N

os explica Dorian Lane, en su artículo [*Revisiting the Impact of Goals on Affect and Effort*](file:///C%3A%5CUsers%5Chdobe%5CDropbox%5CMi%20PC%20%28LAPTOP-SSPTUC37%29%5CDocuments%5Chbg%5Cborradorescontrapartida%5C10.1111%5C1911-3838.12277), publicado en *Accounting Perspectives*, Dec2021, Vol. 20 Issue 4, p617-651. 35p: “‎*Los objetivos de rendimiento son uno de los controles de gestión más frecuentes utilizados en la práctica para abordar las preocupaciones motivacionales. Los objetivos influyen en el estado afectivo de los empleados al permitirles evaluar su desempeño contra un estándar y determinar si su desempeño es satisfactorio. El objetivo de este artículo es comprender y ampliar la literatura actual de contabilidad de gestión sobre los objetivos y su efecto en el esfuerzo de los empleados a través del afecto. Abordo este objetivo de tres maneras. Primero, realizo una revisión sistemática de la literatura de contabilidad de gestión para determinar lo que sabemos sobre los objetivos y determinar si la literatura reconoce los efectos importantes que los objetivos tienen sobre el afecto. De la revisión de la literatura, observo la escasez de investigación que examine las consecuencias afectivas del uso de objetivos de rendimiento. En segundo lugar, discuto algunas de las teorías prominentes de la psicología que explican la relación entre los objetivos y el afecto y proporcionan sugerencias para preguntas de investigación. En tercer lugar, desarrollo una manipulación experimental utilizando participantes en línea para demostrar que el logro de objetivos y el fracaso de objetivos conducen a reacciones afectivas positivas y negativas significativas, respectivamente. Al compartir mi método de investigación, proporciono un punto de partida que los investigadores de contabilidad pueden emplear para examinar cómo el afecto puede influir en el esfuerzo, que tiene un vínculo causal importante con los resultados de rendimiento*.‎” Una de las desfiguraciones, distorsiones, desviaciones, más grandes de la sociedad actual consiste en haber sostenido que la única manera efectiva de motivar a los empleados y a otros proveedores es acudir a estímulos económicos. En este orden de ideas se han diseñado muchas formas de atracción, todas con un trasfondo económico. Sin embargo, de la misma manera como en un momento determinado las personas se adhieren a una organización, en cualquier otro cambian de apego, dependiendo, claro está, de los nuevos horizontes económicos que se les ofrecen. La mentira ha llegado a sostener que deben entronizarse indicadores de productividad, para hacer depender de ellos los niveles de remuneración, porque de otra forma las personas no se preocuparían por hacer su tarea. Sin embargo, por más intentos y presiones que se hayan hecho, las personas saben que los afectos están por encima de los reconocimientos económicos. Un verdadero amigo supera en mucho a otros reconocimientos que puede ofrecer la sociedad actual. En otras palabras: el principal recurso de las organizaciones no es el capital financiero, sino las personas vinculadas a ellas. Si éstas se adhieren con afecto a una empresa y desean que ella sea exitosa, no habrá fuerza que les impida lograr su objetivo. Transmitirán su afecto a los proveedores, prestamistas y clientes. Esto no es ni sueño ni teoría, sino realidades que hemos podido observar entre los humildes.

*Hernando Bermúdez Gómez*