Información Asimétrica

1. Definición

Se define como el fenómeno que afecta a los agentes de los mercados, en el cual una de las partes en la transacción económica posee más información que la otra. Esto genera la denominada asimetría en la información, la cual puede distorsionar el funcionamiento eficiente de los mercados.

2. Categorías

Los problemas de la información asimétrica se pueden dividir en dos categorías:

I. **Acciones Ocultas:** Se producen en situaciones donde una de las partes no puede observar todas las acciones de la otra. Un ejemplo de esta realidad se da en las relaciones laborales, donde los empleadores no pueden supervisar a cabalidad el esfuerzo de sus empleados. Esto lleva a un problema de riesgo moral[1], donde el empleado, al no estar completamente monitoreado, no trabaja como debiese. Este tipo de riesgo también aparece en los seguros, donde los asegurados pueden asumir más riesgos porque los costos de sus decisiones son asumidos por la aseguradora.

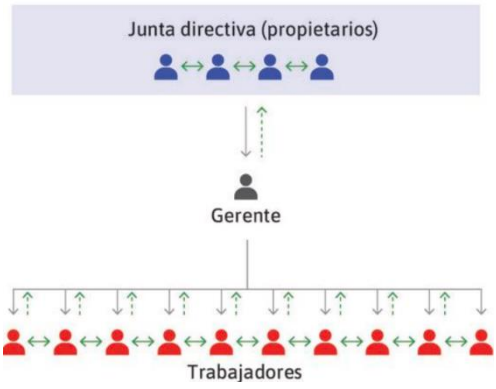
II. **Características Ocultas:** Las características ocultas, por otro lado, se refieren a información relevante que una de las partes tiene antes de la transacción y que la otra desconoce. Un ejemplo habitual es el de la compra y venta de autos usados, donde el vendedor maneja más información sobre la calidad del vehículo que el comprador, llevando a la selección adversa[2]. En este caso, los compradores tienden a ofrecer precios más bajos para protegerse ante la eventual compra de un producto presuntamente defectuoso. Esta dinámica también se observa en el mercado de los seguros de salud, donde las personas con peor salud tienen más incentivos para contratar un seguro, lo que eleva los costos y los precios de las pólizas, generando una selección adversa que expulsa a las personas sanas del mercado.

---

[1] **Riesgo Moral:** Tendencia de una persona a quien están monitoreando de forma imperfecta a dedicarse a una conducta deshonesta o de otra manera indeseable.

[2] **Selección Adversa:** Tendencia a que la mezcla de atributos no observados se convierta en no deseable desde el punto de vista de una parte no informada.

3. Ejemplo: Relaciones en las Organizaciones



Fuente: Capítulo 6.1 de The Economy - The CORE Project

La información asimétrica puede afectar las relaciones en las organizaciones. Usualmente, al existir varios niveles jerárquicos, la información fluye de forma imperfecta. Cada uno de los estamentos en la organización puede manejar información que las otras partes desconocen.

Esto puede llevar a que las decisiones e instrucciones no siempre se ejecuten de forma efectiva, ya que las órdenes pueden ser malinterpretadas o ignoradas debido a la falta de información completa.

4. Mitigación

La mitigación de los problemas de la información asimétrica se puede alcanzar a partir de dos mecanismos:

I. **Señalización:** Se da cuando la parte con más información toma acciones para disminuir la brecha informativa. Por ejemplo, una empresa puede ofrecer garantías sobre sus productos para demostrar su confianza en su calidad.

II. **Sondeo:** Se da cuando la parte con menos información toma acciones para disminuir la brecha informativa. Por ejemplo, una aseguradora puede solicitar exámenes médicos para evaluar el estado de salud de sus clientes antes de ofrecerles una póliza.

5. Políticas Públicas

La información asimétrica nos enseña que debemos ser cautelosos en el análisis de los mercados, ya que cuando algunos participantes poseen más información que otros, el mercado puede no asignar eficientemente los recursos. Por ejemplo, los vendedores de autos usados de buena calidad pueden enfrentar dificultades para venderlos, ya que los compradores temen adquirir un vehículo defectuoso. Del mismo modo, las personas con buena salud pueden encontrar complicado obtener un seguro médico a bajo costo, pues las aseguradoras tienden a agrupar a todos los clientes, incluyendo aquellos con problemas de salud ocultos.

Aunque la intervención gubernamental puede ser necesaria en algunos casos de información asimétrica, existen tres factores que complican esta intervención.

I. Los mercados privados, a veces, enfrentan la información asimétrica mediante mecanismos como la señalización y el sondeo. Esto hace innecesaria la intervención

gubernamental.

II. El gobierno generalmente no cuenta con más información que los actores privados, lo que implica que, aunque el mercado no logre una asignación óptima de recursos, esta podría seguir siendo la mejor opción disponible. Esto se traduce en que, si bien la asignación producto de esta falla de mercado no es eficiente, es muy difícil mejorarla a través de políticas públicas concretas.

III. El gobierno es también una entidad imperfecta. Debemos tener presente que la política no es diseñada por un rey benevolente ni por un economista imparcial, sino por personas reales con intereses y ambiciones humanas. A veces, estas personas están impulsadas por el bienestar nacional, pero en otras ocasiones sus motivaciones pueden estar influenciadas por sus propias ambiciones políticas y financieras. Por lo tanto, no debería sorprendernos que las políticas económicas, en la práctica, no siempre se ajusten a los ideales teóricos que encontramos en los libros de economía, desviándonos así de la implementación de soluciones económicas óptimas.

Este análisis resalta que, aunque la intervención estatal pueda parecer una solución, su efectividad está condicionada por la información disponible y las limitaciones del propio gobierno. En Chile, por ejemplo, se han adoptado políticas de inscripción obligatoria en seguros de salud para evitar los efectos negativos de la selección adversa. Además, las agencias gubernamentales pueden proporcionar información pública para reducir las diferencias informativas entre compradores y vendedores, como ocurre con las etiquetas nutricionales en alimentos.

Referencias

CORE Team. (2022). Capítulo 6. En *La economía: Economía para un mundo en transformación* (1ª ed.). Antoni Bosch Editor. Recuperado de https://www.core-econ.org/project/la-economia/

Mankiw, N. G. (2017). Capítulo 22. En *Principios de economía* (7ª ed.). Cengage Learning. Recuperado de https://buscador.bibliotecas.uc.cl/permalink/56PUC_INST/1ujae15/alma997014208803396