama, que presenta a los gestores como individuos muy exitosos, con lo cual se hacen a otras prebendas. Debido a la política de sueldos fijos, para muchos las oportunidades están unidas a los incentivos. Parecería que éstos son muy eficaces, pero hay que tener cuidado con que sean el motor de irregularidades. Otro problema consiste en que los éxitos pueden depender de circunstancias externas o de terceros y no necesariamente de aquellos a quienes se ha ofrecido el premio. Los sistemas de información deben identificar las fuentes y no solamente su efecto. Por ejemplo, una enfermedad que abata un producto agrícola puede provocar que otro fruto vegetal tenga un mejor desempeño en el mercado. Esto no debería atribuirse, reconocerse, acumularse, en cabeza del sujeto del incentivo. Una contabilidad que identifica los autores, los sujetos, los partícipes, puede cambiar en gran medida la información, que por ahora solo ha tenido eso en cuenta en casos especiales. He aquí una de las cosas interesantes del modelo REA, que pretende reconocer los agentes que intervienen en los hechos económicos. Este es otro asunto para la reflexión académica.

*Hernando Bermúdez Gómez*