

Mercados con información asimétrica

Temas a tratar

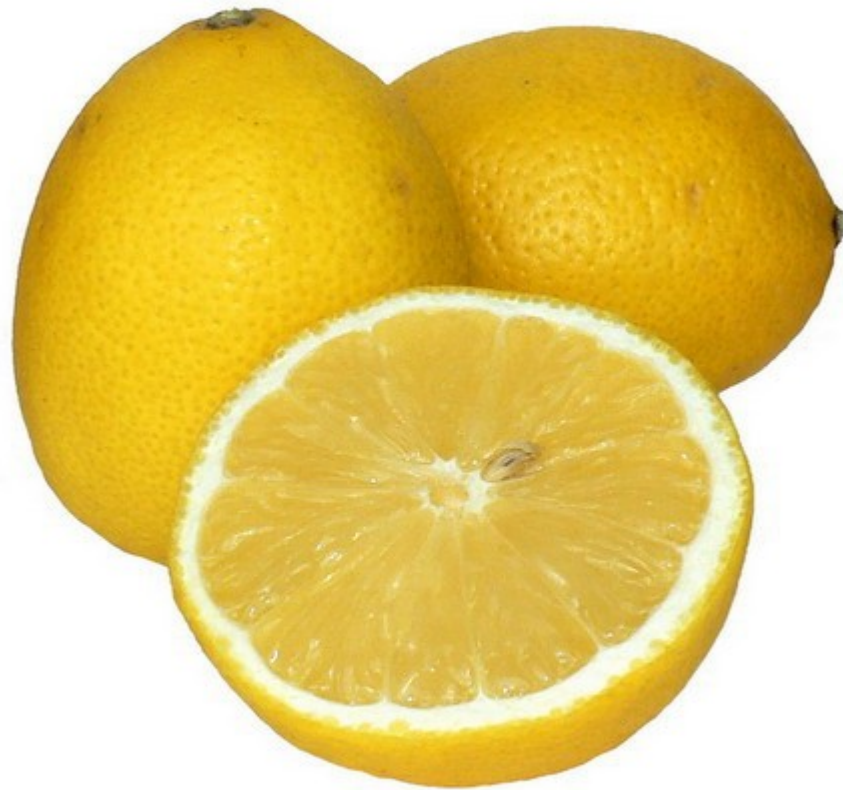
1

2

3

4

- Incertidumbre sobre calidad y el “mercado de limones”
- Señalización
- Riesgo moral
- El problema Agente Principal





**FOR
SALE**

- Tenemos **información asimétrica** cuando una parte tiene más información sobre las variables relevantes que la otra parte.



George Arthur Akerlof (17 de junio de 1940) es un economista estadounidense, profesor de economía en la Universidad de Berkeley. Ganó el Premio Nobel de Economía en 2001 (compartido con Michael Spence y Joseph E. Stiglitz). Su padre era sueco y su madre estadounidense de origen judío.

El artículo más conocido e influyente de Akerlof es "**The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism**", publicado en Quarterly Journal of Economics ("El Mercado de Cacharros: Incertidumbre en las calidades y el Mecanismo de Mercado"), en 1970.

- Información Asimétrica:
 - Los vendedores generalmente conocen más de la calidad de sus productos que los compradores

DigitalWorldSpain

Envío
GRATUITO

CAR MP3



CAR MP3 FM MODULATOR

TRANSMISOR FM MP3 MANDO Y CONEXIONES USB y JACK

Estado del artículo: **Nuevo**

Cantidad: Más de 10 disponibles

Precio: **26,90 EUR**

[¡Cómpralo ya!](#)

o bien

Mejor oferta:

[Hacer oferta](#)

[Seguir este artículo](#)

TRANSMISOR FM

2010



USB

SD

Transmisor Fm Transmitter Mp3 Mp4 Ipod Usb Sd Autos Carros

Precio: **s/. 46⁰⁰** (Artículo nuevo)

Ubicación: Lima (Miraflores)

Vendidos: 25 [¿Qué dijeron sus compradores?](#)

Finaliza en: 1d 22h (10/07/2010 18:12)

Comprar

Conoce al vendedor

Reputación:



[Más Información](#)

DigitalWorldSpain

Envío
GRATUITO

CAR MP3



CAR MP3 FM MODULATOR

TRANSMISOR FM MP3 MANDO Y CONEXIONES USB y JACK

Estado del artículo: **Nuevo**

Cantidad: Más de 10 disponibles

Precio: **26,90 EUR**

¡Cómpralo ya!

o bien

Mejor oferta:

Hacer oferta

[Seguir este artículo](#)

TRANSMISOR FM

2010



USB

SD

Transmisor Fm Transmitter Mp3 Mp4 Ipod Usb Sd Autos Carros

Precio: **s/. 46⁰⁰** (Artículo nuevo)

Ubicación: Lima (Miraflores)

Vendidos: 25 [¿Qué dijeron sus compradores?](#)

Finaliza en: 1d 22h (10/07/2010 18:12)

Comprar

Conoce al vendedor

Reputación:



[Más Información](#)

- Información Asimétrica:

- Los trabajadores generalmente conocen más de sus capacidades y habilidades que los empleadores

CURRICULUM VITAE



DATOS PERSONALES

Nombre y Apellidos: Amador Vicente Hernández.

D.N. I.: 7.837254-G

Lugar y fecha de Nacimiento: Salamanca,
21 de junio de 1961

Domicilio: Av de Alemania, 87-91, 7º B (Salamanca).

Teléfono: 609 870 574

e-mail: avier@ono.com

Carné de conducir (coche propio).

Formación Académica

Licenciado en Francés por la Escuela de Idiomas
de la Universidad de Salamanca (obtención de los cinco cursos -matrícula libre-
entre Abril 2006/ Junio 2007).

Tres cursos de Filología Hispánica, con francés de
primera lengua (1981-1985) e italiano de segunda..

Experiencia

Veintiséis años como profesor de francés (desde COU).

Clases particulares. Academia Borh -1990-93- y Academia
Europa -2001- (Francés). Amor de Dios (Español
a estudiantes franceses -Academia LEC, París- quince días
en el mes de julio 2004 y quince días en 2005).

Clases particulares a extranjeros de español: gramática, redacción
y conversación. Clases particulares de Lengua: ESO y Bachiller.

Curso impartido a trabajadores en el Edificio España,
contratado por el grupo ATU (febrero 2007/mayo 2007).

Profesor de español a extranjeros en Idiomas Castilla (juio/agosto 2007) y de francés
en Academia Almar durante el mismo verano.

Experiencia en traducciones de diversa índole.

Tres años de redactor en la Gaceta Regional de Salamanca (1987-90).

Editor y Director de la revista Salamanca actualidad desde 1991.
(www.salamancaactualidad.com).

Idiomas

Francés: Nivel alto hablado y escrito.

Italiano: Nivel medio.

Inglés: Nivel básico (diploma CONFAES).

Informática

Plataformas: Mac y Pc. DW y diseño páginas web.

Software: Word.

PAULA C. CARO BRAVO

Corresponsal Internacional de Prensa

PADI Divemaster

paulacaro@yahoo.com

(340) 244 - 7256 (STT, USVI)

(305) 490 - 2055 (MIA, USA)

(56-2) 274 - 5599 (SCL. CHILE)



EXPERIENCIA LABORAL

Enero 2007 a la fecha - Lady Blue Films, Servicios Audiovisuales Submarinos.

Oct. 2006 a la fecha - Corresponsal Internacional de prensa para Canal 13 (Santiago, Chile), cubriendo EE.UU.

Feb. 2006 - Oct. 2006 - Corresponsal Internacional de noticias para TV Chile, reportando desde Miami & Santiago, para "Vamos Chile" (primer programa de TV chileno completamente producido en U.S.A.) Entre otros, material publicado sobre buceo en arrecifes de coral y la zona de los naufragios en Florida.

Enero 2005 Corresponsal Internacional de prensa para el area de reportajes de Megavisión TV (Santiago-Chile), en Cozumel, México.

Julio 1994 a la fecha Reportera freelance para ANSA.

Abril. 1993 - Junio. 1994 Pre-práctica profesional, UPI.

PRÁCTICA PROFESIONAL

Feb. 1998 - Jun. 1988 CNN Global Headquarters. CNN en Español, en Atlanta, EE.UU. Mesa de asignaciones, traducción y transcripción, redacción e internet.

EDUCACIÓN

UNIVERSIDAD:

2002 Licenciada como Periodista, graduada en Comunicación Social. Universidad Nacional Andrés Bello. Santiago, Chile. No. de licencia: 7.772.390-0.

ENSEÑANZA MEDIA:

1989 - 1991 Bradford School, miembro de la Asociación de Colegios Británicos en Chile (ABS).

1987 - 1988 Craighouse School, miembro de la Asociación de Colegios Británicos en Chile (ABS).

INFORMACIÓN ADICIONAL

- Bilingüe.
- Bucea desde 1981, edad 7.
- Miembro activo del Colegio de Periodistas en Chile. ID 7.772.390-0. Registro No. 4394.
- PADI Divemaster. Licencia No. # 236206.
- Area de especialización: audiovisual. Tesis: ESO y proyecto VLT.
- Trabaja en Windows y Apple.
- Participante activa del VII Encuentro Latinoamericano de Comunicación Social, FELAFACS. Acapulco, México.
- Hobbies: viajar, leer, crecimiento personal & yoga, música, caza con arpón, artesanías, cocinar y danza. Escribe su segundo libro.

REFERENCIAS*

Disponibles a petición de los interesados.

- Información Asimétrica:

- Los administradores generalmente conocen más de oportunidades de inversión que los accionistas







● **Información Asimétrica:**

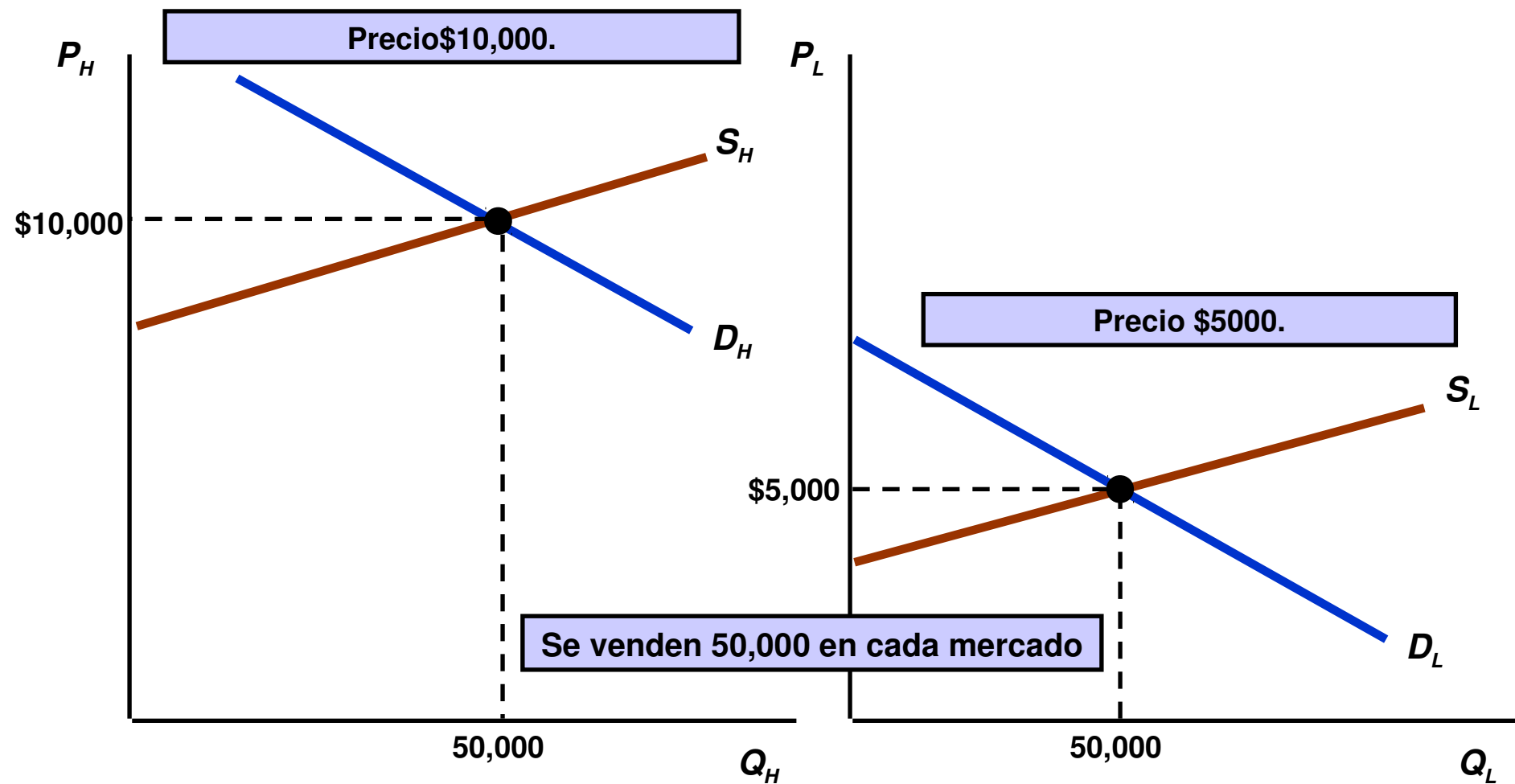
- Los vendedores generalmente conocen más de la calidad de sus productos que los compradores
- Los trabajadores generalmente conocen más de sus capacidades y habilidades que los empleadores
- Los administradores generalmente conocen más de oportunidades de inversión que los accionistas

The Market for Lemons

1



- Dos tipos de carros usados: alta y baja calidad
- Primero, supongamos que **compradores y vendedores pueden distinguir** entre los carros.
 - Entonces tendríamos dos mercados: uno para carros usados de alta calidad y otro para los de baja calidad.



- S_H es mayor que S_L debido a que los propietarios generalmente necesitan de mayores precios para venderlos.
- D_H es mayor que D_L debido a que los consumidores generalmente están dispuestos a pagar más por estos carros

**¿y si la
información
es
asimétrica?**

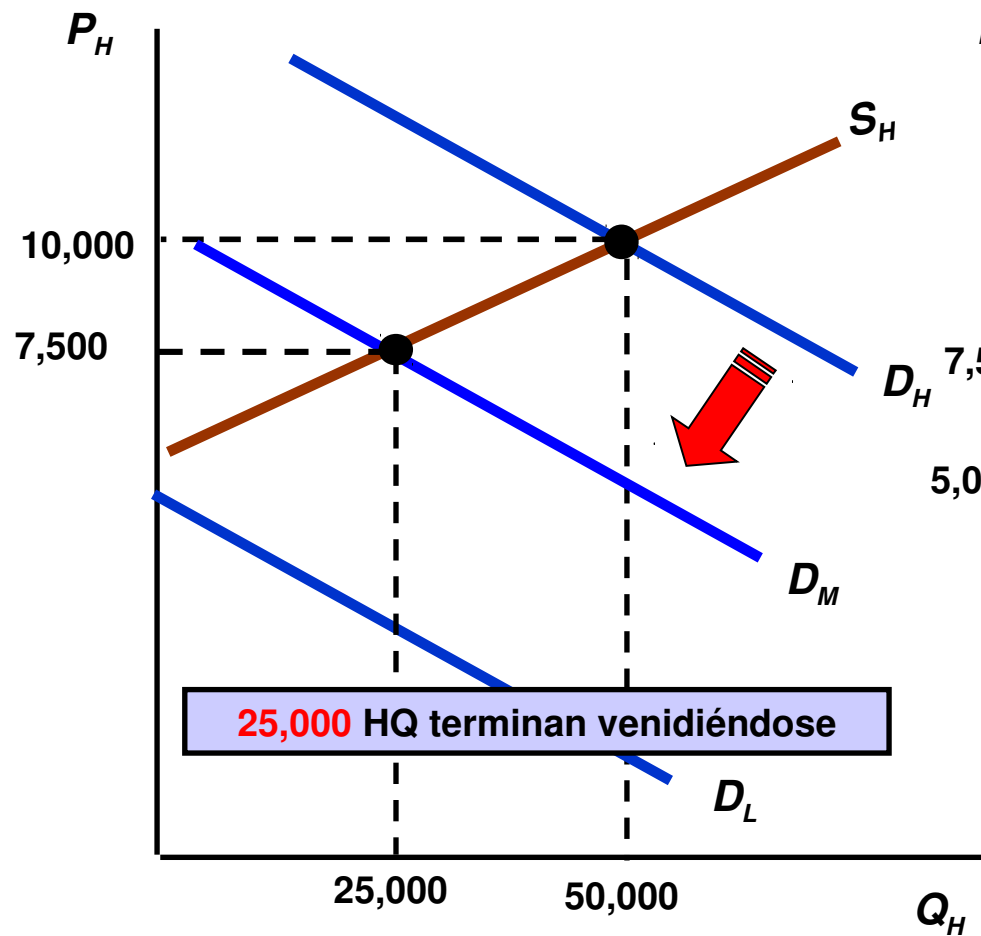


- Supongamos que los vendedores pueden distinguir entre los carros pero los consumidores no pueden hacerlo.

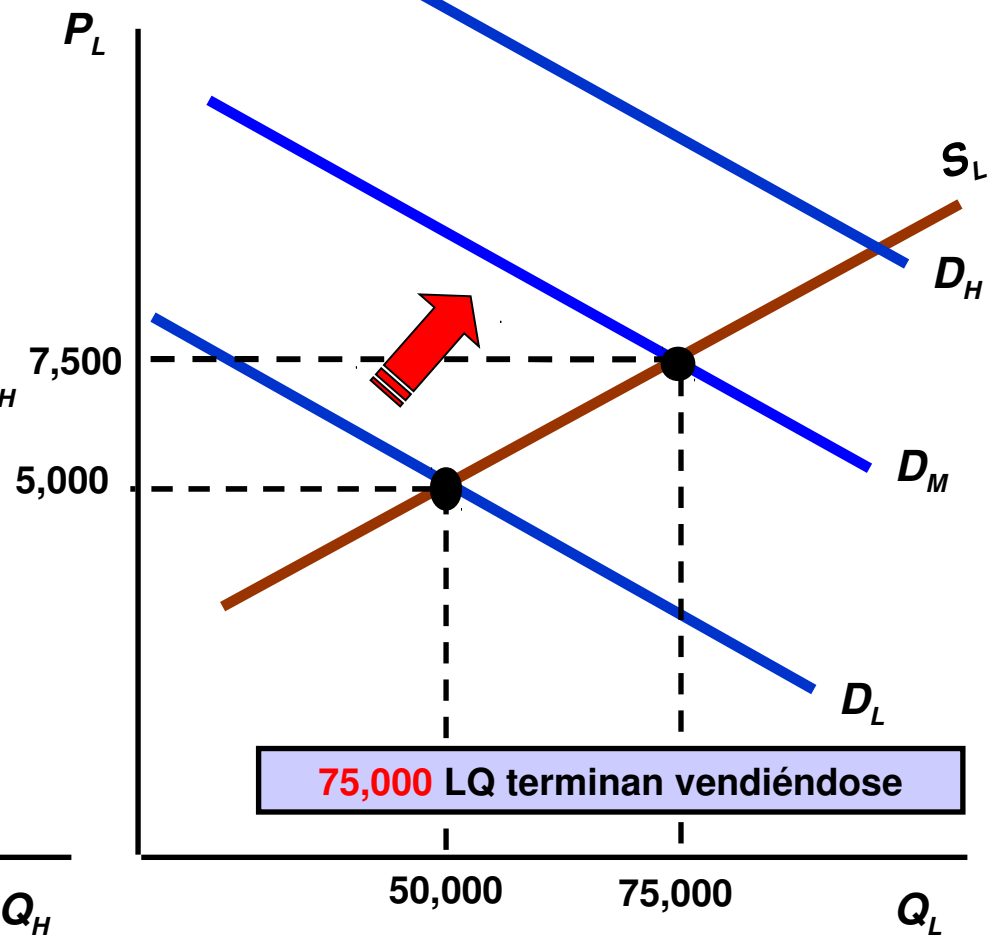
- Bajo información completa, se vende el mismo número de carros de alta y baja calidad
- Pero bajo información asimétrica los compradores pueden pensar que la probabilidad que un carro sea de alta calidad es 50/50

- Como los compradores no pueden distinguir, van a ver todos los carros como de calidad media (con demanda D_M)
- Tenga en cuenta que no existen carros de media calidad.

Carros HQ son percibidos como MQ
y se venden en \$7500.



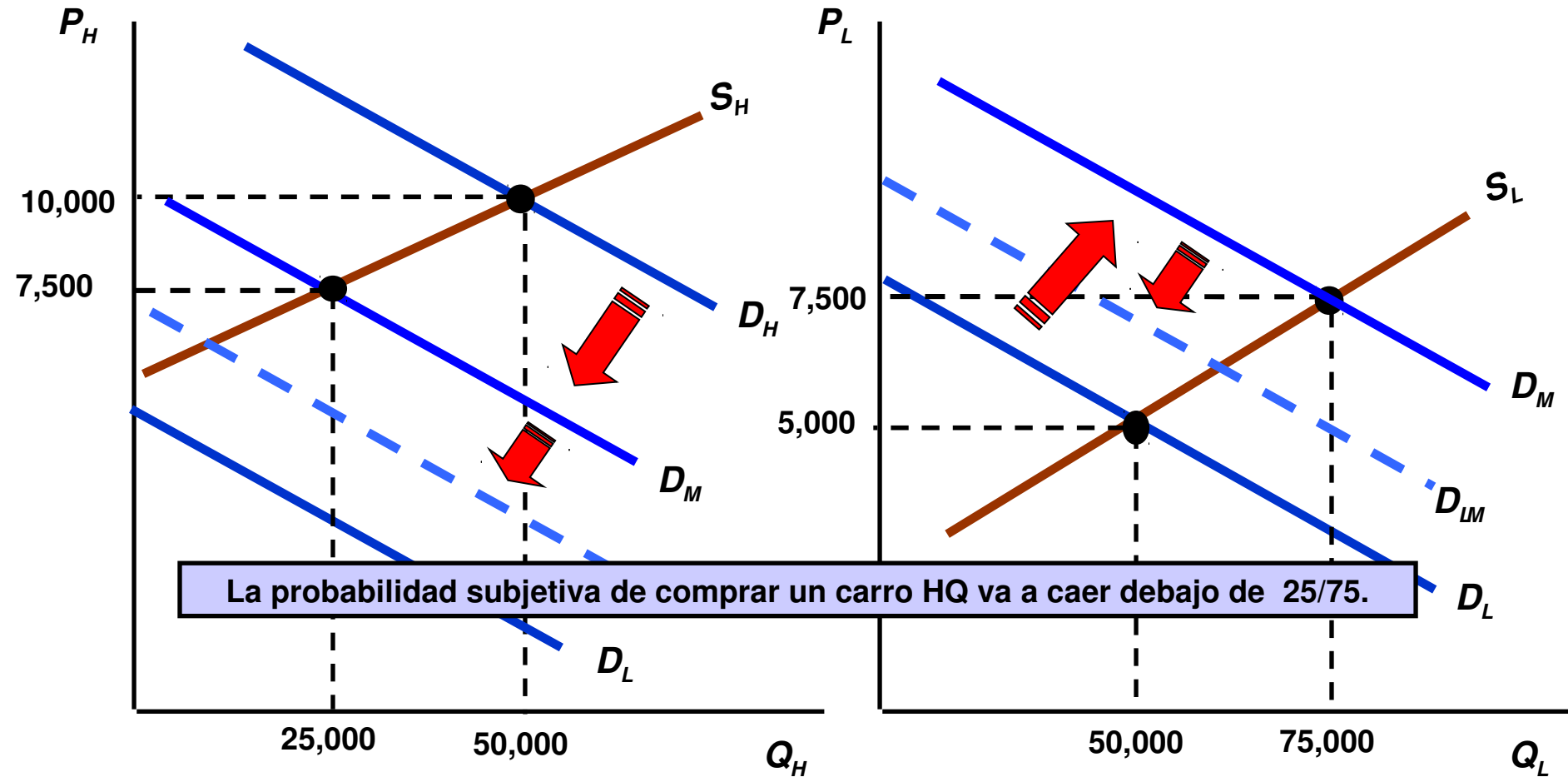
Carros LQ son percibidos como
MQ y se venden en \$7500.



- Como sólo se venden 25,000 carros HQ mientras que 75,000 carros LQ se venden, **el comprador cambiará su probabilidad subjetiva** de encontrar un carro de alta calidad, a 25/75 de 50/50

- Como los compradores no pueden distinguir, van a ver todos los carros como de **calidad media baja** (con demanda D_{LM})
- Tenga en cuenta que no existen carros de calidad media baja.

El precio va a caer por debajo de \$7500.



La probabilidad subjetiva de comprar un carro HQ va a caer debajo de 25/75.



CONCLUSION

- Cuando el precio cae, la probabilidad subjetiva de comprar un carro HQ cae también, y ésto hace caer más el precio.
- Este ciclo vicioso va a continuar hasta que el precio llegue a P_L y todos los carros que se ofrecen en venta van a ser carros de LQ.
 - En mercados que funcionan bien, este ciclo toma poco tiempo para completarse.



- Con información asimétrica:
 - Los bienes de baja calidad pueden sacar del mercado los bienes de alta cualidad **”the problem lemons”**
 - **Selección adversa:** en equilibrio el intercambio tiene lugar principalmente para bienes de baja calidad.



Mercado de seguros de salud

- Las personas mayores tienen dificultades para adquirir un seguro de salud a cualquier precio. ¿por qué?

- Las personas mayores conocen más de su propia salud que las compañías de seguros.



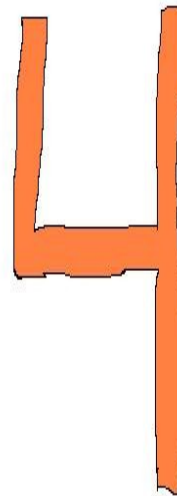
- La gente con problemas de salud es más probable que quieran un seguro frente a la gente sana; entonces la proporción de gente no sana sobre el total crece.



- Cuando el peso de la gente no sana es mayor, el precio se incrementa; y a su vez se incrementa más la gente no sana que quiere el seguro.



- Finalmente, la única gente que queda es la gente no sana y el precio se vuelve extremadamente alto.



Seguro de automóviles

- Las compañías saben que algunos conductores tienen baja probabilidad de sufrir un accidente y otros una alta probabilidad.
- Si no pueden distinguir entre estos conductores entonces...

Mercado de crédito

- Existe información asimétrica en relación a la capacidad de la gente de pagar la deuda.
- “the problem lemons”



Implicancias de la información asimétrica

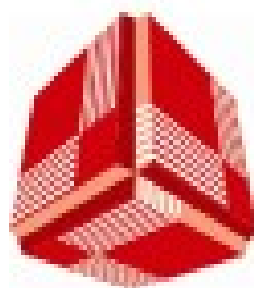
- ¿Cómo tendrían que hacer los productores de bienes de alta calidad si frente a la información asimétrica se genera la selección adversa?



2



- **Reputación**
- **Estandarización**



IMPORTACIONES
HIRAOKA



Señalización

- Es el proceso mediante el cual los vendedores envían información a los consumidores sobre la calidad de sus productos.

- No todas las señales son iguales
 - ¿cómo vestirse para una entrevista de trabajo?



- No todas las señales son iguales
 - ¿cómo vestirse para una entrevista de trabajo? Vestir bien para una entrevista de trabajo puede ser una señal débil
 - Es una señal débil porque los empleados improductivos también pueden vestir bien.

- No todas las señales son iguales
 - ¿el grado académico de la universidad?





- No todas las señales son iguales
 - ¿el grado académico de la universidad?
Tener un grado académico de una universidad de prestigio es un señal fuerte
 - Para que una señal sea efectiva debe ser difícil para los vendedores de bienes LQ imitar la señal.

3

4

