

Los aspectos institucionales que influyen en un cambio en la contabilidad de gestión ¹

Institutional aspects with an influence over changes in management accounting

José Joaquín Alzate Marín

Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela

Forma de citar este artículo en APA:

Álzate Marín, J. J. (enero – junio, 2016). Los aspectos institucionales que influyen en un cambio en la Contabilidad de Gestión. *Revista Science Of Human Action*, 1(1), 87-102.

¹ Resultado de investigación desarrollada en "Las Asimetrías en la Información Financiera" adscrito al Doctorado en Ciencias Contables de la Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela.

* Economista de la Universidad Santo Tomás de Aquino de Bucaramanga, Magíster en Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás de Aquino, seccional Bucaramanga, Magíster en Economía de la Universidad Santo Tomás de Aquino de Bogotá. Especialista en Diseño de Soluciones Financieras de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Becario Internacional de la OEA y el Ilpes en el Área de Evaluación de Proyectos con los gobiernos de México y Chile. Profesor categoría Titular en la Universidad Industrial de Santander en el área de Econometría e Ingeniería Económica, profesor Asociado en la Universidad Autónoma de Bucaramanga, y la Universidad Santo Tomás de Aquino de Bucaramanga en el área de Finanzas y Econometría. Secretario de Planeación del Departamento de Santander, Decano de Economía de la Universidad Santo Tomás en Bucaramanga, Rector de Fitec, Director de Planeación de las Empresas Públicas de Bucaramanga (hoy Tele Bucaramanga) entre otros. Correo electrónico: jalzate@unab.edu.co

Resumen

En este artículo se espera mostrar que la economía de la información representa un cambio fundamental en la gestión de la empresa. La tesis de Adam Smith de que los mercados por si solos se autorregulaban ha perdido vigencia. Mercados con mucha o poca injerencia del estado nos permite desconfiar de sus resultados. El papel de la información en la toma de decisiones hoy juega una función preponderante, existen asimetrías de información entre los que gobiernan y los gobernados, lo mismo los que compiten en el mercado necesitan superar las asimetrías de la información y a su vez encontrar formas de superar las consecuencias infortunadas producto de dichas asimetrías.

Igualmente la información es hoy más compleja, los mercados más volátiles y se necesita cantidad y calidad en la información, buscando el control de las operaciones cotidianas en la empresa.

Palabras claves:

Economía de la información, Teoría institucional, el papel de la empresa, Contabilidad de gestión, Asimetrías de la información.

Abstract

This paper is expected to show that information economy represents a critical change in business management. Adam Smith's thesis stating that markets are self-regulated has lost validity. Markets with high or low State interference allow us to distrust its results. The role information plays in decision-making has become major today; there are information asymmetries between those who govern and those who are governed. In a similar fashion, those who compete in the market need to overcome information asymmetries and, in turn, find ways to overcome the unfortunate consequences of such asymmetries.

In addition, information is more complex nowadays, the markets are more volatile, and quantity and quality of information are needed, if the control of daily company operations is sought after.

Keywords:

Information economics, Institutional Theory, the role of business, management accounting, information asymmetries.

Introducción

La teoría del equilibrio general es sin lugar a dudas, uno de los pilares de la ciencia económica. No obstante, su capacidad de análisis se vio limitada en un principio a los modelos de competencia perfecta, hoy dicha teoría es usada en modelos de tipo determinístico o estocástico en aquellos de competencia imperfecta, en los cuales se considera que todos los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones operativas del mercado, razón por la cual las interacciones solo se pueden dar mediante el sistema de precios. Este supuesto que se generaliza en la gran mayoría de los modelos económicos, constituye un problema de orden metodológico, máxime si se tiene en cuenta que en la realidad, casi la totalidad de los mercados son de naturaleza imperfecta debido, entre otras causas, a que las partes involucradas tienen diferentes niveles de información sobre los intercambios que efectúan.

Como respuesta a dichas disparidades y con el ánimo de brindar marcos explicativos más contextualizados, el análisis económico debió dar un vuelco hacia las situaciones de equilibrio parcial y general no competitivo, en las que además existen asimetrías de información entre las partes, lo cual les lleva a interactuar de forma estratégica.

Bajo este nuevo paradigma, la economía de la información surge por la necesidad de contar con un sustento teórico que permitiese hacer análisis precisos en las implicaciones de la información, en las relaciones de agencia, dando por sentado que la racionalidad individual, la información asimétrica y la divergencia entre principal y agente dan cabida tanto al oportunismo precontractual como al de tipo pos contractual en el proceso de negociación.

Los teóricos de la economía de la información, desde Cournot (1838), Meyerson (1999), Von Neumann (1928), Nash (1951), Selten (1975), Kreps & Wilson (1982), han propuesto un sinnúmero de soluciones aplicables a las situaciones en las que las partes ocultan información relevante o realizan acciones ocultas en aras de su propio beneficio. Dichas soluciones correctivas van desde las estrategias de señalización del tipo de agente, hasta los esquemas de control y vigilancia por parte del principal; pasando por la autoselección en las ofertas de contratos alternativos y la aplicación de sistema de incentivos.

Entonces los últimos desarrollos, encabezados por Williamson (1991) se dirigen a buscar soluciones de tipo preventivo, es decir, a métodos que, considerando la discrepancia de intereses entre principales y agentes, impidan las distorsiones que puede generar su información privada. En este sentido, la teoría del diseño de mecanismos nace como una estrategia metodológica que permite alcanzar objetivos establecidos y socialmente deseables que pueden darse en contextos de información asimétrica.

Desde esta perspectiva, el objetivo del diseño de mecanismos según (Palacio, 2011, párrafo. 27) es “investigar los diferentes resultados que pueden obtenerse con marcos institucionales alternativos”, con lo cual se busca minimizar el impacto adverso que tienen las asimetrías de la información sobre la eficiencia de las asignaciones económicas.

Como veremos, los postulados de la teoría del diseño de mecanismos proveen herramientas que permiten crear una institucionalidad que guie las interacciones estratégicas de los agentes económicos, en situaciones en las que sus decisiones están sujetas a limitaciones en el acceso a la información relevante del intercambio.

Por lo expuesto anteriormente, el diseño de mecanismos puede aplicarse, entre muchos otros casos, a modelos de carga impositiva, a la provisión de bienes y servicios, a los diseños de subastas, a esquemas de contratos para la concesión de vías.

Para tal efecto, su desarrollo se encuentra conformado por dos epígrafes complementarios. La forma secuencial de su presentación nos permitirá lograr entender a cabalidad la comprensión de la economía de la información.

En el primer epígrafe se hace una exposición sistemática y organizada de las ineficiencias que tienen lugar en los mercados debido a la existencia de asimetrías de las informaciones precontractuales y post contractuales, en la información que disponen los agentes y las medidas que se han tomado como respuesta correctiva en sus implicaciones.

De la misma forma, en el segundo epígrafe se presentan los fundamentos de la teoría del diseño de mecanismos, aun en el caso de que una de las partes no posea la misma información que la otra en la transacción o en la aprobación de los indicadores de gestión.

1. Relación de Agencia y Costos de

Con el ánimo de entender la naturaleza de la organización económica moderna y analizar las ineficiencias que implica la información asimétrica en las transacciones contractuales, la economía de la información se ha desarrollado con dos enfoques teóricos complementarios a saber: la teoría de la agencia y la teoría de los costos de transacción.

La teoría de la agencia, cuyos primeros estudios fueron desarrollados por Berle & Means (1932) y consolidados por Jensen & Meckling (1976), trata de las relaciones de mercado que se establecen de mutuo acuerdo entre dos agentes económicos, por medio de un arreglo contractual, ya sea formal o tácita. La parte contratante, también llamada principal, delega ciertas funciones y poder de decisión a la parte contratada, a quien se le denomina agente, para que éste realice una acción determinada en su nombre a cambio de un pago previamente acordado.

El contrato que suscriben las partes es un compromiso legalmente exigible que debe especificar las tareas que efectuará el agente, la retribución que el principal ha de concederle una vez las haya realizado y el reparto del riesgo derivado de la elección bajo condiciones de incertidumbre. Por este motivo, sus cláusulas solo deben basarse en variables que sean fácilmente verificables por algún mediador externo. Esta circunstancia aunada al conflicto de intereses al que hay lugar cuando principal y agente tienen objetivos no compartidos, y al hecho de que los participantes pueden tener un acceso diferenciado de la información, lleva a contraer un compromiso imperfecto y abre la posibilidad que ambos se comporten de forma oportunista, es decir según Elorrieta (2012). No actúen ingenuamente y dirijan su comportamiento según sus objetivos particulares, sin consideraciones altruistas de tipo ético y moral.

Cuando se presentan estos problemas de agencia es probable que se transgredan los términos del acuerdo. En este caso, el principal incurre en ciertos costos objetivos para reducir la pérdida residual del incumplimiento a su mínima expresión.

En general, estos costos de agencia obedecen a costos de supervisión de las acciones del agente, monitoreo de su desempeño y vigilancia de su comportamiento; costos de incentivos para que el agente se comprometa completamente y gastos de honorarios por concepto de representaciones legales ante una confrontación jurídica entre las partes.

Concretamente, afirma Mascareñas (2007), “los costos de agencia son los costos incrementales por encima del costo en que se hubiese incurrido en un mercado perfecto, y se originan cuando un agente actúa en nombre de un principal” (p. 7).

De otra parte, debe tenerse en cuenta que cuando se establece un nexo contractual entre dos agentes económicos con diferentes intereses, lo que en realidad se está efectuando es un intercambio de recursos por medio del cual las partes se transfieren, temporal o permanentemente, los derechos de propiedad de los activos que le pertenecen (Eggersson, 1995). Para aclarar esta proposición, considere a modo de ejemplo, una relación empleador-trabajador en la cual se intercambia fuerza laboral por una retribución monetaria en forma de salario, una relación comprador-vendedor cuyo intercambio es de dinero por bienes y servicios, o una relación asegurador-asegurado donde se intercambia el valor de la póliza por las garantías de protección de la misma.

Partiendo de este formato de análisis, Coase (1937) construyó los cimientos teóricos de lo que Williamson (1985) llegaría a llamar Teoría de los Costos de Transacción.

Este enfoque plantea que la unidad básica de análisis debe ser la transacción, es decir, la transferencia de recursos de un individuo a otro. El comportamiento de los agentes económicos en el transcurso de la relación no es lo que debe considerarse para evaluar la eficiencia de los resultados del contrato, y ello es así porque las partes que interactúan en escenarios institucionales establecidos para intercambiar sus derechos de propiedad pueden modificar o renegociar los términos del acuerdo cuando cambian las condiciones en que se efectúa la operación, por lo cual el agente económico individual no funge como una unidad micro analítica apropiada.

Cuando se realiza un intercambio de activos entre dos partes, se genera para ambas una serie de costos subjetivos que deben ser minimizados dado el principio de eficiencia. De acuerdo con Williamson (1985, p. 31), estos costos, denominados costos de transacción, “son los costos de hacer funcionar el sistema de intercambios, y se derivan, principalmente, de la búsqueda de la información y del tiempo dedicado a la negociación”; según Milgrom & Roberts (1993, p. 729), los costos de transacción pueden ser de dos tipos: costos de coordinación o costos de motivación.

Los costos de coordinación nacen de la necesidad de determinar las acciones entre los participantes y los detalles inevitables para realizar la transacción. Estos costos son causados principalmente por la racionalidad limitada de las partes, dado que los individuos, al no poder organizar sus intercambios automáticamente, precisan de una logística previa.

Desde esta óptica es claro que los costos de transacción son la base para entender los conflictos de interés entre individuos y que se generan en el trámite de los intercambios de recursos económicos. Por ello, es de gran importancia prevenir las disputas entre las partes e idear formas óptimas de resolver conflictos, pues de esta forma se contribuye eficientemente a disminuir los costos de transacción.

Asimetrías de Información: Implicaciones

Desde los enfoques de la teoría de la agencia y de la teoría de los costos de transacción, se abordan analíticamente los inconvenientes ocasionados por la discordancia de objetivos entre principal y agente en el intercambio de activos, teniendo en cuenta que el incumplimiento del contrato suscrito es causal de sanción legal y pecuniaria. Sin embargo, por el alcance de su método, estas doctrinas no profundizan sobre las implicaciones contractuales cuando las partes no se encuentran debidamente informadas acerca de las condiciones más importantes de la transacción.

Como se ha mencionado, los mercados reales a menudo presentan fallos sistemáticos asociados a los problemas en los niveles de información que poseen los agentes económicos. Estos fallos conducen a equilibrios cuyos resultados de asignación de recursos son necesariamente ineficientes. Para efectos de análisis, desde la economía de la información se acepta que la información entre las partes puede ser incompleta, imperfecta y asimétrica. La existencia de información incompleta o imperfecta rompe con la teoría de los mercados perfectamente competitivos, en tanto que la presencia de información asimétrica es el punto que sustenta el enfoque de la economía de la información.

Se dice que la información es incompleta cuando el conocimiento que tiene uno de los participantes acerca de las condiciones operativas del mercado, no está disponible para el otro. Formalmente, esta situación se presenta cuando una de las partes contratantes no conoce el tipo de la otra, es decir, cuando ignora al menos una característica inalterable o una preferencia de su contraparte y por lo tanto, “desconoce los pagos asociados a sus posibles combinaciones de estrategias” (Cauch, 2001, p. 125). Pese a que se supone que los agentes económicos eligen racionalmente, la información incompleta impide que alguien pueda prever las consecuencias que tendrán sus actos sobre los pagos del otro.

Así mismo, Cauch (2001) atribuye la existencia de información imperfecta a que una de las partes no sabe todo lo que la otra ha hecho en el devenir de la relación. De esta afirmación se deduce que la información disponible para un agente económico es imperfecta cuando éste no conoce las acciones que el otro ha emprendido en el desenvolvimiento del contrato, y que evidentemente repercutirá sobre los pagos que recibirá.

Debido a la naturaleza imperfecta de los mercados, resulta apenas lógico que en un acuerdo para el intercambio de recursos, principal y agente cuenten con diferentes niveles de información acerca de las condiciones de la transacción. En este caso, se dice que existe información asimétrica. Las asimetrías de información se dan “cuando una de las partes sabe algo que la otra desconoce. Por eso es fácil anticipar que la parte que tenga la ventaja informativa intentara utilizarla en su provecho” (Macho Stadler & Pérez Castrillo, 2005, p. 320). Cotidianamente son más comunes las situaciones en las que el agente se encuentra mejor informado que el principal, aunque existen algunas excepciones.

Sin embargo, estamos suponiendo para efectos analíticos que el principal es la parte menos informada, pero que posee todo el poder de negociación. Por ello, es él quien propone el contrato y, es el agente quien decide si lo acepta o no, teniendo en cuenta que rechazará toda oferta cuya utilidad esperada sea inferior a su utilidad de reserva; es decir, si la remuneración que prevé recibir es inferior a su costo de oportunidad.

La existencia de desequilibrios en la información del entorno que desfavorecen al principal, y el elevado costo que implica medir con precisión las características y el comportamiento del agente, pueden hacer que las transacciones degeneren en oportunismo *ex ante* o *ex post* a la firma del contrato, lo cual da lugar a que los recursos no sean asignados eficientemente en el mercado, sino que se ejecute una asignación de segundo óptimo. Los riesgos de oportunismo precontractual y pos contractual que pueden originarse en las relaciones de agencia son denominados selección adversa y riesgo moral, respectivamente.

La selección adversa o anti selección, es el comportamiento oportunista derivado de las asimetrías de la información que ocurre previo a la firma de un contrato. En palabras de Milgrom & Roberts (1993), este problema se presenta cuando una de las partes de una negociación dispone de información privada sobre algo que afecta negativamente al beneficio neto que la otra obtendrá del contrato y, por lo tanto, sabe que el acuerdo será especialmente desventajoso para la parte desinformada.

Específicamente, “en los problemas de selección adversa una parte no observa el tipo de la otra parte y ésta, en cambio, si conoce su propio tipo” (Usategui, 2003, p. 102). Por las afirmaciones anteriores, y dado que hemos supuesto que el agente es la parte mejor informada, es posible deducir que esta fuente de ineficiencia surge porque el agente oculta sus verdaderas características de riesgo durante el proceso de negociación, de modo que el principal no puede determinar si su perfil se adecua a los requerimientos del contrato; por esta razón, no debe confiar a ciegas en lo que el agente, voluntariamente, le indique. Esta situación lleva a realizar acuerdos sub óptimos, que reducen los beneficios mutuos.

Las expresiones “selección adversa” y “anti selección” (Milgrom & Roberts, 1993, p. 729), aluden al hecho de que la información privada *ex ante* que posee el agente y su desconocimiento por parte del principal, hacen que este último elija sin saberlo al agente de forma contraria a sus intereses, es decir, que el agente contratado por el principal no sea el más idóneo para asumir competentemente las responsabilidades que se le han de delegar.

Para explicar esta aseveración, considérese un mercado de productos diferenciados por sus atributos de calidad, y apoyándose en un ejemplo clásico de Akerlof (1970), (Sobre el mercado de autos usados). En este caso, “cada vendedor conoce la calidad de su producto y, en cambio los compradores no pueden apreciar la calidad de un producto antes de comprarlo” (Usategui, 2003, p. 102).

Si suponemos que la calidad de los productos puede ser de dos tipos, “buena” y “mala”, y que ambos tipos se ofrecen al mismo precio y, que los demandantes conocen la distribución de probabilidad de que un producto pertenezca a cada tipo, entonces, su disposición a pagar por él se reduce. En este escenario, el hecho de que el precio de reserva de los compradores sea inferior al precio de venta, obliga a los vendedores a retirar del mercado los productos de alta calidad. Ante esta coyuntura, señala Usategui (2003, p. 102), se ven perjudicados “los productores de bienes de mayor calidad y también los compradores”.

De este evento se desprende la hipótesis de que la existencia de información asimétrica precontractual provoca pérdidas de eficiencia en los mercados (Del Brío, 1999), en la medida que reduce el número de transacciones que se realizan y, que en ciertas ocasiones, lleva a que no exista equilibrio alguno, dado que puede impedir la realización de cualquier intercambio. Bajo estas condiciones, el mercado deja de funcionar porque los compradores sabrán que solo hay productos de baja calidad disponibles para ser transados.

Cuando a pesar de la asimetría de información, se logra concretar un intercambio entre principal y agente, el equilibrio resultante será de uno de dos tipos posibles. El primero se denomina equilibrio separador (Spence, 1974), y se caracteriza porque existe un contrato diferente para cada tipo de agente, de tal forma que cada uno aceptará solo el contrato que esté más acorde con sus propias características, pues sabe que su tipo determinará los pagos que recibirá. El segundo tipo es el equilibrio agrupador, en este caso solo existe un contrato que ambos tipos de agente aceptaran, dado que, independientemente del tipo de agente de que se trate, siempre se alcanzarán los mismos pagos.

Para reducir al mínimo el riesgo de que se presenten problemas contractuales de selección adversa a causa de la información asimétrica *ex ante* entre principal y agente, en los mercados se han desarrollado dos clases de estrategias, a saber: señalización y criba. Dependiendo de la estructura de cada mercado, en unos casos será más conveniente utilizar estrategias de señales, mientras que la criba será más adecuada en otros. En los apartados subsiguientes se explica cada tipo de respuesta.

La primera clase de respuestas se denomina señalización o signaling (por su traducción al idioma inglés) y consiste, como lo comenta Spence (1973), en que el agente como participante mejor informado envía una señal clara y creíble al principal antes de la negociación del contrato, para indicarle su tipo, o lo que es lo mismo, las características objetivas sobre las cuales tiene información privada que el principal no puede observar; puesto que esta maniobra le resulta provechosa para incrementar sus pagos.

Emitir una señal, indudablemente, lleva un costo asociado. De modo que para que una señal sea efectiva revelando los tipos de agente, es preciso que este costo de emisión resulte significativamente más alto para los agentes menos idóneos, que para aquellos más adecuados. Se trata entonces de impedir que los agentes incompetentes envíen una señal falsa que logre engañar al principal, vulnerable por su fragilidad informativa.

Siguiendo el ejemplo empleado en la sección anterior, se trata de que los vendedores de productos de mayor calidad emitan una señal a los compradores para transmitirle información sobre los atributos de calidad del producto, puesto que con ello los compradores aumentarán su precio de reserva, y por ende, su disposición a pagar. En este caso, las garantías temporales de reparación o reposición pueden operar como una señal evidente de la calidad del producto y, es claro que, como consecuencia del elevado costo de esta salvaguardia, los vendedores de productos de menor calidad no querrán enviar un mensaje engañoso al mercado.

A efectos de citar algunos ejemplos de señalización en otros mercados, es conveniente mencionar: la educación como señal de productividad de los trabajadores, la aceptación de franquicias y deducciones en las pólizas de seguro como señal de riesgo bajo, y la autofinanciación por las empresas de alguna parte de sus proyectos de inversión como señal de menor riesgo de esos proyectos (Usategui, 2003).

El segundo tipo de respuesta se conoce como criba o estrategia de separación mediante ofertas alternativas, y proviene del vocablo inglés *screening*. Esta solución, puntualiza Stiglitz (2002), consiste en que el principal (la parte no informada) ofrece un menú de opciones contractuales en las que el agente (la parte mejor informada) tiene la libertad de elegir aquella que crea más conveniente.

De acuerdo con Usategui (1999), el objetivo del *screening* es que los distintos tipos de la parte informada se auto clasifiquen o separen según sus elecciones entre las distintas alternativas, sin embargo, este ardid solo hace posible que el principal revele la información privada que posee el agente, si el diseño de cada uno de los diferentes contratos que se ofrezcan a los agentes garantiza que estos se autoseleccionen según sus características personales, a pesar de que cada uno buscará maximizar su utilidad esperada (Milgrom & Roberts, 1993).

Por su estructura lógica, se considera que el *screening* está relacionado con la discriminación de precios de segundo grado (Usategui, 1999). Para argumentar esta aserción, considere el mercado de productos analizado previamente, pero suponga ahora que el vendedor es la parte menos informada (principal), por cuanto desconoce el tipo de compradores (agentes) en su función de su poder adquisitivo o de sus preferencias individuales. A su vez, cada comprador conoce exactamente sus gustos y su propia capacidad de pago. En vista de esta asimetría informativa, el vendedor puede vender “paquetes” de productos con cantidad o calidad distinta a tarifas no lineales, de modo que el precio de cada opción sea atractivo solo a un determinado tipo de compradores.

Para lograrlo, el vendedor debe elaborar las alternativas de tal forma que la ofrecida a los compradores de demanda baja no resulte atractiva para los compradores de demanda alta. Esto significa que la oferta destinada a los compradores de demanda baja no debe reportar excedente económico alguno, en tanto que la destinada a los compradores de demanda alta debe reportar un excedente positivo. Si ello ocurre, “consigue que los con-

sumidores de demanda alta no deseen adquirir la oferta diseñada para los de demanda baja” (Usategui, 2003, p. 102) y, que los consumidores de demanda baja no puedan acceder a la oferta diseñada para los de demanda alta a causa de su elevado precio.

Otros ejemplos típicos de la estrategia de criba se dan: 1) Cuando un empleador procura diferentes formas de remunerar a los trabajadores que contrata, así, puede ofrecer salarios fijos y pagos a destajo. Los trabajadores más productivos elegirán pagos sobre el trabajo realizado, mientras que los menos productivos pedirán sueldos invariantes; y 2) cuando las compañías de seguros para automóviles ofrecen una póliza en las que se obligan a resarcir una gran proporción de los daños por accidente, a cambio que el asegurado pague una prima elevada, y otra en la que se debe pagar una prima más baja pero que cubre una proporción más pequeña de las averías. Ante las opciones, los conductores imprudentes, y por ende más propensos a accidentarse, escogerán la primera póliza, en tanto que los más cuidadosos optaran por la segunda.

2. Riesgo Moral

Esta forma de comportamiento oportunista, ocasionado por la asimétrica distribución de la información entre principal y agente, tiene lugar en forma posterior a la firma del contrato. Por lo tanto, se supone que cuando se establece el acuerdo, ambas partes tienen el mismo nivel de información sobre las condiciones del mercado. El origen del riesgo moral está asociado a “la posibilidad latente de que el agente no se comporte como el principal desea, sino más bien actúe en función de sus propios intereses” (Ganga Contreras, 2012, p. 87).

El término “riesgo moral” hace referencia al hecho de que una vez formalizada la relación, el agente, buscando maximizar su utilidad, intentará transmitirle al principal solo aquella información que influya positivamente en la probabilidad que ocurra un acontecimiento que favorezca sus intereses e incremente sus pagos, a expensas de reducir los beneficios del principal. En los mercados, este fenómeno puede darse por dos vías alternas.

En el primer caso, según Milgrom & Roberts (1993), el problema surge porque “las acciones requeridas o deseadas del agente no son observables o fácilmente verificables por parte del principal” (p. 729), a tal punto, que la actuación que el agente querrá perpetuar no es la que más le conviene al principal. Lo anterior significa que si el nivel de esfuerzo que el agente debe hacer *ex post* no puede determinarse *ex ante*, entonces los términos del contrato no podrán incluir estipulaciones previas al mismo.

Citando un ejemplo de Macho & Pérez (1997), piénsese en una empresa que contrata a un profesional en Comercio Exterior para que abra un nuevo mercado en el extranjero para sus productos. Si se parte del hecho de que al momento de firmar el contrato, el experto (al igual que el empresario) desconoce las condiciones del entorno de negocios del nuevo mercado, no resulta difícil admitir que tras la investigación previa a la operación,

el especialista terminará por conocer esta información que facilitará su trabajo. El empresario podrá observar la estrategia de comercialización que usará el profesional, sin embargo, no sabrá si ésta ha sido la más adecuada para posicionarse en dicho mercado.

En cualquiera de los dos casos, el riesgo moral afecta los valores de las funciones objetivo de ambos participantes, aunque de forma inversa. Así el agente podrá incrementar sus pagos mientras que la principal verá disminuida su utilidad.

A continuación se exponen las dos clases de soluciones que se han propuesto en los mercados para corregir dicho fenómeno.

3. Esquemas de control y seguimiento

Como ha quedado de manifiesto, el problema de riesgo moral se encuentra estrechamente relacionado con la dificultad que implica para el principal evaluar, luego que el contrato ha sido ejecutado, si los resultados alcanzados por el agente constituyen un óptimo de Pareto o, si por el contrario, corresponden a un óptimo de segundo rango originado por alguna transgresión a los términos del arreglo contractual. Ante este inconveniente, el titular dispone de un grupo de soluciones para salvaguardarse del oportunismo *ex post*, el cual radica en un abanico de tres opciones factibles que se derivan del monitoreo al agente, antes y/o después de firmado el acuerdo.

Una primera opción consiste en que éste puede “incrementar los recursos dedicados al seguimiento, verificación y control” (Milgrom & Roberts, 1993, p. 729) del desempeño del agente en el desarrollo de las tareas estipuladas en el contrato. La idea subyacente a esta técnica de inspección directa es que el principal prevea un posible comportamiento inadecuado por parte del agente y lo evite antes de que se haga efectivo, o bien, que el agente a sabiendas que está siendo inspeccionado, opte por hacer su mejor esfuerzo so pena de ser sancionado. Empero, a menudo esta opción resulta inviable debido a la imposibilidad de describir los pormenores de lo que debería hacerse, de medir y juzgar si lo que debería hacerse está haciéndose, o a los elevados costos de realizar la vigilancia.

En segunda estancia, el principal puede considerar la competencia entre potenciales agentes para descubrir la información relevante antes de elegir con quién establecerá la relación. Más precisamente, se trata que los agentes que pugnan por ser elegidos comparen sus cualidades con los defectos de sus rivales. Esto sugiere que cada uno resaltará sus propias virtudes y denunciará las desventajas de los demás. Por consiguiente, si

todos los concursantes adoptan este mismo comportamiento, entonces el principal podrá saber a ciencia cierta cuál es el agente más indicado. Esta estrategia no requiere inversiones directas, sin embargo, resulta peligrosa cuando todos los posibles agentes comparten intereses que discrepan con los objetivos del principal.

Finalmente, es posible que el principal deje el control y seguimiento del agente en manos de lo que gratuitamente diga el mercado (Cauch, 2001). Para lograr este cometido, es bastante inevitable que el tipo de agente que requiera el principal no sea relativamente escaso en el mercado laboral, es decir, que cualquiera de los agentes que pujan para ser elegidos se adecue perfectamente al perfil necesario para realizar las tareas que el principal le delegue. Si esta precondition se cumple, el agente electo se abstendrá de emprender acciones ocultas, pues sabe que si su desempeño no es convincente para el principal, será reemplazado fácilmente por otro candidato de la lista de elegibles.

4. Diseños de contratos y sistemas de incentivo

La segunda medida para contrarrestar el problema de riesgo moral se basa en la inclusión del sistema de incentivos al agente dentro de los términos del contrato. En rigor, se trata de que el principal diseñe un contrato, cuyas cláusulas ofrezcan estímulos con base en los resultados obtenidos, tal que el agente decida aceptarlo (restricción de participación) y se vea movido a aumentar su nivel de esfuerzo para perseguir los mismos fines del principal (restricción de incentivos), aun cuando sabe que sus acciones no podrán ser observadas o verificadas por el principal y que por consiguiente, tiene la oportunidad de distorsionar su comportamiento (Usategui, 1999).

Esta estrategia funcionará adecuadamente siempre y cuando se trate de un contrato óptimo, es decir, que el acuerdo estipule el sistema de recompensas que se han de reconocer al agente cuando actúe en consonancia con los intereses del principal y los castigos que se le impondrán en caso contrario, pero además, que dichas disposiciones resulten creíbles y sean aplicables al pie de la letra cuando se efectúe una acción positiva o negativa.

El contrato que diseña el principal no solo debe cumplir con las restricciones de participación e incentivos al agente, sino que además debe maximizar sus propios beneficios esperados en función de los pagos resultantes. Por este motivo, el sistema de incentivos que incluye debe transferir parte de los riesgos al agente para que éste se comprometa completamente en la relación, pero que igualmente sea compensado por esta asunción.

El diseño de contratos y los sistemas de incentivos que deben incluir para contrarrestar efectivamente el oportunismo post contractual (riesgo moral) son específicos para cada mercado, puesto que la situación de cada uno dependerá de sus características intrínsecas. Para explicar esta salvedad, Usategui (1999) indica que:

Si se analizan los sistemas de incentivos que se han desarrollado en los distintos mercados para resolver los problemas de acción oculta puede parecer que las respuestas que han ido surgiendo son diversas, no obstante, todas poseen una estructura común (p. 133).

Dicha estructura, como se ha indicado previamente, constituye un acuerdo recíproco de voluntades que contempla la celebración de lo convenido por las partes como una forma de asumir responsabilidades de obligatorio cumplimiento, así como derechos de pago sobre los resultados obtenidos.

5. Conclusiones

El artículo pone de manifiesto las diferentes implicaciones de la existencia de información asimétrica sobre la asignación de recursos, en el marco de las transacciones que tienen lugar bajo la forma de relaciones principal-agente. Así mismo, se presentaron las generalidades de las estrategias concebidas en los mercados para mitigar sus repercusiones, siendo necesario para esto recurrir a algunos ejemplos de aplicaciones contractuales que con seguridad nos permiten mayor claridad en la forma como opera cada estrategia aquí anunciada.

Se muestra que la Selección Adversa es la forma más usual que se utiliza en el oportunismo precontractual. Este fenómeno se presenta cuando el agente posee información oculta que el principal desconoce. Para solucionar este problema, los mercados han desarrollado dos clases de estrategias a saber: la lógica de la estrategia de Señalización, que consiste en que el principal envía una señal al agente de modo que le transmita su información privada; y la segunda, la denominada de Cribado, que consiste en que el principal ofrezca un menú contractual al agente para que éste elija el que más le convenga, al tiempo que se auto clasifica de acuerdo a su tipo.

En cuanto al oportunismo Post contractual, este toma la forma de Riesgo Moral, y puede darse por dos vías: cuando el agente emprende una acción oculta para el principal o cuando el agente obtiene una ventaja informativa una vez iniciada la relación, pero justo antes de realizar la acción. Para proteger los mercados, ambos casos pueden ser corregidos mediante dos tipos opcionales de estrategias. El primer tipo consiste en que el principal lleve a cabo esquemas directos e indirectos de control y seguimiento a las acciones del agente, en el desarrollo de la relación. El segundo tipo consiste en que el principal diseñe un contrato que contenga un sistema de incentivos para motivar al agente a perseguir objetivos idénticos.

Como se mencionó en su momento, todos estos temas se engloban dentro del campo de estudio de la Economía de la Información, cuyo fin es el de contribuir a la comprensión de diferentes problemas económicos que quedaban excluidos del análisis de la teoría de Equilibrio General. Así, la Economía de la Información constituye una poderosa herramienta conceptual para entender la naturaleza de los intercambios propios de los diversos mercados (finanzas, seguros, economía laboral, regulación de empresas, subastas, mercadeo, actividades políticas, entre otros), toda vez que permite incluir en los modelos las interacciones estratégicas que sostienen las partes.

Referencias

- Akerlof, G. (August, 1970). The Market for “Lemons”. Quality uncertainty and the Market Mechanism. *The quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Berle, A. & Means, G. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Transaction Publishers.
- Cauch, P. (2001). *La Nueva Microeconomía*. Bogotá: Alfa omega S.A. y Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional.
- Coase, R. (Noviembre, 1937). The Nature of the Firm. *Económica*, 4(16), 386-405.
- Cournot, A.A (1838). *Principios Matemáticos de la Teoría de las Riquezas*. Madrid: Alianza.
- Del Brio, E. (1999). Efectos de la Asimetría Informativa sobre la Hipótesis de Eficiencia. Análisis del comportamiento de los iniciados en el mercado de valores Español. Tesis para optar el título de Doctora. Universidad de Salamanca.
- Eggersson, T. (1995). *El Comportamiento Económico y las Instituciones*. Madrid: Alianza.
- Elorrieta, M. (2012). Análisis crítico de la educación moral según Lawrence Kohlberg. *Revista Educación y Educadores*. 15 (3), 497-512.
- Ganga Contreras, J.F. (2012). *Información Asimétrica entre agente y Principal en Universidades Chilenas*. Santiago: Estudios Gerenciales, 28(122), 1-15.
- Jensen, M. & Meckling, W. (July, 1976). Theory of the Firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.

- Kreps, D & Wilson R. (1982). Regulation and Imperfect Information. *Journal of Economic Theory*, 27(2), 253-279.
- Macho, I. & Pérez, D. (1997). *Introducción a la economía de la Información*. Barcelona: Ariel Economía, 1 (1).
- Macho Stadler, I. & Pérez Castrillo, D. (2005). *Introducción a la Economía de la Información*. Barcelona: Ariel Economía.
- Mascareñas, J. (2007). *Contratos Financieros principal-agente*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Meyerson, R. (September, 1999). Nash Equilibrium and the History of Economic Theory. *Journal of Economic Literature*, 37, 1067-1082.
- Milgrom, P. & Roberts, J. (1993). *Economía, Organización y Gestión de la Empresa*. Barcelona: Ariel Economía.
- Nash, J (1951). "Non-Cooperative games". *Annals of Mathematics*. Princeton, vol. 135, 128 – 140.
- Selten, R (1975). Reexamination of the perfectness concept for equilibrium points in extensive games. *International Journal of game Theory*, 4, 25-55.
- Spence, M (1973). *Market Signalling*. Harvard University Press. Pag 49-94.
- Spence, M (1974). *Market signaling*. Cambridge, Ma: Harvard University Press.
- Stiglitz, J. (2002). *Mercados con Información Asimétrica*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Palacio, L. (2011). Diseño de contratos nuevas luces para la microeconomía. *Revista Tlon*, 4 (1) párrafo 27.
- Usategui, J. (1999). Información Asimétrica y mecanismos de mercado. *Revista Vasca de Economía*, 45 (1), 116 – 141.
- Usategui, J. (2003). *Economía de la Información*. Bilbao: Universidad del país Vasco.
- Von Neumann, J. (1928). *Zur Theorie der gessellshatspiele*. *Matematische annalen*. Princeton: Princeton University Press.
- Williamson, O. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. New York: Free Press.
- Williamson, O. (1991). *Mercados y Jerarquías: Su análisis y sus Implicaciones Antritrust*. México: FCE.