E

n el artículo *Explaining Investors' Fixation on Increasing Revenue: An Experimental Investigation of the Differential Reaction to Revenues versus Expenses*, escrito por Smith, James, Wynes, Michael, en *Accounting Perspectives*, 1911382X, Mar2022, Vol. 21, Fascículo 1, se lee: “‎*En este estudio, examinamos las reacciones de los inversores a las sorpresas de ganancias positivas cuando son causadas por el aumento de los ingresos, la disminución de los gastos o por una combinación de aumento de los ingresos y disminución de los gastos. Identificamos un proceso heurístico que puede sesgar los juicios de los inversores de maneras inesperadas. Si bien investigaciones anteriores sugieren que la reacción diferencial a las sorpresas de ganancias positivas causadas por el aumento de los ingresos frente a la disminución de los gastos es causada principalmente por diferentes niveles de persistencia, en nuestro estudio aprovechamos las fortalezas del método experimental para controlar los niveles de persistencia. Encontramos que, incluso cuando se controla la persistencia real en la sorpresa de las ganancias, los inversores tienen una reacción más fuerte a los aumentos de ingresos frente a las disminuciones de gastos. Si bien esta reacción diferencial sería inesperada con un sistema de procesamiento de información similar al bayesiano, estos hallazgos son consistentes con un proceso heurístico (por ejemplo, coherencia asociativa; Morewedge y Kahneman 2010) en el que los inversores evalúan los aumentos de ingresos como más positivos en comparación con las disminuciones de gastos a pesar de que tienen un impacto idéntico en las ganancias actuales o en las estimaciones de los inversores de las ganancias futuras.‎ ―Además, demostramos que cuando una explicación de las ganancias involucra tanto aumentos de ingresos como disminuciones de gastos (una característica común para muchas empresas que aumentan las ganancias), los juicios de los inversores parecen estadísticamente idénticos a los juicios cuando solo los aumentos de ingresos causaron la sorpresa de las ganancias. Esto sugiere que los juicios favorables relacionados con los ingresos se aplican sin esfuerzo a toda la sorpresa de ganancias, consistente con un hallazgo en la investigación psicológica conocido como el efecto halo (Balzer y Slusky 1992). Este hallazgo persiste incluso cuando los aumentos de ingresos representan una proporción mucho menor de la sorpresa de ganancias*.” La mente humana es sorprendente. Un pequeño ingreso puede sesgar la interpretación de todas las demás variables. Cuando nos ponemos a pensar en las cosas que se destacan, sobre todo en los informes de gestión, tenemos mucha evidencia sobre esta forma de obrar. Llevamos al frente cuestiones no tan importantes, pero que atraerán la atención logrando que no se de importancia a otros aspectos que individualmente o en conjunto pueden tener un mayor impacto. La lectura de las explicaciones de la gerencia debe hacerse luego de haber analizado las cifras con la mayor objetividad posible, de manera que se puede estar de acuerdo o en contra con las explicaciones que se planteen.

*Hernando Bermúdez Gómez*