E

n *Management Accounting Research* 62 (2024) 100856 encontramos el artículo *Cost decisions of supplier firms: A study based on the customer-supplier link*, escrito por Nishant Agarwal & Swetha Agarwal, antecedido del siguiente resumen: “*We examine the association between the cost decisions of suppliers and their key customers. Using a U.S.-based sample of customer-supplier pairs, we document that an increase in the key customer firm’s cost stickiness in the prior period results in a significant increase in their suppliers’ cost stickiness in the current period. This finding suggests that suppliers observe and incorporate the cost decisions of their key customers into their own cost decisions. Further, we find that this relationship is concentrated in the sub-sample where the likelihood of information frictions in the supply chain is high, the customer firms have a positive future demand outlook, and the customer firms’ managers have fewer opportunities to engage in empire-building activities. This paper contributes to the growing literature on cost behavior and supply chains by documenting the role of cost decisions of customers in mitigating the adverse effect of information frictions in supply chains. This paper also provides industry-related implications by suggesting that an increase in the cost stickiness of customer firms could act as a signaling mechanism for the supplier firms allowing them to prepare for a potential change in future demand.*” Es evidente que la llamada inteligencia de mercados hace que los proveedores estén muy atentos al comportamiento de sus clientes, al punto que sus precios son determinados por los precios de sus clientes. Esto lo vemos muy de cerca en las universidades, todas muy influyentes en la economía de su entorno. Muchísimos comerciantes tratan de vender por debajo de los precios universitarios. Son detalles que confirman que la economía es un conjunto, en el cual algunos ganan y, correlativamente, otros pierden. ¿Quiénes son los que estarán ganando en este momento? Solo identificamos las redes corruptas, mediante las cuales los particulares están llenando sus alforjas (pues los bolsillos son pequeños) y el Estado sigue asumiendo pérdidas. Este artículo también sirve para que tomemos conciencia de que no es cierto que a partir de los costos propios definimos los precios que vamos a cobrar a terceros, como si fuésemos totalmente autónomos dentro del mercado. Más bien parece que del estudio de los precios de mercado derivamos nuestros propios precios y a partir de éstos es que ajustamos los costos de lo que vamos a producir, de manera que lo hagamos bien y obtengamos una utilidad aceptable. Si otro productor es capaz de producir a menor costo y utilidad, podrá cobrar un precio inferior y nos sacará de la competencia. Como queda claro el conocimiento de los mercados es un insumo necesario, indispensable, para la adecuada gestión de una empresa. Este estudio no puede hacerse por neófitos ni con herramientas inadecuadas. Necesita de información confiable y de análisis de profesionales expertos. ¿Cuáles son las herramientas y cuáles los expertos a los que hay que acudir? Esto no lo saben los profesores por lo que no lo enseñan a sus alumnos. Así estos quedan en manos de los *fake news*.

*Hernando Bermúdez Gómez*